

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 396 ราย ซึ่งทำการสอบถามจากลูกค้าเจ้าของรถยนต์ที่เคยใช้บริการศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ หรือ เคยใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในจังหวัดพะเยา โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลจากข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ (ตารางที่ 4.1-4.6)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ได้แก่ สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าอู่ซ่อมรถยนต์ อายุการใช้งานของรถยนต์ รถยนต์มีการทำประกันภัย ประเภทของการประกันภัย ผู้ที่ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้าซ่อม (ตารางที่ 4.7-4.11)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ (ตารางที่ 4.12-4.19)

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ของ การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าอู่ซ่อมรถยนต์ อายุการใช้งานของรถยนต์ รถยนต์มีการทำประกันภัย ประเภทของการประกันภัย ผู้ที่ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้าซ่อม (ตารางที่ 4.20-4.30)

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ระหว่างเจ้าของรถยนต์ที่เลือกใช้บริการศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ กับ เจ้าของรถยนต์ที่เลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ (ตารางที่ 4.31-4.38)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงบริการ ของศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์และอู่ซ่อมรถยนต์ (ตารางที่ 4.39)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	270	68.20
หญิง	126	31.80
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.20 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 31.80

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30ปี	41	10.35
31-40ปี	147	37.12
41-50 ปี	128	32.33
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	80	20.20
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.12 รองลงมาได้แก่ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.33 มากกว่า 50ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.20 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	141	35.61
สมรส	246	62.12
หย่าร้าง	9	2.27
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.12 รองลงมาได้แก่ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 35.61 และสถานภาพหย่าร้าง 2.27

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	49	12.37
มัธยมศึกษา/ ปวช.	71	17.93
อนุปริญญา/ ปวส.	44	11.11
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	174	43.94
สูงกว่าปริญญาตรี	58	14.65
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.94 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 17.93 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.65 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.37 และระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	126	31.82
พนักงานบริษัท	98	24.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	10.86
ธุรกิจส่วนตัว	72	18.18
เกษตรกร	39	9.85
นักเรียนนักศึกษา	15	3.79
ไม่ได้ทำงาน	3	0.75
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะอาชีพรับราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.75 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.18 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.86 เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 9.85 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.79 และไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	155	39.14
15,001-30,000 บาท	124	31.31
30,001-45,000 บาท	67	16.92
45,001-60,000 บาท	23	5.81
60,001 บาท ขึ้นไป	27	6.82
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.14 รองลงมาได้แก่ รายได้ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.31 รายได้ 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.92 รายได้ 60,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.82 และรายได้ 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.81

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้า
ในจังหวัดพะเยา

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุส่วนใหญ่ที่นำ
รถยนต์เข้าศูนย์บริการ

สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าศูนย์บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา)	227	57.32
ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่	89	22.48
รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรุมพั้ง	80	20.20
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนำรถยนต์เข้าศูนย์บริการด้วยสาเหตุ
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.32 รองลงมาได้แก่ ซ่อมหรือ
เปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ คิดเป็นร้อยละ 22.47 รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์
เกิดการรุมพั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.20

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุการใช้งานของรถยนต์
ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

อายุการใช้งานรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	75	18.94
1-5 ปี	82	20.71
6-10ปี	164	41.41
มากกว่า 10 ปี	75	18.94
รวม	396	100.00

หมายเหตุ อายุการใช้งานรถยนต์นับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนรถยนต์ กับกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

จากตารางที่ 4.8 พบว่า รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุการใช้งานระหว่าง
6-10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.41 รองลงมาได้แก่ มีอายุการใช้งานระหว่าง 1-5ปี คิดเป็นร้อยละ
20.71 มีอายุการใช้งานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.94 และน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.94
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การมีประกันภัยการช่อม
รถยนต์

มีการประกันภัยการช่อมรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการประกันภัย	172	43.43
มีการประกันภัย	224	56.57
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการทำประกันการช่อม
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.57 และ ไม่มีการประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 43.43

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการ
ประกันภัยการช่อมรถยนต์

ประเภทของการประกันภัยการช่อมรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทประกันภัยชั้น 1	157	70.08
ประเภทประกันภัยชั้น 3	42	18.76
ประเภทประกันภัยชั้น 3 พลัส	25	11.16
รวม	224	100.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัย 224ราย
ประเภทประกันภัยอื่นๆ ได้แก่ ประเภทประกันภัยชั้น 3 พลัส ที่มีบางส่วนรับผิดชอบการช่อม
แซมให้กับรถยนต์ของผู้ทำประกัน แต่ไม่ครอบคลุมบางรายการ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการประกันภัยรถยนต์
ประเภทชั้น 1 คิดเป็นร้อยละ 70.08 รองลงมาได้แก่ การประกันภัยรถยนต์ประเภทชั้น 3 คิดเป็นร้อย
ละ 18.76 และการประกันภัยรถยนต์ประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.16

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม

ผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเอง	315	79.54
บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ	81	20.46
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คิดเป็นร้อยละ 79.54 และบริษัทประกันเป็นผู้ชำระ คิดเป็นร้อยละ 20.46

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่นำรถยนต์เข้าศูนย์บริการ และจำแนกตามเพศ

สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าศูนย์บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา)	160	59.26	67	53.17	227	57.33
ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่	50	18.52	39	30.95	89	22.47
รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการผูกพัน	60	22.22	20	15.87	80	20.20
รวม	270	100.00	126	100.00	396	100.00

จากตารางที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าศูนย์บริการ เพราะ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 40.43 รองลงมา รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการผูกพัน ร้อยละ 15.15 และ ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ คิดเป็นร้อยละ 12.62

ส่วนเพศหญิง สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าศูนย์บริการมากที่สุด เพราะ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 16.91 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 9.84 และรถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการผูกพัน ร้อยละ 5.05

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ และจำแนกตามช่วงอายุ

สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ	อายุ				รวม
	20-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า50ปีขึ้นไป	
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด (ระยะทาง/เวลา)	22 (53.66)	108 (73.47)	80 (62.50)	17 (21.25)	227 (57.32)
ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่	11 (26.83)	24 (16.33)	34 (26.56)	20 (25.00)	89 (22.48)
รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/ รถยนต์เกิดการรื้อพัง	8 (19.51)	15 (10.20)	14 (10.94)	43 (53.75)	80 (20.20)
รวม	41 (100.00)	147 (100.00)	128 (100.00)	80 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 53.66 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 26.83

อายุ ระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 73.47 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 16.33

อายุ ระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 62.50 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 26.56

ส่วนอายุ มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรื้อพัง ร้อยละ 53.75 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ และจำแนกตามระดับการศึกษา

สาเหตุส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าสู่ซ่อมรถยนต์	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี	
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด (ระยะทาง/เวลา)	9 (18.37)	60 (84.51)	20 (45.45)	121 (69.54)	17 (29.31)	227 (57.32)
ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่	15 (30.61)	5 (7.04)	10 (22.73)	39 (22.41)	20 (34.48)	89 (22.48)
รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรื้อฟื้น	25 (51.02)	6 (8.45)	14 (31.82)	14 (8.05)	21 (36.21)	80 (20.20)
รวม	49 (100.00)	71 (17.93)	44 (100.00)	174 (100.0)	58 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรื้อฟื้น ร้อยละ 51.02 และร้อยละ 36.21 รองลงมา ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ ร้อยละ 30.61 และร้อยละ 34.48

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าสู่ศูนย์บริการ คือ เข้าตรวจเช็คตามกำหนด (ระยะทาง/เวลา) ร้อยละ 84.51 และร้อยละ 45.45 รองลงมา รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรื้อฟื้น ร้อยละ 8.45 และ ร้อยละ 31.82

ตารางที่ 4.15 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งานรถยนต์ และ จำแนกตามเพศ

อายุการใช้งานรถยนต์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ปี	52 (19.26)	23 (18.25)	75 (18.93)
1-5 ปี	62 (22.96)	20 (15.87)	82 (20.00)
6-10ปี	93 (34.44)	71 (56.35)	164 (41.41)
มากกว่า 10 ปี	63 (23.33)	12 (9.52)	75 (18.93)
รวม	270 (100.00)	126 (100.0)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ ระหว่าง 6-10ปี ร้อยละ 23.48 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 22.96

ส่วนเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 56.35 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 18.25

ตารางที่ 4.16 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งานโซเชียลมีเดีย และ จำแนกตามอายุ

อายุการใช้งานรถยนต์	อายุ				รวม
	20-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า 50ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ปี	6 (14.63)	56 (38.10)	7 (5.47)	6 (7.50)	75 (18.93)
1-5 ปี	20 (48.78)	20 (13.61)	29 (22.66)	13 (16.25)	82 (20.00)
6-10ปี	8 (19.51)	60 (40.82)	82 (64.06)	14 (17.50)	164 (41.41)
มากกว่า 10 ปี	7 (17.07)	11 (7.48)	10 (7.81)	47 (58.75)	75 (18.93)
รวม	41 (100.00)	147 (100.00)	128 (100.00)	80 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 48.78 รองลงมา 6-10ปี ร้อยละ 19.51

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 40.32 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 38.10

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 64.06 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 22.66

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 58.75 รองลงมา 6-10 ปี ร้อยละ 17.50

ตารางที่ 4.17 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งานใช้รถยนต์ และ จำแนกตามระดับการศึกษา

อายุการใช้งานรถยนต์	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
น้อยกว่า 1 ปี	6 (12.24)	21 (29.58)	7 (15.91)	35 (20.11)	6 (10.34)	75 (18.93)
1-5 ปี	10 (20.41)	12 (16.90)	7 (15.91)	40 (22.99)	13 (22.41)	82 (20.00)
6-10ปี	3 (6.12)	37 (52.11)	16 (36.36)	85 (48.85)	23 (39.66)	164 (41.41)
มากกว่า 10 ปี	30 (61.22)	1 (1.41)	14 (31.82)	14 (4.05)	16 (27.59)	75 (18.93)
รวม	49 (100.00)	71 (100.00)	44 (100.00)	174 (100.00)	58 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาประถมศึกษา หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ คือ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 61.22 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 20.41

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับศึกษามัธยมศึกษา ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ คือ 6-10 ปี ร้อยละ 52.11 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 29.58

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ คือ 6-10 ปี ร้อยละ 36.36 รองลงมา มากกว่า 14 ปี ร้อยละ 31.82

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ คือ 6-10 ปี ร้อยละ 48.85 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 22.9

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่อายุการใช้งานรถยนต์ คือ 6-10 ปี ร้อยละ 36.66 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 22.41

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัยการช่อมรณนต์
จำแนกตามเพศ

มีการประกันภัยการช่อมรณนต์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่มีการประกันภัย	152 (56.30)	20 (15.87)	172 (43.43)
มีการประกันภัย	118 (43.70)	106 (84.13)	224 (56.57)
รวม	270 (100.00)	126 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ไม่มีการประกันภัยรณนต์มากที่สุด ร้อยละ 56.30 และมีการประกันภัย ร้อยละ 43.70

ส่วนเพศหญิง ส่วนใหญ่มีการประกันภัยการช่อมรณนต์ ร้อยละ 84.13 และไม่มีการประกันภัยการช่อมรณนต์ ร้อยละ 15.87

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัยการช่อมรณนต์
จำแนกตามช่วงอายุ

มีการประกันภัยการช่อมรณนต์	อายุ				รวม
	20-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า 50ปีขึ้นไป	
ไม่มีการประกันภัย	39 (95.12)	56 (38.10)	40 (31.25)	37 (46.25)	172 (43.43)
มีการประกันภัย	2 (4.88)	91 (61.90)	88 (68.75)	43 (53.75)	224 (56.57)
รวม	41 (100.00)	147 (100.00)	128 (100.00)	80 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ ไม่มีการ
ประกันภัยรณนต์ คิดเป็นร้อยละ 95.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มี
การประกันภัยการช่อมรณนต์ ร้อยละ 61.90, 68.75 และ ร้อยละ 53.75

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัยการช่อมรณนต์
จำแนกตามระดับการศึกษา

การประกันภัยการช่อม รณนต์	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
ไม่มีการประกันภัย	39 (79.59)	59 (83.10)	20 (45.45)	30 (17.24)	24 (41.38)	172 (43.43)
มีการประกันภัย	10 (20.41)	12 (16.90)	22 (50.00)	144 (82.76)	34 (58.62)	224 (56.57)
รวม	49 (100.00)	71 (100.00)	44 (100.00)	174 (100.00)	58 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และมัธยมศึกษา/ปวช. ส่วนใหญ่ มีการประกันภัยรณนต์ ร้อยละ 79.59, 83.10

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส.ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีการประกันภัยรณนต์ ร้อยละ 50.0, 82.76 และ 58.62

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีประเภทของการประกันภัยการ
 ช่อมรยนต์ จำแนกตามเพศ

ประเภทของการประกันภัยการช่อมรยนต์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ประเภทประกันภัยชั้น1	60 (22.22)	97 (76.98)	157 (43.43)
ประเภทประกันภัยชั้น3	38 (14.07)	4 (3.17)	42 (56.57)
ประเภทประกันภัยอื่นๆ	20 (7.41)	5 (3.97)	25 (11.16)
รวม	118 (100.00)	106 (100.0)	224 (100.00)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัย 224ราย
 ประเภทประกันภัยอื่นๆ ได้แก่ ประเภทประกันภัยชั้น3 พลัส ที่มีบางส่วนรับผิดชอบการช่อมแซม
 ให้กับรถยนต์ของผู้ทำประกัน แต่ไม่ครอบคลุมบางรายการ

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ประเภทของการ
 ประกันภัยการช่อมรยนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น 1 ร้อยละ 22.22 รองลงมา ประเภท
 ประกันภัยชั้น3 ร้อยละ 14.07

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อม
 รยนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น 1 ร้อยละ 76.98 รองลงมา ประเภทประกันภัยอื่นๆ ร้อยละ 3.97

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของการประกันภัยการ
ช่อมรณนต์ จำแนกตามอายุ

มีการประกันภัยการช่อมรณนต์	อายุ				รวม
	20-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า 50ปีขึ้นไป	
ประเภทประกันภัยชั้น1	68 (85.00)	29 (76.32)	35 (46.67)	25 (80.65)	157 (70.00)
ประเภทประกันภัยชั้น3	0 (0.00)	0 (0.00)	40 (31.25)	2 (6.45)	42 (18.75)
ประเภทประกันภัยอื่นๆ	12 (15.00)	9 (23.68)	0 (0.00)	4 (12.90)	25 (11.16)
รวม	80 (100.00)	38 (100.00)	75 (100.00)	31 (100.00)	224 (100.00)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัย 224ราย
ประเภทประกันภัยอื่นๆ ได้แก่ ประเภทประกันภัยชั้น3 พลัส ที่มีบางส่วนรับผิดชอบการช่อม
แซมให้กับรถยนต์ของผู้ทำประกัน แต่ไม่ครอบคลุมบางรายการ

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อมรณนต์ คือ ประเภทประกันภัย
ชั้น1 ร้อยละ 85.00 , 76.32 และ 80.65 รองลงมา ประเภทประกันภัยอื่นๆ ร้อยละ 15.00, 23.68
และร้อยละ 12.90

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อม
รณนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น3 ร้อยละ 31.25 รองลงมา ประเภทประกันภัยชั้น1 ร้อยละ 46.67

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของการประกันภัยการ
ช่อมรณนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา

มีการประกันภัยการช่อม รณนต์	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
ประเภทประกันภัยชั้น1	1 (9.09)	26 (86.67)	40 (67.80)	66 (79.52)	24 (58.54)	157 (70.00)
ประเภทประกันภัยชั้น3	10 (90.91)	4 (13.33)	19 (32.20)	6 (7.23)	3 (7.32)	42 (18.75)
ประเภทประกันภัยอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (13.25)	14 (34.15)	25 (11.16)
รวม	11 (100.00)	30 (100.00)	59 (100.00)	83 (100.00)	41 (100.00)	224 (100.00)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัย 224ราย
ประเภทประกันภัยอื่นๆ ได้แก่ ประเภทประกันภัยชั้น3 พลัส ที่มีบางส่วนรับผิดชอบการช่อม
แซมให้กับรณนต์ของผู้ทำประกัน แต่ไม่ครอบคลุมบางรายการ

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือ
ต่ำกว่า ส่วนใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อมรณนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น 3 ร้อยละ
90.91 รองลงมา ประเภทประกันภัยชั้น1 ร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ส่วน
ใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อมรณนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น 1 ร้อยละ 86.67, 67.80
รองลงมา ประเภทประกันภัยชั้น 3 ร้อยละ 13.33, 32.20

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญา
ตรี ส่วนใหญ่ประเภทของการประกันภัยการช่อมรณนต์ คือ ประเภทประกันภัยชั้น 1 ร้อยละ
79.52, 58.54 รองลงมา ประเภทประกันภัยอื่นๆ ร้อยละ 13.25, 34.15

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชำระค่าซ่อมในการ
นํารถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม และจำแนกตามเพศ

ผู้ชำระค่าซ่อมในการนํารถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ชำระเอง	258 (95.56)	57 (45.25)	315 (79.54)
บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ	12 (4.44)	69 (54.75)	81 (20.46)
รวม	270 (100.00)	126 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่การชำระค่าซ่อมในการนํารถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คือ ชำระเอง ร้อยละ 95.56 รองลงมา บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ ร้อยละ 4.44

ส่วนเพศหญิง การชำระค่าซ่อมในการนํารถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คือ บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ ร้อยละ 54.75 รองลงมา ชำระเอง ร้อยละ 45.25

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม และจำแนกตามอายุ

ผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม	อายุ				รวม
	20-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	มากกว่า 50ปีขึ้นไป	
ชำระเอง	39 (95.12)	106 (72.11)	103 (80.47)	67 (83.75)	315 (79.54)
บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ	2 (2.50)	41 (27.89)	25 (19.53)	13 (16.25)	81 (20.45)
รวม	41 (100.00)	147 (100.00)	128 (100.00)	80 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คือ ชำระเอง ร้อยละ 95.12, 72.11, 80.47 และ 83.75 รองลงมา บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ ร้อยละ 2.50, 27.89, 19.53 และ 16.25

ตารางที่ 4.26 แสดง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม และจำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม	ระดับการศึกษา					รวม
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี	
ชำระเอง	39 (79.59)	59 (83.10)	22 (50.00)	171 (98.28)	24 (41.38)	315 (79.54)
บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ	10 (20.41)	12 (16.90)	22 (50.00)	3 (1.72)	34 (58.62)	81 (20.46)
รวม	49 (100.00)	71 (100.00)	44 (100.00)	174 (100.00)	58 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษา/ปวช. และปริญญาตรีหรือเท่า ส่วนใหญ่ ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คือ ชำระเอง ร้อยละ 79.59, 83.10 และ 98.28 รองลงมา บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ ร้อยละ 20.41, 16.90 และ 1.72

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม คือ บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ ร้อยละ 50.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา

ตารางที่ 4.27 แสดง ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ	115 (29.3)	180 (45.5)	90 (22.5)	9 (2.3)	2 (0.5)	396 (100.0)	4.01 มาก	4
ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์	185 (46.3)	156 (39.0)	50 (13.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	396 (100.0)	4.30 มาก	2
ปัจจัยด้านความปลอดภัย								
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม	105 (26.3)	184 (47.0)	91 (22.8)	13 (3.3)	3 (0.8)	396 (100.0)	3.95 มาก	5
มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	184 (46.0)	161 (41.3)	44 (11.0)	7 (1.8)	0 (0.0)	396 (100.0)	4.31 มาก	1
มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน	62 (15.5)	159 (40.0)	138 (35.3)	27 (6.8)	10 (2.5)	396 (100.0)	3.59 มาก	8
มีการรับประกันคุณภาพงานสี	158 (40.0)	25 (6.8)	141 (35.3)	10 (2.5)	62 (15.5)	396 (100.0)	3.62 มาก	7
การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่	114 (28.5)	127 (31.8)	93 (23.8)	38 (10.0)	24 (6.0)	396 (100.0)	3.67 มาก	6
การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม	159 (40.3)	151 (38.3)	71 (17.8)	11 (2.8)	4 (1.0)	396 (100.0)	4.14 มาก	3
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์	72 (18.0)	127 (32.0)	130 (33.0)	50 (12.8)	17 (4.3)	396 (100.0)	3.47 ปานกลาง	9
ค่าเฉลี่ยรวม							3.90 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49

สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้ำให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.31 ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.14 อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.95 การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ มีค่าเฉลี่ย 3.67 มีการรับประกันคุณภาพงานสี มีค่าเฉลี่ย 3.62 และมีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน มีค่าเฉลี่ย 3.59 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 3.47

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม	136 (35.0)	159 (39.8)	89 (22.3)	10 (2.5)	2 (0.5)	396 (100.0)	4.06 มาก	1
ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม	72 (18.0)	126 (32.0)	130 (33.0)	51 (12.8)	17 (4.3)	396 (100.0)	3.47 ปานกลาง	3
มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ	55 (13.8)	115 (28.8)	135 (34.3)	56 (14.5)	35 (8.8)	396 (100.0)	3.24 ปานกลาง	5
ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	40 (10.0)	80 (20.5)	134 (34.0)	78 (19.5)	64 (16.0)	396 (100.0)	2.89 ปานกลาง	6
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต	61 (15.3)	152 (38.5)	142 (35.5)	27 (6.8)	14 (4.0)	396 (100.0)	3.54 มาก	2
มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม	51 (12.8)	131 (33.3)	160 (40.5)	42 (10.5)	12 (3.0)	396 (100.0)	3.42 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม							3.43 ปานกลาง	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.54 และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือ มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.42 มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.24 และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 2.89

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์ บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน	142 (36.0)	173 (43.3)	63 (16.3)	14 (3.5)	4 (1.0)	396 (100.0)	4.10 มาก	1
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์	82 (20.5)	122 (31.0)	123 (31.3)	44 (11.0)	25 (6.3)	396 (100.0)	3.49 ปานกลาง	4
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์	72 (18.0)	126 (32.0)	132 (33.0)	49 (12.8)	17 (4.3)	396 (100.0)	3.47 ปานกลาง	5
ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ	114 (28.5)	123 (31.8)	95 (23.8)	40 (10.0)	24 (6.0)	396 (100.0)	3.67 มาก	3
ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม	105 (26.3)	184 (47.0)	91 (22.8)	13 (3.3)	3 (0.8)	396 (100.0)	3.95 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม							3.73 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางให้บริการโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม มีค่าเฉลี่ย 3.95 ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.67 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.49 และความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ย 3.47

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ	104 (26.0)	134 (34.5)	108 (27.0)	46 (11.5)	4 (1.0)	396 (100.0)	3.73 มาก	2
มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก	51 (12.8)	129 (33.3)	162 (40.5)	42 (10.5)	12 (3.0)	396 (100.0)	3.42 ปานกลาง	4
มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน	91 (22.8)	149 (38.3)	107 (26.8)	33 (8.3)	16 (4.0)	400 (100.0)	3.68 มาก	3
การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง	160 (40.3)	152 (38.3)	69 (17.8)	11 (2.8)	4 (1.0)	396 (100.0)	4.14 มาก	1
มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ	90 (22.5)	120 (30.0)	99 (24.8)	44 (11.5)	43 (11.3)	396 (100.0)	3.41 ปานกลาง	5
มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี, ปากกา	40 (10.0)	80 (20.5)	134 (34.0)	78 (19.5)	64 (16.0)	396 (100.0)	2.89 ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม							3.54 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด โดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ได้แก่ การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง มีค่าเฉลี่ย 4.14 การประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ มีค่าเฉลี่ย 3.73 มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.68 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาคือ มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ มีค่าเฉลี่ย 3.41 และมีการแจกของแถมหรือของขวัญ เช่น คุกกี้ ล้างรถฟรี ปากกา มีค่าเฉลี่ย 2.89

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อม
รถยนต์

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและ พูดจาไพเราะ	121 (30.3)	193 (48.3)	77 (19.3)	6 (1.5)	3 (0.8)	400 (100.0)	4.06 มาก	3
พนักงานมีความรู้และความ ชำนาญในการบริการ	202 (50.5)	128 (32.0)	66 (16.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.32 มาก	1
พนักงานสามารถให้คำปรึกษา ทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้	116 (29.0)	191 (47.8)	85 (21.3)	6 (1.5)	2 (0.5)	400 (100.0)	4.03 มาก	4
พนักงานมีความกระตือรือร้นใน การให้บริการ	151 (37.8)	175 (43.8)	69 (17.3)	5 (1.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	4.18 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม							4.06 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญ
มาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล
โดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมี
ความรู้และความชำนาญในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.32 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ
ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.18 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และพนักงาน
สามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 4.03

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย	178 (44.5)	163 (41.8)	49 (12.3)	5 (1.3)	1 (0.3)	396 (100.0)	4.29 มาก	1
มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย	119 (29.8)	189 (48.3)	81 (20.3)	6 (1.5)	1 (0.3)	396 (100.0)	4.06 มาก	2
มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ	83 (20.8)	171 (43.8)	126 (31.5)	15 (3.8)	1 (0.3)	396 (100.0)	3.81 มาก	3
มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด	76 (19.0)	178 (45.5)	114 (28.5)	20 (5.0)	8 (2.0)	396 (100.0)	3.75 มาก	5
ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ	85 (21.3)	173 (44.3)	115 (28.8)	19 (4.8)	4 (1.0)	396 (100.0)	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม							3.94 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัยมีค่าเฉลี่ย 4.06 มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.81 ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และมีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อม รถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความรวดเร็วในการติดต่อ สอบถามและการรับบริการ	190 (48.3)	145 (36.5)	51 (12.8)	8 (2.0)	2 (0.5)	396 (100.0)	4.30 มาก	2
ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์ หรือเคาะพ่นสี	151 (38.8)	162 (40.5)	74 (18.5)	9 (2.3)	0 (0.0)	396 (100.0)	4.16 มาก	4
ความถูกต้องในการวิเคราะห์ ปัญหาก่อนทำการซ่อม	177 (44.3)	161 (41.3)	56 (14.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	396 (100.0)	4.29 มาก	3
ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคา ซ่อม	212 (54.5)	120 (30.5)	56 (14.0)	3 (0.8)	1 (0.3)	396 (100.0)	4.38 มาก	1
มีการรักษาทรัพย์สินภายใน รถยนต์ขณะซ่อมรถ	102 (25.5)	195 (49.8)	92 (23.0)	5 (1.3)	2 (0.5)	396 (100.0)	3.99 มาก	5
สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทาง โทรศัพท์	90 (22.5)	120 (30.0)	99 (24.8)	44 (11.5)	43 (11.3)	396 (100.0)	3.41 ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม							4.08 มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.38 ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.29 ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี มีค่าเฉลี่ย 4.16 และมีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ มีค่าเฉลี่ย 3.99 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.41

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.89	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	3.43	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	3.73	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54	มาก	6
ปัจจัยด้านบุคคล	4.06	มาก	2
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.94	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.08	มาก	1
รวม	3.81	มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ในปัจจัยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.89 และปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.54 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.43

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ	4.33 มาก	5	4.23 มาก	5
ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์	4.39 มาก	4	4.23 มาก	4
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม	3.17 ปานกลาง	11	3.38 ปานกลาง	11
มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	4.78 มากที่สุด	3	4.69 มากที่สุด	3
มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน	4.83 มากที่สุด	1	4.92 มากที่สุด	1
มีการรับประกันคุณภาพงานสี	3.50 มาก	10	3.38 ปานกลาง	10
การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่	3.62 มาก	9	3.60 มาก	9
การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม	3.67 มาก	8	3.64 มาก	8
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์	4.14 มาก	7	4.11 มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม		3.86 ระดับมาก		4.04 ระดับมาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.35 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า เพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความปลอดภัย และมีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.83) และมีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้ำให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.78) ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.50) การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ และการมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.92) ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.85) และ มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้ำให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.69) ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ และยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 3.60) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม และมีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม	3.61 มาก	2	3.77 มาก	1
ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม	3.89 มาก	1	3.69 มาก	2
มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับ คุณภาพ	3.22 ปานกลาง	3	3.38 ปานกลาง	4
ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.22 ปานกลาง	4	3.54 มาก	3
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมี การให้เครดิต	2.67 ปานกลาง	6	3.00 ปานกลาง	6
มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม	3.00 ปานกลาง	5	3.31 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43 ระดับปานกลาง		3.46 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.36 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.61) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ อะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ และราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่งเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.54) ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีอะไหล่หลายราคาให้

เลือกตามระดับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.31) และมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ใน เครือเดียวกัน	3.44 ปานกลาง	4	3.46 ปานกลาง	4
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทาง โทรศัพท์	3.89 มาก	3	3.85 มาก	3
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทาง เว็บไซต์	4.11 มาก	2	4.08 มาก	1
ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ	4.78 มากที่สุด	1	4.00 มาก	2
ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์ เข้าซ่อม	3.00 ปานกลาง	5	2.92 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 ระดับมาก		3.66 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.37 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.78) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่

จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือ แจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตาม สถานประกอบการ	3.11 ปานกลาง	4	3.31 ปานกลาง	4
มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็น สมาชิก	4.11 มาก	1	4.08 มาก	1
มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน	3.83 มาก	2	3.92 มาก	2
การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ ตามระยะทาง	2.78 ปานกลาง	5	3.00 ปานกลาง	5
มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ	2.28 น้อย	6	3.00 ปานกลาง	6
มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี ปากกา	3.39 ปานกลาง	3	3.46 ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43 ระดับปานกลาง		3.54 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.38 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย
และเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่มีการให้สิทธิ
หรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.83)
ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี,
ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.39) การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริม
การขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตาม

ระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) และให้ความสำคัญในระดับน้อยได้แก่ มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 2.28)

เพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้ซองล้างรถฟรี ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.46) การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง และมีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ	3.33 ปานกลาง	3	3.11 ปานกลาง	3
พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ	4.13 มาก	1	4.00 มาก	1
พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้	3.93 มาก	2	3.74 มาก	2
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.00 ปานกลาง	4	2.74 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม		4.03 ระดับมาก		3.98 ระดับมาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.39 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 3.33) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 3.11) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย	2.87 ปานกลาง	5	2.21 น้อย	5
มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย	3.80 มาก	1	3.26 ปานกลาง	3
มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ	3.47 ปานกลาง	3	3.21 ปานกลาง	4
มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด	3.33 ปานกลาง	4	3.26 ปานกลาง	2
ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ	3.80 มาก	2	3.89 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม		3.86 ระดับมาก	3.92 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.40 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย และให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.87)

เพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย และให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัย และห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีระบบ

รักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.21)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ	4.00 มาก	3	4.08 มาก	2
ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี	4.67 มากที่สุด	1	4.62 มากที่สุด	1
ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม	4.50 มากที่สุด	2	4.08 มาก	3
ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม	3.44 ปานกลาง	5	3.69 มาก	4
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ	3.11 ปานกลาง	6	3.62 ปานกลาง	5
สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์	3.67 มาก	4	3.38 ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 ระดับมาก		4.08 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.41 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหา ก่อน

ทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม และการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

เพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 4.62) ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม และความเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ	4.67 มากที่สุด	2	4.62 มากที่สุด	1	4.33 มาก	3	4.47 มาก	1
ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์	4.50 มากที่สุด	3	4.08 มาก	6	4.27 มาก	4	4.05 มาก	4
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม	3.11 ปานกลาง	11	3.62 มาก	8	3.93 มาก	7	3.26 ปานกลาง	8
มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	3.67 มาก	7	3.38 ปานกลาง	11	3.73 มาก	9	3.26 ปานกลาง	9
มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน	4.83 มากที่สุด	1	4.31 มาก	3	4.60 มากที่สุด	2	4.21 มาก	3
มีการรับประกันคุณภาพงานสี	3.33 ปานกลาง	10	3.46 ปานกลาง	10	3.47 ปานกลาง	10	3.21 ปานกลาง	11
การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่	4.67 มากที่สุด	4	4.46 มาก	2	4.60 มากที่สุด	1	4.21 มาก	2
การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม	3.67 มาก	8	3.62 มาก	9	3.33 ปานกลาง	11	3.26 ปานกลาง	10
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์	4.22 มาก	5	4.23 มาก	4	3.80 มาก	8	3.89 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 ระดับมาก		3.58 ระดับมาก		3.52 ระดับมาก		3.53 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.42 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (4.83) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ การมีบริการลาก

รถยนต์เข้าอู่ เท่ากัน (4.67) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (4.50) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.11)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.47) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.33)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.47) การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม	3.11 ปาน กลาง	5	3.62 มาก	3	3.93 มาก	3	3.26 ปาน กลาง	4
ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม	4.50 มาก ที่สุด	1	4.08 มาก	1	4.27 มาก	1	4.05 มาก	1
มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับ คุณภาพ	3.44 ปาน กลาง	4	3.69 มาก	4	4.07 มาก	2	3.42 ปาน กลาง	3
ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	4.00 มาก	2	4.08 มาก	2	4.20 มาก	4	3.95 มาก	2
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือมีการให้เครดิต	3.67 มาก	3	3.38 ปาน กลาง	5	3.73 มาก	5	3.25 ปาน กลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 ระดับมาก		4.14 ระดับมาก		3.81 ระดับมาก		3.52 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.43 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.11)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับ

คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.38)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ ในเครือเดียวกัน	2.95 ปาน กลาง	5	2.92 ปาน กลาง	4	3.00 ปาน กลาง	5	2.89 ปาน กลาง	4
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการ ทางโทรศัพท์	3.00 ปาน กลาง	4	2.62 ปาน กลาง	5	3.07 ปาน กลาง	4	2.79 ปาน กลาง	5
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการ ทางเว็บไซต์	3.67 มาก	2	3.92 มาก	2	4.20 มาก	2	4.11 มาก	2
ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ	3.01 ปาน กลาง	3	3.15 ปาน กลาง	3	3.47 ปาน กลาง	3	3.16 ปาน กลาง	3
ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำ รถยนต์เข้าซ่อม	4.44 มาก	1	4.77 มาก ที่สุด	1	4.97 มาก ที่สุด	1	4.84 มาก ที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 ระดับมาก		3.78 ระดับมาก		3.61 ระดับมาก		3.57 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.44 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.01) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.95)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.77) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.62)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.97) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.84) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16) จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.89) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้าย โฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการ ส่งเสริมการขาย ตามสถาน ประกอบการ	3.44 ปาน กลาง	4	3.46 ปาน กลาง	4	3.47 ปาน กลาง	4	3.05 ปาน กลาง	4
มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่ เป็นสมาชิก	3.89 มาก	3	3.85 มาก	3	3.87 มาก	3	3.74 มาก	3
มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน	4.11 มาก	2	4.00 มาก	2	3.89 มาก	2	3.89 มาก	2
การจัด Package การตรวจเช็คสภาพ รถยนต์ตามระยะทาง	4.78 มาก ที่สุด	1	4.08 มาก	1	4.13 มาก	1	4.16 มาก	1
มีบริการ โทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ ซ่อมเสร็จ	3.03 ปาน กลาง	5	2.92 ปาน กลาง	5	3.00 ปาน กลาง	6	2.79 ปาน กลาง	6
มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้, กล้วยตาก, ปากกา	3.00 ปาน กลาง	6	2.62 ปาน กลาง	6	3.07 ปาน กลาง	5	2.89 ปาน กลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 ระดับมาก		3.50 ระดับมาก		3.58 ระดับมาก		3.52 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.45 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง
อายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การ
จัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 4.78) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน
ระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่
ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การ
ประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถาน

ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.03) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.00)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 2.92) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 2.62)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.07) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.00)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.05) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 2.89) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คู่มือล้างรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ	4.00 มาก	3	4.30 มาก	3	4.20 มาก	3	3.95 มาก	3
พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ	4.67 มากที่สุด	1	4.62 มากที่สุด	1	4.33 มาก	1	4.47 มาก	1
พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้	4.50 มากที่สุด	2	4.08 มาก	2	4.27 มาก	2	4.05 มาก	2
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.44 ปานกลาง	4	3.69 มาก	4	4.07 มาก	4	3.42 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33 ระดับมาก		3.96 ระดับมาก		4.13 ระดับมาก		3.78 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.46 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (4.33) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
สถานประกอบการมีความสะอาด เรียบร้อย	4.08 มาก	2	4.27 มาก	2	4.05 มาก	2	4.40 มาก	2
มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย	3.69 มาก	3	4.07 มาก	3	3.42 ปาน กลาง	3	3.03 ปาน กลาง	3
มีระบบรักษาความปลอดภัยกับ รถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ	3.62 มาก	4	3.93 มาก	4	3.29 ปาน กลาง	4	2.97 ปาน กลาง	4
มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัย และห้องน้ำที่สะอาด	3.38 ปาน กลาง	5	3.73 มาก	5	3.26 ปาน กลาง	5	3.23 ปาน กลาง	5
ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัท ประกันภัยต่างๆ	4.31 มาก	1	4.60 มาก ที่สุด	1	4.21 มาก	1	4.43 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 ระดับปานกลาง		3.35 ระดับปานกลาง		3.45 ระดับปานกลาง		3.47 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.47 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.31) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.38)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.26)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (4.43) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.03) มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.97) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ							
	20-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		มากกว่า50ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ	4.08 มาก	2	4.27 มาก	2	4.05 มาก	2	4.40 มาก	2
ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี	3.69 มาก	3	4.07 มาก	3	3.42 ปานกลาง	3	3.23 ปานกลาง	3
ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหา ก่อนทำการซ่อม	3.62 มาก	4	3.93 มาก	4	3.26 ปานกลาง	4	3.11 ปานกลาง	4
ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม	3.38 ปานกลาง	5	3.73 มาก	5	3.24 ปานกลาง	5	3.04 ปานกลาง	5
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ	4.31 มาก	1	4.40 มาก	1	4.21 มาก	1	4.43 มาก	1
สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์	3.06 ปานกลาง	6	2.85 ปานกลาง	6	3.20 ปานกลาง	6	3.02 ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 ระดับปานกลาง		3.45 ระดับปานกลาง		3.47 ระดับปานกลาง		3.32 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.48 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.38) สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.73) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.85)

อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.24) สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้แก่ มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.11) ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.04) สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การศึกษา									
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ	3.89 มาก	4	3.69 มาก	4	3.80 มาก	4	3.84 มาก	4	3.89 มาก	4
ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์	3.22 ปานกลาง	9	3.38 ปานกลาง	9	3.40 ปานกลาง	9	3.47 ปานกลาง	6	3.23 มาก	9
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม	2.67 ปานกลาง	11	3.00 ปานกลาง	11	2.53 ปานกลาง	11	2.63 ปานกลาง	11	2.97 ปานกลาง	11
มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	3.00 ปานกลาง	10	3.31 ปานกลาง	10	3.73 มาก	5	3.11 ปานกลาง	10	3.26 มาก	8
มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน	4.78 มากที่สุด	1	4.69 มากที่สุด	1	4.93 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1	4.74 มากที่สุด	1
มีการรับประกันคุณภาพงานสี	3.33 ปานกลาง	7	3.46 ปานกลาง	8	3.47 ปานกลาง	8	3.21 ปานกลาง	8	3.31 ปานกลาง	7
การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่	4.47 มาก	2	4.46 มาก	2	4.40 มาก	2	4.21 มาก	2	4.26 มาก	2
การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม	3.67 มาก	5	3.62 มาก	5	3.33 ปานกลาง	10	3.26 ปานกลาง	7	3.83 มาก	5
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์	4.22 มาก	3	4.23 มาก	3	3.80 มาก	3	3.89 มาก	3	4.00 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 ระดับมาก		4.14 ระดับมาก		3.81 ระดับมาก		3.52 ระดับมาก		3.53 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.49 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.78) ให้ความสำคัญมี

ค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การมีบริการลากรรณต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.47) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.67) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.69) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การมีบริการลากรรณต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.69) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.46) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.93) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การมีบริการลากรรณต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.47) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.53)

ระดับการศึกษานิติศาสตรบัณฑิตหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.68) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การมีบริการลากรรณต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.84) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มียี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.26) การรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.63)

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 4.74) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.89) การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับประกันคุณภาพงานสี (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	การศึกษา									
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าปริญญา ตรี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่
ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม	3.89 มาก	2	3.69 มาก	2	3.80 มาก	2	3.84 มาก	2	3.89 มาก	2
ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม	3.28 ปาน กลาง	3	3.54 มาก	3	3.73 มาก	3	3.47 ปาน กลาง	3	3.26 ปาน กลาง	3
มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตาม ระดับคุณภาพ	3.22 ปาน กลาง	4	3.38 มาก	4	3.40 ปาน กลาง	5	3.21 ปาน กลาง	4	3.20 ปาน กลาง	5
ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	2.67 ปาน กลาง	6	3.00 ปาน กลาง	6	2.53 ปาน กลาง	6	2.63 ปาน กลาง	6	2.97 ปาน กลาง	6
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิตหรือมีการให้เครดิต	3.00 ปาน กลาง	5	3.31 ปาน กลาง	5	3.60 มาก	4	3.11 ปาน กลาง	5	3.23 ปาน กลาง	4
มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม	4.78 มาก ที่สุด	1	4.69 มาก ที่สุด	1	4.93 มาก ที่สุด	1	4.68 มาก ที่สุด	1	4.74 มาก ที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 ระดับมาก		3.53 ระดับมาก		3.81 ระดับมาก		4.43 ระดับมาก		4.14 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.50 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.78) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีอะไหล่หลายราคาให้เลือก

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	การศึกษา									
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน	3.39	4	3.31	4	3.47	4	3.21	4	3.46	4
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์	3.44	3	3.46	3	3.49	3	3.26	3	3.49	3
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์	3.67	2	3.62	2	3.78	2	3.31	2	3.51	2
ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ	4.22	1	4.23	1	3.80	1	3.89	1	4.03	1
ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม	1.89	5	2.46	5	2.20	5	2.11	5	1.97	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	ระดับมาก	3.50	ระดับมาก	3.58	ระดับมาก	3.52	ระดับมาก	3.53	ระดับมาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.51 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.39) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 1.89)

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.46)

ระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ระดับการศึกษาศรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.11)

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) จำนวนศูนย์บริการหรืออยู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม (ค่าเฉลี่ย 1.97)

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การศึกษา									
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ	3.83	1	3.92	1	3.93	1	3.74	1	3.91	1
มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก	2.78	5	3.09	5	3.00	5	2.74	5	2.60	5
มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน	2.28	6	3.00	6	2.87	6	2.21	6	2.29	6
การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง	3.39	3	3.46	3	3.40	3	3.23	3	3.49	3
มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ	3.44	4	3.31	4	3.22	4	3.21	4	3.46	4
มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้ไส้โรลฟรี, ปากกา	3.67	2	3.62	2	3.47	2	3.26	2	3.51	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83		3.96		3.73		3.78		3.78	
	ระดับมาก		ระดับมาก		ระดับมาก		ระดับมาก		ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.52 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้แป้งรถฟรี ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.78) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.44) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 2.28)

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้แป้งรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.62) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.09) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้แป้งรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 2.87)

ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้แป้งรถฟรี, ปากกา (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.74) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 2.21)

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การ
ประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถาน
ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุกกี้แป้งรถฟรี ปากกา
(ค่าเฉลี่ย 3.51) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัด Package การตรวจเช็ค
สภาพรถยนต์ตามระยะทาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ (ค่าเฉลี่ย
3.46) มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.60) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย
ในระดับน้อย ได้แก่ มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 2.29)

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคคล	การศึกษา									
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า		สูงกว่าปริญญา ตรี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ลำดับ ที่
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ	4.10 มาก	1	4.08 มาก	1	4.27 มาก	1	4.05 มาก	1	4.40 มาก	1
พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ	3.44 ปานกลาง	3	3.39 ปานกลาง	3	3.87 มาก	3	3.42 ปานกลาง	3	3.03 ปานกลาง	3
พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้	3.11 ปานกลาง	4	3.22 ปานกลาง	4	3.63 มาก	4	3.26 ปานกลาง	4	2.97 ปานกลาง	4
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.67 มาก	2	3.68 มาก	2	3.97 มาก	2	3.56 มาก	2	3.23 ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 ระดับปานกลาง		3.35 ระดับปานกลาง		3.45 ระดับปานกลาง		3.47 ระดับปานกลาง		3.32 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.53 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้

และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ ปวส. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.23) พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.03) และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	การศึกษา									
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย	2.56	5	3.38	4	3.00	5	2.89	5	2.54	5
มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย	3.11	3	3.45	3	3.27	3	3.16	3	2.83	3
มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ	3.50	2	3.82	2	3.53	2	3.37	2	3.00	2
มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด	3.06	4	2.85	5	3.20	4	3.05	4	2.64	4
ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ	4.56	1	3.85	1	4.20	1	4.11	1	4.37	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33 ระดับมาก		3.96 ระดับมาก		4.13 ระดับมาก		3.78 ระดับมาก		3.78 ระดับมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.54 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.06) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ย 2.56)

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.85)

ระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.20)สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ย 3.00)

ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.05) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ย 2.89)

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.37) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.83) มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.64) สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ย 2.54)

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	การศึกษา									
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ	2.89	5	2.58	5	3.22	5	3.06	5	2.66	5
ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี	3.06	4	2.85	4	3.26	4	3.09	4	2.74	4
ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม	4.36	1	3.85	1	4.20	1	4.11	1	4.37	1
ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อมราคาซ่อม	2.56	6	2.56	6	3.00	6	2.89	6	2.54	6
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ	3.11	3	3.21	3	3.27	3	3.16	3	2.83	3
สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์	3.50	2	3.82	2	3.53	2	3.37	2	3.00	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98 ระดับปานกลาง		2.84 ระดับปานกลาง		3.26 ระดับปานกลาง		3.14 ระดับปานกลาง		2.79 ระดับปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.55 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.36) สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 การอธิบายลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจ
ซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวน ร้อยละ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

เพศ	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ชาย	127 (64.13)	143 (73.23)	270 (68.20)
หญิง	71 (35.85)	55 (27.77)	126 (31.80)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.0)

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์คืออู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 73.23 รองลงมา ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 64.13

ส่วนเพศหญิง จำนวนมากที่สุดการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 35.85 รองลงมา อู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 27.77

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวน ร้อยละ อายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับ
การตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

อายุ	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
20-30ปี	11 (5.55)	30 (15.15)	41 (10.35)
31-40 ปี	55 (20.77)	92 (46.46)	147 (37.12)
41-50 ปี	62 (31.31)	66 (33.33)	128 (32.32)
มากกว่า50 ปีขึ้นไป	70 (35.35)	10 (5.05)	80 (20.20)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนใหญ่การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์คืออู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 15.15, 46.46 และ ร้อยละ 33.33

ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์คือศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 35.35

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวน ร้อยละ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้า
รับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

สถานภาพ	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรถยนต์	อยู่ซ่อมรถยนต์	รวม
โสด	59 (31.21)	82 (41.41)	141 (35.60)
สมรส	134 (67.67)	112 (56.56)	246 (61.80)
หย่าร้าง	5 (2.52)	4 (2.02)	9 (2.27)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนมากที่สุด
การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คืออยู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 41.41

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพสมรส และหย่าร้าง จำนวนมากที่สุด การนำ
รถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจาก
ผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 67.67 และ 2.52

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำ
 รณยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ระดับการศึกษา	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรณยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	12 (6.06)	37 (18.68)	49 (12.37)
มัธยมศึกษา/ ป.ว.ช.	30 (15.15)	41 (20.70)	71 (17.93)
อนุปริญญา/ ป.ว.ส.	20 (10.10)	24 (12.12)	44 (11.11)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	93 (46.96)	81 (40.90)	174 (43.94)
สูงกว่าปริญญาตรี	43 (20.20)	15 (9.09)	58 (14.65)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
 มัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. จำนวนมากที่สุด การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตาม
 ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คืออู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 18.68, 20.70 และ 12.12

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี
 ส่วนใหญ่ การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือศูนย์บริการที่ได้รับการ
 การแต่งตั้งจากผู้ผลิตรณยนต์ ร้อยละ 46.96 และ 20.20

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวน ร้อยละ อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้า
รับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

อาชีพ	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ข้าราชการ	47 (23.73)	79 (39.89)	126 (31.81)
พนักงานบริษัท	47 (23.73)	51 (25.75)	98 (24.74)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26 (13.13)	17 (8.58)	43 (10.85)
ทำธุรกิจส่วนตัว	44 (22.22)	28 (14.14)	72 (18.18)
เกษตรกร	24 (12.12)	15 (7.57)	39 (9.84)
นักเรียน/นักศึกษา	9 (4.54)	6 (3.03)	15 (3.78)
ไม่ได้ทำงาน	1 (0.50)	2 (1.01)	3 (0.75)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ พนักงานบริษัท จำนวนมากที่สุด การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คืออู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 39.89 และ 25.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทำธุรกิจส่วนตัว เกษตรกรรรม นักเรียนนักศึกษา จำนวนมากที่สุด การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 13.13, 22.22, 12.12 และ 4.54

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวน ร้อยละ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ
นารณยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การนารณยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรณยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ไม่เกิน 15,000 บาท	44 (22.22)	111 (56.06)	155 (39.14)
15,001-30,000 บาท	69 (33.83)	55 (28.78)	124 (31.31)
30,001-45,000 บาท	45 (22.72)	22 (11.11)	67 (16.92)
45,001-60,000 บาท	19 (9.59)	4 (2.02)	23 (5.81)
60,001 บาทขึ้นไป	21 (10.60)	6 (3.03)	27 (6.82)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000บาท ส่วน
ใหญ่ การนารณยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คืออู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ
56.06

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000
บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ การนารณยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อม
รถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรณยนต์ ร้อยละ 33.83, 22.72, 9.59 และ 10.60

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวน ร้อยละ สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าอู่ซ่อมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

สาเหตุที่นำรถยนต์เข้าอู่ซ่อม	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
เข้าตรวจเช็คตามกำหนด (ระยะทาง/เวลา)	145 (73.23)	82 (41.41)	227 (57.32)
ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่	20 (10.10)	69 (34.84)	89 (22.48)
รถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรูด	33 (16.66)	47 (23.73)	80 (20.20)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สาเหตุที่นำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ โดย เข้าตรวจเช็คตามกำหนด(ระยะทาง/เวลา) จากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 73.23 ซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ในส่วนที่มีปัญหาในการขับขี่ และรถยนต์ประสบอุบัติเหตุ/รถยนต์เกิดการรูด ได้แก่ อู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 34.84 และ 23.73

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวน ร้อยละ อายุการใช้งานรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

อายุการใช้งานรถยนต์	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
น้อยกว่า 1 ปี	64 (32.32)	11 (5.55)	75 (18.93)
1-5 ปี	20 (10.10)	62 (31.31)	82 (20.00)
6-10 ปี	66 (33.33)	98 (49.49)	164 (41.41)
มากกว่า 10 ปี	48 (24.24)	27 (13.63)	75 (18.93)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุการใช้งานรถยนต์ น้อยกว่า 1 ปี การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 32.32 และอายุ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 24.24

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 1-5 ปี การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ อู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 31.31 และอายุ 6-10 ปี ร้อยละ 49.49

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวน ร้อยละ การมีประกันภัยการซ่อมรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

มีการประกันภัยการซ่อมรถยนต์	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ไม่มีการประกันภัย	27 (13.64)	145 (73.23)	172 (43.43)
มีการประกันภัย	171 (86.36)	53 (26.77)	224 (56.57)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.64 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีการประกันภัยรถยนต์ ส่วนใหญ่การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ อู่ซ่อมรถยนต์

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการประกันภัยรถยนต์ การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 86.36

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวน ร้อยละ ประเภทของการประกันภัยการซ่อมรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ประเภทของการประกันภัยการซ่อมรถยนต์	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ประเภทประกันภัยชั้น 1	149 (74.5)	8 (80.5)	157 (77.5)
ประเภทประกันภัยชั้น 3	22 (10.0)	20 (7.5)	42 (8.7)
ประเภทประกันภัยอื่นๆ	0 (15.5)	25 (12.0)	25 (13.8)
รวม	171 (100.00)	53 (100.00)	224 (100.00)

จากตารางที่ 4.65 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทประกันภัยชั้น 1 ส่วนใหญ่การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 74.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทประกันภัยชั้น 3 จำนวนมากที่สุดการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 10.0

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทประกันภัยอื่นๆ ส่วนใหญ่การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ คือ อู่ซ่อมรถยนต์

ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวน ร้อยละ ผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ผู้ชำระค่าซ่อมในการนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อม	การนำรถยนต์เข้ารับการตรวจซ่อมตามศูนย์บริการซ่อมรถยนต์		
	ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์	รวม
ชำระเอง	153 (77.27)	162 (81.82)	315 (79.54)
บริษัทประกันเป็นผู้ชำระ	45 (22.73)	36 (18.18)	81 (20.46)
รวม	198 (100.00)	198 (100.00)	396 (100.00)

จากตารางที่ 4.66 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระเงินเองการนำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ คือ อู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 81.82

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่บริษัทประกันเป็นผู้ชำระการนำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ คือ ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ร้อยละ 22.73

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดพะเยา ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจาก
ผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

ตารางที่ 4.67 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก
ใช้ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้ บริการที่ศูนย์บริการ ที่ได้รับการแต่งตั้ง จากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ ใช้บริการที่อู่ ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
อะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมี คุณภาพ	4.11	3.91	2.552	0.011	แตกต่างกัน
ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสี รถยนต์	4.47	4.13	4.611	0.000	แตกต่างกัน
มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ ขณะซ่อม	4.43	4.20	3.300	0.001	แตกต่างกัน
มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้า ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์	3.70	3.49	2.250	0.025	แตกต่างกัน
มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่ เปลี่ยน	4.06	3.35	4.220	0.002	แตกต่างกัน
มีการรับประกันคุณภาพงานสี	4.03	3.55	2.812	0.001	แตกต่างกัน
การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่	3.75	3.33	3.165	0.015	แตกต่างกัน
การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม	4.27	3.98	4.163	0.000	แตกต่างกัน
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ และผลงานของ อู่ซ่อมรถยนต์	3.65	3.75	2563	0.018	แตกต่างกัน
รวม	4.05	3.74	4.347	0.000	แตกต่างกัน

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 4.347$ ค่า $Sig = 0.000$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่องอะไหล่ที่ใช้เป็นของแท้และมีคุณภาพ ยี่ห้อของสีที่ใช้ในการซ่อมสีรถยนต์ มีการรักษทรัพย์สีภายในรถยนต์ขณะซ่อม มีการรักษาสภาพรถยนต์ของลูกค้ำให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ มีการรับประกันคุณภาพอะไหล่ที่เปลี่ยน มีการรับประกันคุณภาพงานสี การมีบริการลากรถยนต์เข้าอู่ การมีรถยนต์ให้ใช้ในขณะซ่อม ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ สำหรับปัจจัยย่อยเรื่อง ชื่อเสียงภาพลักษณ์และผลงานของอู่ซ่อมรถยนต์ ผู้เข้ารับบริการที่อู่ซ่อมรถยนต์ ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านนี้มากกว่าผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์

ตารางที่ 4.68 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม	4.16	3.97	2.198	0.029	แตกต่าง
ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม	3.30	3.19	0.929	0.353	ไม่แตกต่าง
มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ	2.79	3.00	-1.760	0.079	ไม่แตกต่าง
ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.52	3.57	-0.466	0.641	ไม่แตกต่าง
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต	3.35	3.29	-0.443	0.812	ไม่แตกต่าง
มีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม	3.12	3.24	0.856	0.462	ไม่แตกต่าง
รวม	3.37	3.55	0.114	0.909	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 0.114$ ค่า $Sig = 0.909$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่อง ความเหมาะสมของราคาค่าซ่อม ความชัดเจนของราคาค่าซ่อม มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือมีการให้เครดิต ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ สำหรับปัจจัยย่อยในเรื่อง มีอะไหล่หลายราคาให้เลือกตามระดับคุณภาพ ราคาค่าซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง และมีการบริการผ่อนชำระค่าซ่อม ผู้เข้ารับบริการที่อู่ซ่อมรถยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านนี้มากกว่าผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์

ตารางที่ 4.69 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน	4.21	3.99	2.508	0.013	แตกต่าง
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์	3.47	3.51	-0.356	0.722	ไม่แตกต่าง
ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์	3.52	3.42	0.897	0.370	ไม่แตกต่าง
ความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ	3.80	3.54	2.201	0.028	แตกต่าง
ความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม	3.43	3.55	-0.556	0.922	ไม่แตกต่าง
รวม	3.68	3.60	1.601	0.153	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 2.508$ ค่า $Sig = 0.0153$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ปัจจัยย่อยในเรื่อง จำนวนศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ในเครือเดียวกัน ความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางเว็บไซต์ และความสะดวกในการติดต่อผ่านตัวแทน เช่น บริษัทประกันภัยต่างๆ ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้มีความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ สำหรับปัจจัยย่อยในเรื่องความสะดวกในการติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ และความสะดวกในการเดินทางที่จะนำรถยนต์เข้าซ่อม เข้ารับบริการที่อู่ซ่อมรถยนต์ ให้มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านนี้มากกว่าผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์

ตารางที่ 4.70 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่อมรณนต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ช่อมรณนต์	t	Sig	แปลผล
การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ	3.89	3.58	3.119	0.002	แตกต่าง
มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก	3.54	3.31	2.397	0.017	แตกต่าง
มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน	3.80	3.56	2.320	0.021	แตกต่าง
การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง	4.26	4.03	2.654	0.008	แตกต่าง
มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ	3.55	3.27	2.224	0.027	แตกต่าง
มีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุปองล้างรถฟรี ปากกา	2.97	2.72	2.654	0.008	แตกต่าง
รวม	3.66	3.41	3.279	0.001	แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ช่อมรณนต์ โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 3.279$ ค่า $Sig = 0.001$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ป้ายโฆษณาหรือแจกแผ่นพับรายการส่งเสริมการขาย ตามสถานประกอบการ มีการให้สิทธิหรือส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก มีพนักงานแนะนำบริการแก่ท่าน การจัด Package การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทาง มีบริการโทรแจ้งลูกค้าเมื่อรถยนต์ซ่อมเสร็จ และมีการแจกของแถมหรือของชำร่วย เช่น คุปองล้างรถฟรี ปากกา ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่า ผู้ใช้บริการอู่ช่อมรณนต์

ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ	4.21	3.91	3.941	0.000	แตกต่าง
พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ	4.46	4.18	3.666	0.000	แตกต่าง
พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้	4.15	3.92	3.045	0.002	แตกต่าง
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.23	4.13	1.327	0.185	ไม่แตกต่าง
รวม	4.16	3.91	3.553	0.000	แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 3.553$ ค่า $Sig = 0.000$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและพูดจาไพเราะ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการบริการ พนักงานสามารถให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าได้ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์

ตารางที่ 4.72 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย	4.46	4.13	4.527	0.000	แตกต่าง
มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย	4.21	3.91	3.941	0.000	แตกต่าง
มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ	3.95	3.68	3.365	0.001	แตกต่าง
มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด	4.00	3.50	5.848	0.000	แตกต่าง
ให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ	3.98	3.62	4.269	0.000	แตกต่าง
รวม	3.80	3.55	5.697	0.000	แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 5.697$ ค่า $Sig = 0.000$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่อง สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย มีระบบรักษาความปลอดภัยกับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ มีห้องรับรองสะดวกสบายทันสมัยและห้องน้ำที่สะอาด และให้บริการซ่อมรถยนต์แก่บริษัทประกันภัยต่างๆ ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์

ตารางที่ 4.73 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์	ค่าเฉลี่ยของผู้ที่ใช้บริการที่อู่ซ่อมรถยนต์	t	Sig	แปลผล
32. ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ	4.42	4.18	2.886	0.004	แตกต่าง
33. ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี	4.32	4.00	4.014	0.000	แตกต่าง
34. ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม	4.38	4.21	2.446	0.015	แตกต่าง
35. ความถูกต้องในการให้ข้อมูล เช่น ระยะเวลาในการซ่อม ราคาซ่อม	4.45	4.32	1.758	0.079	ไม่แตกต่าง
36. มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ	4.06	3.91	1.975	0.049	แตกต่าง
37. สามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์	4.40	4.10	2.886	0.008	แตกต่าง
รวม	4.33	4.12	3.200	0.001	แตกต่าง

หมายเหตุ ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเปรียบเทียบ ระหว่างศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์กับอู่ซ่อมรถยนต์ โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $t = 3.200$ ค่า $Sig = 0.001$ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าปัจจัยย่อยในเรื่อง ความรวดเร็วในการติดต่อสอบถามและการรับบริการ ความรวดเร็วในการซ่อมรถยนต์หรือเคาะพ่นสี ความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหาก่อนทำการซ่อม มีการรักษาทรัพย์สินภายในรถยนต์ขณะซ่อมรถ และสามารถจองคิวซ่อมรถยนต์ทางโทรศัพท์ ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์ ให้ความสำคัญด้านนี้มากกว่าผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงบริการของศูนย์บริการและอู่ซ่อมรถยนต์

ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้เสนอแนะ	64	16.16
ผู้ไม่เสนอแนะ	332	83.84
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะมีจำนวน 64 รายคิดเป็นร้อยละ 16.16 ของจำนวนผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด เป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศูนย์บริการที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตรถยนต์จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.62 ของผู้ให้ข้อเสนอแนะทั้งหมด และเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอู่ซ่อมรถยนต์จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.37 ของผู้ให้ข้อเสนอแนะทั้งหมด ซึ่งสามารถสรุปข้อเสนอแนะได้จำนวน 17 ข้อ โดยแบ่งตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.75 ข้อเสนอแนะตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้เสนอแนะ	
		ศูนย์บริการที่ได้รับ การแต่งตั้งจากผู้ผลิต รถยนต์	อู่ซ่อมรถยนต์
ด้านผลิตภัณฑ์	มีบริการครบวงจร	-	1
	ระยะเวลาในการตรวจเช็ค / ให้บริการ ควรจะรวดเร็วขึ้น	1	-
	อะไหล่ควรเป็นอะไหล่แท้	-	1
ด้านราคา	ราคาเหมาะสม	2	9
ด้านช่องทางให้บริการ	มีการบริการตรวจซ่อมนอกสถานที่	1	-
	มีความรวดเร็วเวลาออกให้บริการ นอกสถานที่	-	1
	เปิดให้บริการนอกเวลา / วันหยุด	1	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีส่วนลดราคาการให้บริการ	2	-
	มีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์	1	-
	มีการรับประกันความพอใจหลังการ ซ่อม	-	2
	มีรถยนต์สำรองให้ใช้ระหว่างซ่อม	1	1
ด้านบุคคล	ความสุภาพในการให้บริการของ พนักงานและช่าง	2	2
	ประสบการณ์ / ความสามารถของช่าง	2	2
	การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน	3	12
ด้านลักษณะทางกายภาพ	มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย	-	1
ด้านกระบวนการ	ซ่อมเสร็จทันเวลานัดหมาย	7	4
	สภาพความพร้อมของรถยนต์ก่อน ส่งมอบให้กับลูกค้า	3	1
รวม		26	38