

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการหลังการขายรถยนต์ โตโยต้า ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการหลังการขายรถยนต์โตโยต้าของบริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด (ตารางที่ 1-14)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการรักษาและซ่อมดูแลรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด (ตารางที่ 15-24)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ รยนต์ โตโยต้าบริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ตารางที่ 25-44)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 45-46)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการรักษาและซ่อมดูแลรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 47-64)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 65-84)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช  
เชียงใหม่ จำกัด

ตารางที่ 1 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	187	67.3
หญิง	91	32.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 67.3 เป็นเพศหญิง  
ร้อยละ 32.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	179	64.4
โสด	86	30.9
หย่า/หม้าย	13	4.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 64.4  
รองลงมา เป็น โสด ร้อยละ 30.9 หย่า/หม้าย ร้อยละ 4.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.4
20-30 ปี	80	28.8
31-40 ปี	93	33.5
41-50 ปี	77	27.7
51-60 ปี	21	7.6
มากกว่า 60 ปี	3	1.0
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 33.5 รองลงมา 20 – 30 ปี ร้อยละ 28.8 และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 27.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	114	41.0
ปริญญาตรี	149	53.6
สูงกว่าปริญญาตรี	15	5.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 53.6 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 41.0 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นายจ้าง-เจ้าของกิจการ	60	21.6
ข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	18.3
ลูกจ้างหน่วยงานราชการ	19	6.8
พนักงานบริษัทเอกชน	86	31.0
ช่วยกิจการครอบครัว	24	8.6
เกษตรกร	15	5.4
รับจ้างทั่วไป	8	2.9
อื่นๆ	15	5.4
รวม	278	100.0

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ (6) แม่บ้าน (6) นักศึกษา (3)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.0 รองลงมา นายจ้าง-เจ้าของกิจการ ร้อยละ 21.6 และ ข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.3

ตารางที่ 6 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	50	18.0
10,000 - 20,000 บาท	84	30.2
20,001-30,000 บาท	54	19.4
30,001 - 40,000 บาท	40	14.4
40,001-50,000 บาท	16	5.8
มากกว่า 50,001 ขึ้นไป	34	12.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 30.2 รองลงมา 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 19.4 และต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 18.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	12	4.3
2-3 คน	104	37.4
4-5 คน	132	47.5
มากกว่า 5 คน	30	10.8
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ร้อยละ 47.5 รองลงมา 2-3 คน ร้อยละ 37.4 และ มากกว่า 5 คน ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรุ่นของรถที่นำมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการโตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

โตโยต้ารุ่น	จำนวน	ร้อยละ
HILUX	132	47.5
SOLUNA	79	28.4
CORONA	30	10.8
COROLLA	22	7.9
WISH	15	5.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำรถมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการโตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด รุ่น HILUX มากที่สุดคือ ร้อยละ 47.5 รองลงมา SOLUNA ร้อยละ 28.4 และ CORONA ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแบบของรถที่นำมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการโตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

โตโยต้าแบบ	จำนวน	ร้อยละ
กระบะ	132	47.5
เก๋ง	146	52.5
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ แบบของรถที่นำมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการโตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด คือ รถเก๋ง ร้อยละ 52.5 รองลงมา รถกระบะ ร้อยละ 47.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อรถ

สถานที่ซื้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	70	45.2
บริษัทนิมพานิช เชียงใหม่ จำกัด	20	12.9
โตโยต้ากำแพงเพชร	2	1.3
โตโยต้ากรุงเทพมหานคร	35	22.6
โตโยต้าพิชญโลก	3	1.9
โตโยต้าเชียงราย	15	9.7
โตโยต้าสมุทรสาคร	1	0.6
โตโยต้าลำปาง	5	3.2
โตโยต้าอุดรดิตถ์	2	1.3
นครสวรรค์	2	1.3
รวม	155	100.0

หมายเหตุ : ไม่ตอบ จำนวน 123 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถจากบริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด ร้อยละ 45.2 รองลงมา โตโยต้ากรุงเทพมหานคร ร้อยละ 22.6 และบริษัท นิมพานิช เชียงใหม่ จำกัด ร้อยละ 12.9

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อรถยนต์

ลักษณะการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเงินสด	86	30.9
ซื้อเงินผ่อน	192	69.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกลักษณะการซื้อรถยนต์มากที่สุด คือ ซื้อเงินผ่อน ร้อยละ 69.1 ซื้อเงินสด ร้อยละ 30.9



ตารางที่ 12 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด

จำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	121	43.5
2 คัน	106	38.2
3 คัน	34	12.2
4 คัน	9	3.2
5 คัน	7	2.5
7 คัน	1	.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด 1 คัน ร้อยละ 43.5 รองลงมา 2 คัน ร้อยละ 38.2 และ 3 คัน ร้อยละ 12.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อรถ

ระยะเวลาที่ซื้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	95	34.2
1-2 ปี	98	35.3
3-4 ปี	46	16.5
5 ปีขึ้นไป	39	14.0
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ระยะเวลาที่ซื้อรถ

1 – 2 ปี ร้อยละ 35.3 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 34.2 และ 3 – 4 ปี ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของรถยนต์

ลักษณะของรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
มือแรก	237	85.2
มือสอง	41	14.8
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะของรถยนต์ คือ มือแรก ร้อยละ 85.2 รองลงมา มือสอง ร้อยละ 14.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการรักษาและซ่อมดูแลรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

ตารางที่ 15 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัดในปีที่ผ่านมา

การใช้บริการในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	49	17.6
2 ครั้ง	70	25.2
3 ครั้ง	50	18.0
4 ครั้ง	23	8.3
5 ครั้ง	36	12.9
6 ครั้ง	17	6.1
มากกว่า 6 ครั้ง	33	11.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ในปีที่ผ่านมาจำนวนมากที่สุด คือ 2 ครั้ง ร้อยละ 25.2 รองลงมา 3 ครั้ง ร้อยละ 18.0 และ 1 ครั้ง ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการดูแลรักษารถ

สถานการณ์	การดูแล ซ่อมแซม					
	เข้าศูนย์ บริการ	ปั้มน้ำมัน	ร้านซ่อม ทั่วไป	ดูแลเองหรือ ให้คนรู้จัก ดูแล	ยังไม่เคย พบปัญหา ดังกล่าว	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตรวจเช็คตามระยะเวลา ประกัน	255 (91.7)	0 (0.0)	7 (2.5)	3 (1.1)	13 (4.7)	278 (100.0)
ตรวจเช็คตามระยะเวลา กำหนดทุก 10,000 กิโลเมตร	253 (91.0)	5 (1.8)	7 (2.5)	5 (1.8)	8 (2.9)	278 (100.0)
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	230 (82.7)	24 (8.6)	12 (4.3)	4 (1.4)	8 (2.9)	278 (100.0)
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ผ้า เบรก	222 (79.9)	8 (2.9)	20 (7.2)	5 (1.8)	23 (8.3)	278 (100.0)
เปลี่ยนอะไหล่บางชิ้นที่ ต้องเปลี่ยนเพราะหมดสภาพ หรือหมดอายุการใช้งาน เช่น สายพานเครื่อง ยางหุ้ม เพลลา	195 (70.1)	5 (1.8)	23 (8.3)	2 (0.7)	53 (19.1)	278 (100.0)
รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ เล็กน้อย	142 (51.1)	7 (2.5)	54 (19.4)	21 (7.6)	54 (19.4)	278 (100.0)
รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ ระดับมาก	179 (64.4)	2 (.7)	24 (8.6)	1 (0.4)	72 (25.9)	278 (100.0)
การซ่อมตัวถังและสีรถยนต์	138 (49.6)	5 (1.8)	56 (20.1)	4 (1.4)	75 (27.0)	278 (100.0)
ตรวจเช็คตามจุดที่เกิด ปัญหา (นอกเหนือจาก ด้านเครื่องยนต์)	171 (61.5)	5 (1.8)	44 (15.8)	20 (7.2)	38 (13.7)	278 (100.0)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดวิธีการดูแลซ่อมแซมรถยนต์ โดยตรวจเช็คตามระยะเวลาประกัน เข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 91.7 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 2.5 และดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 1.1

ตรวจเช็คตามระยะเวลาที่กำหนดทุก 10,000 กิโลเมตร วิธีการดูแลรักษา โดยเข้าศูนย์บริการ มากที่สุดร้อยละ 91.0 รองลงมาร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 2.5 และปั้มน้ำมัน และดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล เท่ากัน ร้อยละ 1.8

เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 82.7 รองลงมาปั้มน้ำมัน ร้อยละ 8.6 ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 4.3 และดูแลหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 1.4

เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ผ้าเบรก วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 79.9 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 7.2 ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 2.9 และดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 1.8

เปลี่ยนอะไหล่บางชิ้นที่ต้องการเปลี่ยนเพราะหมดสภาพหรือหมดอายุการใช้งาน เช่นสายพานเครื่อง ขางหุ้มเพลลา วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 70.1 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 8.3 ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 1.8 และ ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 0.7

รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์เล็กน้อย วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 51.1 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 19.4 ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 7.6 และ ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 2.5

รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ระดับมาก วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 49.6 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 20.1 ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 1.8 และ ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 1.4

ตรวจเช็คตามจุดที่เกิดปัญหา (นอกเหนือจากด้านเครื่องยนต์) วิธีการดูแลรักษาโดยเข้าศูนย์บริการมากที่สุด ร้อยละ 61.5 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 15.8 ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 7.2 และ ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 17 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่น่ารณมาช่อมที่ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

วันที่น่ารณมาช่อมที่ศูนย์บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	184	66.1
วันเสาร์	94	33.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วันที่น่ารณมาช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัดมากที่สุดคือ วันจันทร์ – วันศุกร์ ร้อยละ 66.1 รองลงมาวันเสาร์ ร้อยละ 33.5

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่น่ารณมาช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

ช่วงเวลาที่น่ารณมาช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงก่อนไปทำงาน	130	46.8
วันหยุด	95	34.2
กลางวันช่วงพักงาน	36	12.9
อื่นๆ	17	6.1
รวม	278	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ แล้วยแต่สะดวก (11) ไม่นั่นอน (3) เวลาทำงาน (2) เวลา 10.00 น. (1)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่น่ารณมาช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัดคือ ช่วงก่อนไปทำงาน ร้อยละ 46.8 รองลงมา วันหยุด ร้อยละ 34.2 และ กลางวันช่วงพักงาน ร้อยละ 12.9

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการโทรนัดหมายก่อนนำรถไปซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

การโทรนัดหมายก่อนนำไปซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
โทรทุกครั้ง	93	33.4
โทรบางครั้ง	127	45.7
ไม่เคยนัดหมายล่วงหน้าเลย	58	20.9
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การโทรนัดหมายก่อนนำรถไปซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด คือ โทรบางครั้ง ร้อยละ 45.7 รองลงมา โทรทุกครั้ง ร้อยละ 33.4 และไม่เคยนัดหมายล่วงหน้าเลย ร้อยละ 20.9

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถมาซ่อมที่ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

การนำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ	181	65.1
ให้คนอื่นขับรถตามมารับและทิ้งรถของท่านไว้ซ่อม	54	19.4
ทิ้งรถไว้ซ่อมแล้วขึ้นรถสองแถวกลับ	26	9.4
ให้ลูกน้อง/คนอื่นเอาไปซ่อมให้	9	3.2
อื่นๆ	8	2.9
รวม	278	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ใช้บริการของบริษัท (5) ไม่นั่นเองแล้ววางก็มาเอง (3)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การนำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุดคือ ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ ร้อยละ 65.1 รองลงมา ให้คนอื่นขับรถตามมารับและทิ้งรถของท่านไว้ซ่อม ร้อยละ 19.4 และทิ้งรถไว้ซ่อมแล้วขึ้นรถสองแถวกลับ ร้อยละ 9.4



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

บริการที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	224	80.6
ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย	88	31.7
ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ	64	23.0
ตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน	35	12.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 278 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุดคือ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ร้อยละ 80.6 รองลงมา ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 31.7 และ ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 23.0

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ครั้งสุดท้าย ที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด

บริการครั้งสุดท้ายที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	208	74.8
ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย	44	15.8
ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิด อุบัติเหตุ	11	4.0
ตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน	15	5.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการที่เคยใช้ครั้งสุดท้าย ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด คือ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ร้อยละ 73.4 รองลงมา ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 15.8 และตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการครั้งสุดท้าย

ระยะเวลาที่ใช้บริการครั้งสุดท้าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา	85	30.6
เกิน 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน	76	27.3
เกิน 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน	81	29.1
เกิน 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	30	10.8
มากกว่าหนึ่งปีขึ้นไป	6	2.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาที่ใช้บริการครั้งสุดท้ายมากที่สุด คือ ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 30.6 รองลงมา เกิน 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน ร้อยละ 29.1 และ เกิน 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 27.3

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการ

เหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รดยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน	196 (70.5)	68 (24.5)	10 (3.6)	1 (0.4)	3 (1.0)	4.63 (มากที่สุด)	4
ความน่าเชื่อถือและฝีมือของช่างซ่อม	181 (65.1)	92 (33.1)	4 (1.4)	0 (0.0)	1 (0.4)	4.63 (มากที่สุด)	4
ความสะอาดภายในและภายนอกรถหลังการซ่อม	133 (47.8)	122 (43.9)	18 (6.5)	2 (0.7)	3 (1.1)	4.37 (มาก)	14
ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการโดยรวม	183 (65.8)	92 (33.1)	3 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65 (มากที่สุด)	3
ราคาสมเหตุสมผล	129 (46.4)	118 (42.4)	26 (9.4)	5 (1.8)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	16
ราคามีมาตรฐาน	143 (51.4)	119 (42.8)	12 (4.2)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	11
มีการอธิบายรายการซ่อมและค่าใช้จ่ายหลังการซ่อม	143 (51.4)	122 (43.8)	11 (4.0)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.46 (มาก)	10
มีอะไหล่ที่ต้องการเป็นของแท้ (มันใจ)	200 (71.9)	76 (27.2)	2 (0.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71 (มากที่สุด)	1
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ	181 (65.1)	90 (32.4)	7 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.63 (มากที่สุด)	4
มีการรับประกันงานซ่อม	183 (65.8)	85 (30.6)	9 (3.2)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.62 (มากที่สุด)	5
ความซื่อสัตย์ของศูนย์บริการต่อลูกค้า	196 (70.5)	73 (26.3)	9 (3.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67 (มากที่สุด)	2
มีรถสำรองให้ใช้	91 (32.7)	81 (29.2)	57 (20.5)	19 (6.8)	30 (10.8)	3.66 (มาก)	22

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการ (ต่อ)

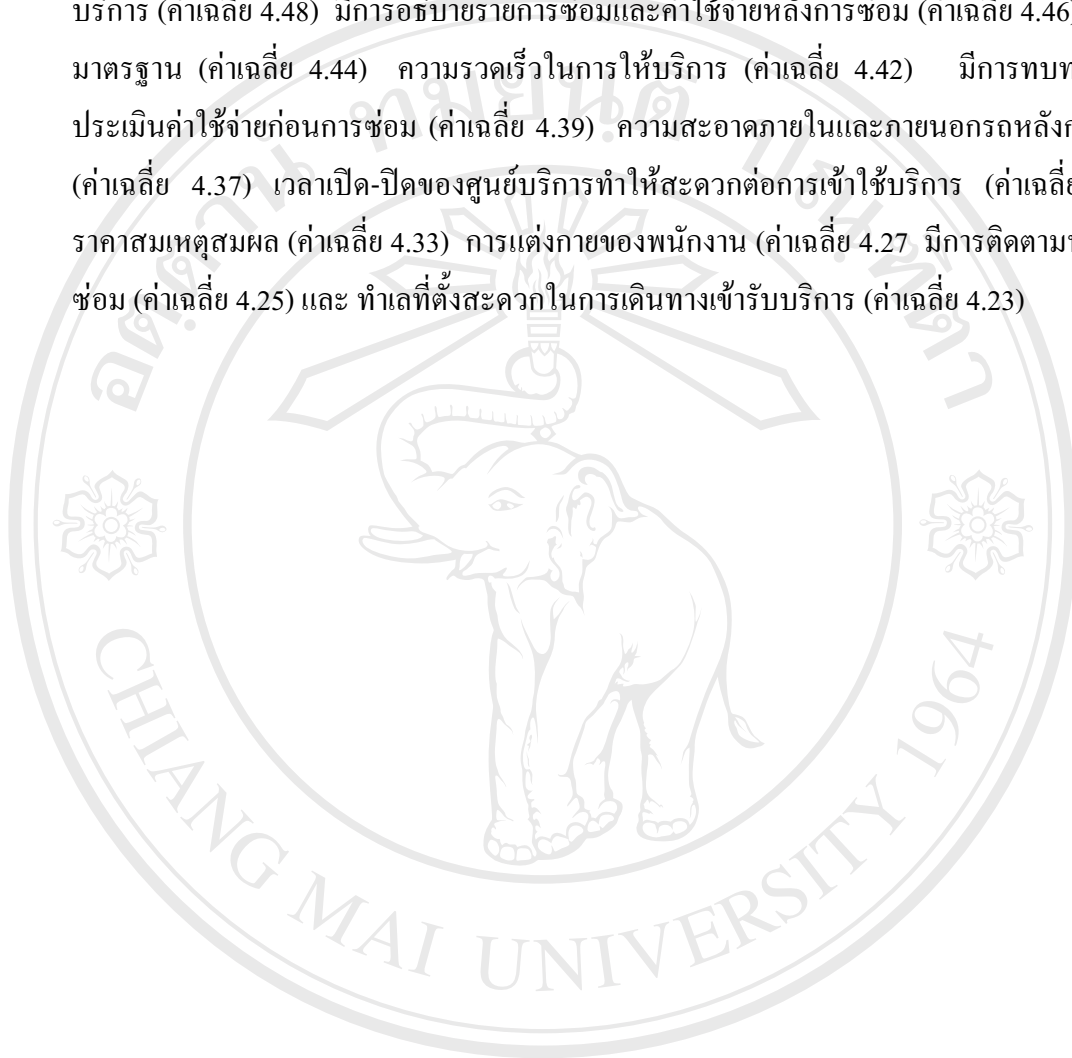
เหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความรวดเร็วในการให้บริการ	147 (52.9)	109 (39.2)	17 (6.1)	3 (1.1)	2 (0.7)	4.42 (มาก)	12
สามารถซ่อมเสร็จได้ตรงตาม เวลาที่สัญญา	169 (60.8)	97 (34.8)	10 (3.6)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.55 (มากที่สุด)	7
ความทันสมัยและครบถ้วน ของเครื่องมือและอุปกรณ์ ในการให้บริการ	174 (62.6)	98 (35.2)	6 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	6
มีวิธีการและขั้นตอนให้ บริการที่อำนวยความสะดวก สบายแก่ผู้เข้ารับบริการ	156 (56.0)	111 (39.9)	9 (3.2)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)	8
สถานที่ให้บริการโอ้โคง ใหญ่โต	100 (36.0)	121 (43.5)	38 (13.6)	11 (4.0)	8 (2.9)	4.06 (มาก)	20
ชื่อเสียงของศูนย์บริการ	160 (57.6)	96 (34.5)	19 (6.8)	1 (0.4)	2 (0.7)	4.48 (มาก)	9
เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการ ทำให้สะดวกต่อการเข้าใช้ บริการ	126 (45.3)	126 (45.3)	23 (8.3)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	15
พนักงานบริการด้วยความ สุภาพ	164 (59.0)	104 (37.4)	10 (3.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	7
พนักงานมีอัธยาศัยดี	157 (56.5)	116 (41.7)	5 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	7
การแต่งกายของพนักงาน	119 (42.8)	119 (42.8)	37 (13.3)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.27 (มาก)	17
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	64 (23.0)	102 (36.7)	80 (28.8)	16 (5.8)	16 (5.8)	3.65 (มาก)	23

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการ (ต่อ)

เหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ	109 (39.2)	130 (46.8)	36 (12.9)	1 (0.4)	2 (0.7)	4.23 (มาก)	19
ผลการซ่อมที่ผ่านมาน่าพอใจ (แก้ไขปัญหาก็ถูกต้อง)	172 (61.9)	90 (32.4)	12 (4.3)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	7
มีการติดตามหลังการซ่อม	124 (44.6)	105 (37.7)	45 (16.2)	3 (1.1)	1 (0.4)	4.25 (มาก)	18
ได้รับบัตร/คู่มือส่วนลดค่าบริการ	104 (37.4)	75 (27.0)	73 (26.3)	16 (5.8)	10 (3.6)	3.89 (มาก)	21
มีการทบทวนและประเมิน ค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม	141 (50.7)	112 (40.3)	20 (7.2)	3 (1.1)	2 (0.7)	4.39 (มาก)	13

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอะไหล่ที่ตรงการเป็นของแท้ (มันใจ) (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาความซื่อสัตย์ของศูนย์บริการต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.67) และ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.65) รอดังอยู่ในระยะเวลาประกัน และความน่าเชื่อถือและฝีมือของช่าง มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) มีการรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.62) ความทันสมัยและครบถ้วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) สามารถซ่อมเสร็จได้ตรงตามเวลาที่สัญญา พนักงานบริการด้วยความสุภาพ พนักงานมีอัธยาศัยดี และผลการซ่อมที่ผ่านมาน่าพอใจ (แก้ไขปัญหาก็ถูกต้อง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีวิธีการและขั้นตอนให้บริการที่อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้เข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

สำหรับเหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการโตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ชื่อเสียงของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีการอธิบายรายการซ่อมและค่าใช้จ่ายหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.46) ราคามีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีการทบทวนและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความสะอาดภายในและภายนอกรถหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.37) เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการทำให้สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.33) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการติดตามหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการ  
รถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 25 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อ มารับรถกลับ	169 (60.8)	84 (30.2)	22 (7.9)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.50 (มากที่สุด)
การรับประกันงานซ่อม	164 (59.0)	90 (32.4)	20 (7.2)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	163 (58.6)	84 (30.2)	24 (8.7)	7 (2.5)	0 (0.0)	4.45 (มาก)
รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนด นัดหมาย	149 (53.6)	93 (33.5)	29 (10.4)	7 (2.5)	0 (0.0)	4.38 (มาก)
ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์ บริการ โดยทั่วไป	145 (52.1)	101 (36.3)	25 (9.0)	6 (2.2)	1 (0.4)	4.38 (มาก)
ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์ บริการ	148 (53.2)	98 (35.3)	27 (9.7)	5 (1.8)	0 (0.0)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.43 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่  
ในระดับมากที่สุด คือ ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อมารับรถกลับ และการรับประกันงานซ่อม  
(ค่าเฉลี่ย 4.50) และปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ ได้แก่ มี  
อะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40)  
ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.38)



ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อ ท่านมารับรถกลับ	101 (36.3)	107 (38.5)	64 (23.0)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.09 (มาก)
การรับประกันงานซ่อม	95 (34.2)	113 (40.6)	62 (22.3)	8 (2.9)	0 (0.0)	4.06 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	96 (34.5)	110 (39.6)	61 (21.9)	11 (4.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)
รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนด นัดหมาย	89 (32.0)	116 (41.7)	55 (19.8)	15 (5.4)	3 (1.1)	3.98 (มาก)
ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์ บริการโดยทั่วไป	106 (38.1)	106 (38.1)	62 (22.3)	3 (1.1)	1 (0.4)	4.13 (มาก)
ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์ บริการ	109 (39.2)	103 (37.0)	58 (20.9)	5 (1.8)	3 (1.1)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ	151 (54.3)	90 (32.4)	32 (11.5)	2 (0.7)	3 (1.1)	4.38 (มาก)
ความยุติธรรมของราคาอะไหล่	142 (51.1)	94 (33.8)	39 (14.0)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.37 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความยุติธรรมของราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความยุติธรรมของค่าแรง บริการ	66 (23.7)	81 (29.1)	93 (33.5)	33 (11.9)	5 (1.8)	3.61 (มาก)
ความยุติธรรมของราคา อะไหล่	64 (23.0)	79 (28.4)	97 (34.9)	33 (11.9)	5 (1.8)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ย						3.60 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก  
เรียงลำดับ คือ ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความยุติธรรมของราคาอะไหล่  
(ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ	138 (49.6)	106 (38.1)	31 (11.2)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.36 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	128 (46.0)	110 (39.6)	36 (12.9)	3 (1.1)	1 (0.4)	4.30 (มาก)
ความสะอาดของศูนย์บริการ	138 (49.6)	108 (38.9)	29 (10.4)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.37 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	128 (46.0)	90 (32.4)	54 (19.4)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.22 (มาก)
ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจรไปมา	119 (42.8)	104 (37.4)	49 (17.6)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.21 (มาก)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	129 (46.4)	109 (39.2)	39 (14.0)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	155 (55.8)	96 (34.5)	22 (7.9)	5 (1.8)	0 (0.0)	4.44 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	111 (39.9)	115 (41.4)	51 (18.3)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.21 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	174 (62.6)	73 (26.3)	27 (9.7)	1 (0.4)	3 (1.1)	4.49 (มาก)
ความสะอาดสวยงามและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ	146 (52.5)	84 (30.2)	42 (15.1)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.32 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีเครื่องมือ และอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความสะอาดของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการ ติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะดวกสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ขนาดของ ศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีที่จอดรถ เพียงพอ และสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) และทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร ไปมา และ การตกแต่งสถานที่ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ	108 (38.8)	132 (47.5)	32 (11.5)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.23 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	152 (54.7)	84 (30.2)	35 (12.6)	2 (0.7)	5 (1.8)	4.35 (มาก)
ความสะอาดของศูนย์บริการ	146 (52.5)	99 (35.6)	29 (10.4)	1 (0.4)	3 (1.1)	4.38 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	119 (42.8)	103 (37.1)	37 (13.3)	12 (4.3)	7 (2.5)	4.13 (มาก)
ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจรไปมา	132 (47.5)	80 (28.8)	52 (18.7)	8 (2.9)	6 (2.2)	4.17 (มาก)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	101 (36.3)	144 (51.8)	27 (9.7)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.22 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	111 (39.9)	97 (34.9)	68 (24.5)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.14 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	119 (42.8)	116 (41.7)	39 (14.0)	3 (1.1)	1 (0.4)	4.26 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	110 (39.6)	135 (48.6)	29 (10.4)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.26 (มาก)
ความสะอาดสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ	148 (53.3)	99 (35.6)	24 (8.6)	5 (1.8)	2 (0.7)	4.39 (มาก)
						ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะดวกสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความสะอาดของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการ ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.35) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ และความทันสมัยของอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจรไปมา (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีเครื่องมือ และอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคาดหวัง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่า อะไหล่	140 (50.3)	90 (32.4)	43 (15.5)	4 (1.4)	1 (0.4)	4.31 (มาก)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้อ งนำรถเข้าตรวจเช็ค	128 (46.0)	99 (35.6)	45 (16.2)	3 (1.1)	3 (1.1)	4.24 (มาก)
วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อ กับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร	108 (38.8)	127 (45.7)	39 (14.0)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.22 (มาก)
สื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชา- สัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ	96 (34.5)	122 (43.9)	52 (18.7)	7 (2.5)	1 (0.4)	4.10 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้ รับจากเอกสารต่างๆ	112 (40.3)	117 (42.1)	42 (15.1)	7 (2.5)	0 (0.0)	4.20 (มาก)
การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่าน และศึกษา	120 (43.2)	104 (37.4)	46 (16.5)	8 (2.9)	0 (0.0)	4.21 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.21 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.31) บริษัทมีการแจ้ง ข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้อ งนำรถเข้าตรวจเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.24) วิธีการที่บริษัทใช้ ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 4.22) การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือ หนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ สื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชา-สัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)



ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่	49 (17.6)	75 (27.0)	80 (28.8)	46 (16.5)	28 (10.1)	3.26 (ปานกลาง)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือ แจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้า ตรวจเช็ค	70 (25.2)	70 (25.2)	107 (38.5)	26 (9.4)	5 (1.8)	3.63 (มาก)
วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้า เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร	57 (20.5)	85 (30.6)	112 (40.3)	19 (6.8)	5 (1.8)	3.61 (มาก)
สื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ	52 (18.7)	79 (28.4)	124 (44.6)	17 (6.1)	6 (2.2)	3.55 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับ จากเอกสารต่างๆ	59 (21.2)	86 (30.9)	110 (39.6)	17 (6.1)	6 (2.2)	3.63 (มาก)
การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือ หนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุง ให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา	55 (19.8)	89 (32.0)	104 (37.4)	24 (8.6)	6 (2.2)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.55) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็คความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.59) สื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ	175 (62.9)	80 (28.8)	20 (7.2)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.54 (มากที่สุด)
ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	168 (60.4)	87 (31.3)	19 (6.8)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานผู้ให้บริการ	173 (62.2)	86 (30.9)	17 (6.1)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.54 (มากที่สุด)
ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม	173 (62.2)	80 (28.8)	22 (7.9)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.52 (มากที่สุด)
มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ	153 (55.0)	97 (34.9)	25 (9.0)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.44 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน	172 (61.9)	78 (28.1)	25 (9.0)	3 (1.1)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้	177 (63.7)	73 (26.3)	26 (9.4)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.53 (มากที่สุด)
มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน	146 (52.5)	103 (37.1)	25 (9.0)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.41 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.50 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับ คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ และ ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานผู้ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.54) พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ	123 (44.2)	91 (32.7)	59 (21.2)	3 (1.1)	2 (0.7)	4.19 (มาก)
ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	123 (44.2)	90 (32.4)	55 (19.8)	9 (3.2)	1 (0.4)	4.17 (มาก)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานผู้ให้บริการ	124 (44.6)	100 (36.0)	48 (17.3)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.23 (มาก)
ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม	126 (45.3)	99 (35.6)	45 (16.2)	7 (2.5)	1 (0.4)	4.23 (มาก)
มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ	130 (46.8)	99 (35.6)	45 (16.2)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.28 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน	105 (37.8)	104 (7.4)	63 (22.7)	5 (1.8)	1 (0.4)	4.10 (มาก)
พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้	103 (37.1)	100 (36.0)	64 (23.0)	10 (3.6)	1 (0.4)	4.06 (มาก)
มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน	97 (34.9)	112 (40.3)	62 (22.3)	6 (2.2)	1 (0.4)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.17 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานผู้ให้บริการ และความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก	167 (60.1)	91 (32.7)	19 (6.8)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.53 (มากที่สุด)
เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม	119 (42.8)	137 (49.3)	18 (6.5)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.33 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม	119 (42.8)	125 (45.0)	30 (10.8)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.29 (มาก)
ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ	137 (49.3)	120 (43.2)	18 (6.5)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.40 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	137 (49.3)	108 (38.8)	32 (11.5)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.37 (มาก)
พนักงานสุภาพละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม	144 (51.8)	105 (37.8)	29 (10.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.39 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ พนักงานสุภาพละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.41) ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.37) เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.33) และขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก	114 (41.0)	117 (42.1)	41 (14.7)	6 (2.2)	0 (0.0)	4.22 (มาก)
เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม	101 (36.3)	138 (49.6)	31 (11.2)	6 (2.2)	2 (0.7)	4.19 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม	77 (27.7)	150 (54.0)	45 (16.2)	2 (0.7)	4 (1.4)	4.06 (มาก)
ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ	95 (34.2)	121 (43.5)	55 (19.8)	5 (1.8)	2 (0.7)	4.09 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	74 (26.6)	99 (35.6)	87 (31.3)	8 (2.9)	10 (3.6)	3.79 (มาก)
พนักงานสุภาพละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม	102 (36.7)	123 (44.2)	46 (16.5)	6 (2.2)	1 (0.4)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานสุภาพละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ เสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อยของศูนย์บริการ	146 (52.5)	106 (38.1)	24 (8.6)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.42 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ	174 (62.6)	86 (30.9)	18 (6.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)
เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วน ในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับ การตรวจเช็คและซ่อม	175 (62.9)	85 (30.6)	16 (5.8)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)
ความสะดวกสบายและ บรรยากาศที่ให้บริการ	131 (47.1)	108 (38.8)	32 (11.5)	7 (2.5)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	119 (42.8)	122 (43.9)	33 (11.9)	4 (1.4)	0 (0.0)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.43 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) โดยมีความ  
คาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ  
และเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม เท่ากัน  
(ค่าเฉลี่ย 4.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะอาดและเป็น  
ระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ  
(ค่าเฉลี่ย 4.31) และการตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อยของศูนย์บริการ	106 (38.1)	134 (48.2)	31 (11.2)	5 (1.8)	2 (0.7)	4.21 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ	119 (42.8)	124 (44.6)	29 (10.4)	3 (1.1)	3 (1.1)	4.27 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วน ในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับ การตรวจเช็คและซ่อม	114 (41.0)	125 (45.0)	33 (11.9)	6 (2.2)	0 (0.0)	4.25 (มาก)
ความสะดวกสบายและ บรรยากาศที่ให้บริการ	96 (34.5)	135 (48.6)	37 (13.3)	9 (3.2)	1 (0.4)	4.14 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	91 (32.7)	134 (48.2)	49 (17.6)	3 (1.1)	1 (0.4)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.20 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยมีความ  
พึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ  
(ค่าเฉลี่ย 4.27) เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและ  
ซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความ  
สะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการตกแต่งสถานที่ให้บริการ  
(ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขาย

ลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	145	52.2
การจัดแพ็คเกจจากราคาพิเศษในการตรวจเช็ค หรือซ่อม	53	19.1
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการ เพื่อใช้แลกของรางวัล	22	7.9
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกการเข้ารับบริการ	38	13.7
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	20	7.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขายมากที่สุดคือ การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง ร้อยละ 52.2 รองลงมา การจัดแพ็คเกจจากราคาพิเศษในการตรวจเช็ค หรือซ่อม ร้อยละ 19.1 และ มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกการเข้ารับบริการ ร้อยละ 13.7



ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ	105	37.8
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	45	16.2
การโฆษณาผ่านสื่อ หนังสือพิมพ์	25	9.0
การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง	74	26.6
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	10	3.6
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่างๆ	6	2.2
อื่นๆ	13	4.7
รวม	278	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตัดสินใจเอง (6) จากพนักงานขายในบริษัท (4) บริษัทอยู่ใกล้บ้าน (2) จากคู่มือรถ (1)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ คือ การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 37.8 รองลงมา การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 26.6 และการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 16.2

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการบริการเสริม เช่น มีพนักงานออกไปให้บริการรับรถ-ส่งรถถึงสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน โดยมีการคิดค่าบริการเพิ่ม

ความต้องการบริการเสริม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	169	60.8
ไม่ต้องการ	109	39.2
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการบริการเสริมหากบริษัทฯ มีการให้บริการเสริม เช่น มีพนักงานออกไปให้บริการรับรถ-ส่งรถถึงสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน โดยมีการคิดค่าบริการเพิ่ม ร้อยละ 60.8 และไม่ต้องการบริการเสริม ร้อยละ 39.2

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการมีการให้บริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ

ความต้องการบริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมงแบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	215	77.3
ไม่ต้องการ	63	22.7
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการบริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ ร้อยละ 77.3 และไม่ต้องการ ร้อยละ 22.7

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทางเลือกในการใช้  
บริการซ่อมรถยนต์จากศูนย์บริการ

ทางเลือกในการใช้บริการซ่อมรถยนต์จากศูนย์บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อยู่แน่นอน	175	62.9
อาจจะใช้อยู่	100	36.0
เปลี่ยนแน่นอน	3	1.1
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทางเลือกในการใช้บริการ  
ซ่อมรถยนต์จากศูนย์บริการ โดยใช้อยู่แน่นอน ร้อยละ 62.9 อาจจะใช้อยู่ ร้อยละ 36.0 และ  
เปลี่ยนแน่นอน ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้เพื่อน หรือญาตินำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ

การแนะนำให้เพื่อนหรือญาตินำรถยนต์เข้ารับบริการ ที่ศูนย์บริการ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	192	69.1
อาจจะแนะนำ	82	29.5
ไม่แนะนำแน่นอน	4	1.4
รวม	278	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การ แนะนำให้เพื่อนหรือญาติ นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ มากที่สุดคือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 69.1 รองลงมา อาจ จะแนะนำ ร้อยละ 29.5 และไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ 1.4

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 45 แสดง จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบ

ปัญหา	จำนวน
อะไหล่ราคาแพงไป	7
ค่าแรงแพง	5
นำรถต่างยี่ห้อไปซ่อมแล้วล่าช้าเนื่องจากทางศูนย์ หอะไหล่ไม่ค่อยได้ ทำให้รถเสร็จไม่ทันตามกำหนด	1
เวลาเปิดทำการควรให้ตรงเวลาเพื่อที่จะได้ไม่มานั่งรอ	1
แผนกซ่อมตัวรถและสีรถ การบริการไม่ประทับใจ การอธิบายรายละเอียดไม่ชัดเจน การส่งมอบรถให้ลูกค้าไม่มีการตรวจเช็คที่ดีพอ ฯลฯ จึงเห็นควรให้บริษัทอบรมและปรับปรุงให้ดีขึ้น	1
ไม่แน่ใจว่ารถซื้อได้ยังไม่ถึงปี ระยะทางประมาณ 17,000 กม จะมีปัญหาเรื่องระบบเบรกทุกๆ คันหรือไม่ ถ้ามีจะเป็นเพราะคุณภาพของสินค้า หรือการใช้งาน แต่คิดว่าถ้าเป็นการใช้งานก็ไม่น่าจะเร็วขนาดนี้ แต่พอมาตรวจเช็ค จะต้องเสียค่าแรงต่างๆ ที่ยังไม่ถึงปี ตกลงบริษัทจะให้เป็นการะของผู้บริโภคใช้ไหม? (ซื้อรถใหม่เพราะไม่อยากจะซ่อมนะครับ) แต่นี่มันอะไรครับ น่าจะทบทวนเรื่องการบริการหลังการขายนะครับมันเสียความรู้สึก (แค่ค่าซ่อมรถไม่ก็กันบาทเสียได้ครับ ถ้ามันยุติธรรม)	1
เวลามาตรวจเช็คระยะหรือตั้งศูนย์ล้อยังมีอาการรถดิ่งซ้ายหรือขวา เหมือนเดิม และรอนานมากทำไมทำงานช้า อยากให้ทำงานเร็วๆ เนื่องจากรอนานมาก	1
เครื่องมือบางชนิดก็ล้ำสมัยกว่าของทางข้างนอก	1

ตารางที่ 46 แสดง จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
การรักษาเวลาตรงเป็นสิ่งที่บริษัทสหพาณิชย์ควรระวังให้มากที่สุด เพราะควรนัดหมายก่อนจะเข้าบริการ คือ ความมั่นใจ 100% เพราะลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่รวดเร็ว แน่นนอน	1
ลดราคาตรวจเช็ค – อะไหล่ให้มากที่สุดจะเป็นการดีสำหรับลูกค้า	5
ระบบคอมพิวเตอร์ Top save น่าจะดีกว่านี้ การค้นหาประวัติการซ่อมจะได้เร็วขึ้น	2
จัด Packet ราคาพิเศษในการตรวจเช็ค หรือซ่อม ลดราคาอะไหล่ / ค่าแรง	3
เรื่องสถานที่สำหรับลูกค้ารอรับรถ อยากให้มีที่นั่งสำหรับลูกค้าให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้า	3
หากมีส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกให้ทราบโดยส่งเอกสาร ไปให้ลูกค้า	
อยากเห็นสภาพรถที่สะอาดออกจากศูนย์ซ่อมทุกครั้ง	2
Customer is the king การให้บริการของพนักงานขายที่ดี มีความสุภาพให้ความสำคัญแก่ลูกค้าโดยเท่าเทียมกัน เป็นสิ่งที่สำคัญมาก ข้าพเจ้าจะเลือกใช้บริการเฉพาะสถานที่ที่ให้ความสำคัญแก่ลูกค้า มาอันดับ 1	1
ลูกค้าซื้อรถครั้งต่อไป (ลูกค้าเดิม) ควรจะมีส่วนลดที่พิเศษหรือมีโปรโมชั่นพิเศษ แก่ลูกค้าที่ซื้ออีกครั้ง	3
คิดราคาลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ	5
โดยภาพรวมก็ดีอยู่แล้ว อยากให้รักษามาตรฐานอย่างนี้ตลอดไป	5
ควรคิดค่าแรง, ค่าอะไหล่ในราคาที่ยุติธรรม (ไม่มุ่งกำไรมากเกินไป)	2
อยากให้ราคาของอะไหล่ถูกกว่านี้อีกนิดหนึ่ง รู้สึกว่าราคาอะไหล่แพงมาก และต้องรออะไหล่หลายวัน และอยากให้พนักงานอะไหล่มาอยู่ด้านบนที่รับรถบ้าง เวลาถามอะไหล่บางอย่างต้องเข้าไปถามและรอนาน	1

ตารางที่ 46 แสดง จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะในการให้บริการ (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
ผมอยากแนะนำเรื่องของรถมีปัญหาอยากให้ช่างคอยอยู่ด้านหน้าสักคน ไม่ใช่ว่าพอมันรถมาต้องคอยหัวหน้าออกมา รู้สึกว่าผมรอนาน อยากให้รวดเร็วกว่านี้หน่อย และอีกอย่างเรื่องปัญหาเกี่ยวกับรถ Toyota Hilux Tiger 5L มีปัญหาบริเวณหม้อกรองอากาศรู้สึกว่าแก็งไม่หายสักที	1
ควรมีการอบรมให้แก่พนักงานซ่อมรถเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้อยู่เป็นระยะๆ เพื่อประโยชน์ภายในการจัดการและตรวจสอบรถได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลการเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่พนักงานและชื่อเสียงของบริษัทต่อไป	1
ควรตรวจสอบความเรียบร้อยของรถให้เรียบร้อยก่อนส่งคืนลูกค้า	1
ควรเพิ่มความสามารถเฉพาะทางของช่างให้มากขึ้น	1

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการรักษาและซ่อมดูแลรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ในปีที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ

การใช้บริการในปีที่ผ่านมา	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	35	18.7	14	15.4	49	17.6
2 ครั้ง	35	18.7	35	38.5	70	25.2
3 ครั้ง	41	21.9	9	9.9	50	18.0
4 ครั้ง	18	9.6	5	5.5	23	8.3
5 ครั้ง	19	10.2	17	18.7	36	12.9
6 ครั้ง	12	6.4	5	5.5	17	6.1
มากกว่า 6 ครั้ง	27	9.7	6	2.2	33	11.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ในปีที่ผ่านมา 3 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 21.9 ใช้บริการ 3 ครั้ง รองลงมา 1 ครั้ง และ 2 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 18.7

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 38.5 ใช้บริการ 2 ครั้ง รองลงมา 5 ครั้ง ร้อยละ 18.7



ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการตรวจเช็คตามระยะเวลาประกัน จำแนกตามเพศ

ตรวจเช็คตามระยะเวลาประกัน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่บริการ	172	92.0	83	91.2	255	91.7
ปิ่นน้ำมัน	0	-	0	-	0	-
ร้านซ่อมทั่วไป	2	1.1	5	5.5	7	2.5
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	2	1.1	1	1.1	3	1.1
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	11	5.9	2	2.2	13	4.7
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายวิธีการตรวจเช็คตามระยะเวลาประกัน โดยเข้าสู่บริการ ร้อยละ 92.0 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไปและดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 1.1 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการตรวจเช็คตามระยะเวลาประกัน โดยเข้าสู่บริการ ร้อยละ 91.2 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการตรวจเช็คตามระยะเวลากำหนดทุก 10,000 กิโลเมตร จำแนกตามเพศ

ตรวจเช็คตามระยะเวลากำหนด ทุก 10,000 กิโลเมตร	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่ศูนย์บริการ	171	91.4	82	90.1	253	91.0
ปั้มน้ำมัน	4	2.1	1	1.1	5	1.8
ร้านซ่อมทั่วไป	2	1.1	5	5.5	7	2.5
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	4	2.1	1	1.1	5	1.8
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	6	3.2	2	2.2	8	2.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายวิธีการตรวจเช็คตามระยะเวลากำหนดทุก 10,000 กิโลเมตร โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 91.4 รองลงมา ปั้มน้ำมัน และดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล ร้อยละ 2.1 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการดูแลรักษารถตามระยะเวลากำหนดทุก 10,000 กิโลเมตร โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 90.1 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง จำแนกตามเพศ

เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่ศูนย์บริการ	152	81.3	78	85.7	230	82.7
ปั้มน้ำมัน	18	9.6	6	6.6	24	8.6
ร้านซ่อมทั่วไป	8	4.3	4	4.4	12	4.3
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	4	2.1	0	0.0	4	1.4
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	6	3.2	2	2.2	8	2.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 81.3 รองลงมา ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 9.6

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 85.7 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 6.6

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ผ้าเบรก จำแนกตามเพศ

เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ผ้าเบรก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่ศูนย์บริการ	154	82.4	68	74.7	222	79.9
ป้อน้ำมัน	5	2.7	3	3.3	8	2.9
ร้านซ่อมทั่วไป	11	5.9	9	9.9	20	7.2
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	4	2.1	1	1.1	5	1.8
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	13	7.0	10	11.0	23	8.3
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ผ้าเบรก โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 82.4 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 5.9 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก/ ผ้าเบรก โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 74.7 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 9.9

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเปลี่ยนอะไหล่ บางชิ้นที่ต้องการเปลี่ยนเพราะหมดสภาพหรือหมดอายุการใช้งาน เช่น สายพานเครื่อง ยางหุ้มเพลลา จำแนกตามเพศ

เปลี่ยนอะไหล่บางชิ้นที่ต้องการ เปลี่ยนเพราะหมดสภาพหรือ หมดอายุการใช้งาน เช่น สาย พานเครื่อง ยางหุ้มเพลลา	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าศูนย์บริการ	132	70.6	63	69.2	195	70.1
ป้อนน้ำมัน	5	2.7	0	0.0	5	1.8
ร้านซ่อมทั่วไป	12	6.4	11	12.1	23	8.3
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	2	1.1	0	0.0	2	0.7
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	36	19.3	17	18.7	53	19.1
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายวิธีการเปลี่ยนอะไหล่บางชิ้นที่ต้องการเปลี่ยนเพราะหมดสภาพหรือหมดอายุการใช้งาน เช่น สายพานเครื่อง ยางหุ้มเพลลา โดยเข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 70.6 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 6.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงการเปลี่ยนอะไหล่บางชิ้นที่ต้องการเปลี่ยนเพราะหมดสภาพหรือหมดอายุการใช้งาน เช่น สายพานเครื่อง ยางหุ้มเพลลา โดยเข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 69.2 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 12.1

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการดูแลรักษารถมี  
ปัญหาด้านเครื่องยนต์เล็กน้อย จำแนกตามเพศ

รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ เล็กน้อย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าศูนย์บริการ	96	51.3	46	50.5	142	51.1
ป้อน้ำมัน	5	2.7	2	2.2	7	2.5
ร้านซ่อมทั่วไป	36	19.3	18	19.8	54	19.4
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	16	8.6	5	5.5	21	7.6
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	34	18.2	20	22.0	54	19.4
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย วิธีการดูแลรถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์  
เล็กน้อย โดยเข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 51.3 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 19.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการดูแลรถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์เล็กน้อย โดยเข้า  
ศูนย์บริการ ร้อยละ 50.5 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 19.8

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการดูแลรักษารถมี ปัญหาด้านเครื่องยนต์ระดับมาก จำแนกตามเพศ

รถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ ระดับมาก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าศูนย์บริการ	122	65.2	57	62.9	179	54.4
ปั้มน้ำมัน	1	0.5	1	1.1	2	0.7
ร้านซ่อมทั่วไป	13	7.0	11	12.1	24	8.6
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	1	0.5	0	0.0	1	0.4
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	50	26.7	22	24.2	72	25.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย วิธีการดูแลรักษารถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ระดับมาก โดยเข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 65.2 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 7.0 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงรถมีปัญหาด้านเครื่องยนต์ระดับมาก โดยเข้าศูนย์บริการ ร้อยละ 62.9 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 12.1

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ จำแนกตามเพศ

การซ่อมตัวถังและสีรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่ศูนย์บริการ	91	48.7	47	51.6	138	64.4
ปัดน้ำมัน	3	1.6	2	2.2	5	1.8
ร้านซ่อมทั่วไป	40	21.4	16	17.6	56	20.1
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	4	2.1	0	0.0	4	1.4
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	49	26.2	26	28.6	75	27.0
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย วิธีการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์ โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 48.7 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 21.4 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการซ่อมตัวถังและสีรถยนต์โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 51.6 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 17.6



ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการตรวจเช็คตามจุดที่เกิดปัญหา (นอกเหนือจากด้านเครื่องยนต์) จำแนกตามเพศ

วิธีการตรวจเช็คตามจุดที่เกิดปัญหา (นอกเหนือจากด้านเครื่องยนต์)	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าสู่ศูนย์บริการ	114	61.0	57	62.6	171	61.5
ปั้มน้ำมัน	3	1.6	2	2.2	5	1.8
ร้านซ่อมทั่วไป	29	15.5	15	16.5	44	15.8
ดูแลเองหรือให้คนรู้จักดูแล	16	8.6	4	4.4	20	7.2
ยังไม่เคยพบปัญหาดังกล่าว	25	13.4	13	14.3	38	13.7
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย วิธีการตรวจเช็คตามจุดที่เกิดปัญหา (นอกเหนือจากด้านเครื่องยนต์) โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 61.0 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 15.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงวิธีการตรวจเช็คตามจุดที่เกิดปัญหา (นอกเหนือจากด้านเครื่องยนต์) โดยเข้าสู่ศูนย์บริการ ร้อยละ 62.6 รองลงมา ร้านซ่อมทั่วไป ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

วันที่นำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	125	66.9	59	64.8	184	66.1
วันเสาร์	62	33.1	32	35.2	94	33.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่วันที่นำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุดคือวันจันทร์ – วันศุกร์ รองลงมา วันเสาร์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.9 วันที่นำรถมาซ่อมรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด วันจันทร์- วันศุกร์ รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ ร้อยละ 33.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.8 วันที่นำรถมาซ่อมรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด วันจันทร์- วันศุกร์ รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ ร้อยละ 35.2

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่นำรถมา  
 ช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่นำรถมาช่อมที่ศูนย์ บริการ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงก่อนไปทำงาน	83	44.4	47	51.6	130	46.8
วันหยุด	61	32.6	34	37.4	95	34.2
กลางวันช่วงพักงาน	29	15.5	7	7.7	36	12.9
อื่นๆ	14	7.5	3	3.3	17	6.1
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ช่วงเวลา  
 ที่นำรถมาช่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด คือ  
 ช่วงก่อนไปทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.4 ช่วงเวลาที่นำรถมาช่อมที่ศูนย์  
 บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด คือ ช่วงก่อนไปทำงาน รองลงมา  
 วันหยุด ร้อยละ 32.6

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.6 ช่วงเวลาที่นำรถมาช่อมที่ศูนย์  
 บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ช่วงก่อนไปทำงาน รองลงมา วันหยุด  
 ร้อยละ 37.4

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการโทรนัดหมายก่อนนํารถไปซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การโทรนัดหมายก่อนนํารถไปซ่อม ที่ศูนย์บริการ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทุกครั้ง	59	31.6	34	37.4	93	33.4
โทรบางครั้ง	86	46.0	41	45.1	127	45.7
ไม่เคยนัดหมายล่วงหน้าเลย	42	22.5	16	17.6	58	20.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่จะมีการโทรนัดหมายก่อนบางครั้งนํารถไปซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบริษัทสหพานิช เชียงใหม่จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.0 มีการโทรนัดหมายก่อนบางครั้ง โทรทุกครั้ง ร้อยละ 31.6 และไม่เคยนัดหมายล่วงหน้าเลย ร้อยละ 22.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.1 มีการโทรนัดหมายก่อนบางครั้ง โทรทุกครั้ง ร้อยละ 37.4 และไม่เคยนัดหมายล่วงหน้าเลย ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถมาซ่อมที่ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

การนำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการ รถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ	133	71.1	48	52.7	181	65.1
ให้คนอื่นขับรถตามมารับและทิ้ง รถของท่านไว้ซ่อม	29	15.5	25	27.5	54	19.4
ทิ้งรถไว้ซ่อมแล้วขึ้นรถสองแถว กลับ	16	8.6	10	11.0	26	9.4
ให้ลูกน้อง/คนอื่นเอาไปซ่อมให้	5	2.7	4	4.4	9	3.2
อื่นๆ	4	2.1	4	4.4	8	2.9
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ ที่นำมาซ่อมที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ร้อยละ 71.1 ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ รองลงมาให้คนอื่นขับรถตามมารับและทิ้งรถของท่านไว้ซ่อม ร้อยละ 15.5 และ ทิ้งรถไว้ซ่อมแล้วขึ้นรถสองแถว ร้อยละ 8.6

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.7 ขับรถมาเองและนั่งรอรับรถ รองลงมาให้คนอื่นขับรถตามมารับและทิ้งรถของท่านไว้ซ่อม ร้อยละ 27.5 และ ทิ้งรถไว้ซ่อมแล้วขึ้นรถสองแถว ร้อยละ 11.0

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

บริการที่เคยใช้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน n=187	ร้อยละ	จำนวน n=91	ร้อยละ	จำนวน n=278	ร้อยละ
ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	158	84.5	66	72.5	224	80.6
ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย	69	36.9	19	20.9	88	31.7
ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ	44	23.5	20	22.0	64	23.0
ตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน	22	11.8	13	14.3	35	12.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้บริการที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด คือ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.5 บริการที่เคย คือ ตรวจเช็คสภาพ ทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง รองลงมา คือ ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 36.9 และ ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 23.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.5 บริการที่เคยใช้ มากที่สุด คือ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง รองลงมา ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 22.0 และ ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 20.9

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ครั้งสุดท้าย ที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการของบริษัทสหพานิช จำกัด จำแนกตามเพศ

บริการครั้งสุดท้ายที่เคยใช้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	138	73.8	70	76.9	208	74.8
ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย	32	17.1	12	13.2	44	15.8
ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ	9	4.8	2	2.2	11	4.0
ตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน	8	4.3	7	7.7	15	5.4
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่บริการที่ใช้ครั้งสุดท้ายที่เคยใช้ ณ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าบริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด คือ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.8 ใช้บริการ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง รองลงมา ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 17.1 และ ซ่อมสี / ตัวถัง เมื่อมีการซ่อมแซมตามวาระ หรือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 4.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ร้อยละ 76.9 ใช้บริการ ตรวจเช็คสภาพทั่วไปตามระยะทางหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง รองลงมา ซ่อมเนื่องจากมีอาการบ่งบอกว่าชิ้นส่วนบางตัวอาจจะเสีย ร้อยละ 13.2 และ ตรวจสภาพเพื่อต่อทะเบียน ร้อยละ 7.7

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการครั้งสุดท้าย จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาที่มาใช้บริการครั้งสุดท้าย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา	56	29.9	29	31.9	85	30.6
เกิน 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน	54	28.9	22	24.2	76	27.3
เกิน 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน	56	29.9	25	27.5	81	29.1
เกิน 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	17	9.1	13	14.3	30	10.8
มากกว่าหนึ่งปีขึ้นไป	4	2.1	2	2.2	6	2.2
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ ระยะเวลาที่มาใช้บริการครั้งสุดท้าย คือ ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ร้อยละ 29.9 มาใช้บริการครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา และเกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 6 เดือน รองลงมาเกิน 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 28.9

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ร้อยละ 31.9 ใช้บริการครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 1 เดือนที่ผ่านมา รองลงมา เกิน 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน ร้อยละ 27.5 และ เกิน 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 24.2



ตารางที่ 64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ

เหตุผล	เพศ				
	ชาย		หญิง		รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รถยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน	4.68 (มากที่สุด)	2	4.53 (มากที่สุด)	8	4.63 (มากที่สุด)
ความน่าเชื่อถือและมีมือของช่างซ่อม	4.64 (มากที่สุด)	6	4.59 (มากที่สุด)	5	4.63 (มากที่สุด)
ความสะอาดภายในและภายนอกรถ หลังการซ่อม	4.43 (มาก)	13	4.24 (มาก)	17	4.37 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการโดยรวม	4.67 (มากที่สุด)	3	4.59 (มากที่สุด)	5	4.65 (มากที่สุด)
ราคาสมเหตุสมผล	4.30 (มาก)	17	4.41 (มาก)	14	4.33 (มาก)
ราคามีมาตรฐาน	4.39 (มาก)	14	4.55 (มากที่สุด)	7	4.44 (มาก)
มีการอธิบายรายการซ่อมและค่าใช้จ่าย หลังการซ่อม	4.44 (มาก)	12	4.48 (มาก)	11	4.46 (มาก)
มีอะไหล่ที่ต้องการเป็นของแท้ (มันใจ)	4.71 (มากที่สุด)	1	4.71 (มากที่สุด)	1	4.71 (มากที่สุด)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ	4.64 (มากที่สุด)	6	4.60 (มากที่สุด)	4	4.63 (มากที่สุด)
มีการรับประกันงานซ่อม	4.61 (มากที่สุด)	7	4.63 (มากที่สุด)	3	4.62 (มากที่สุด)
ความซื่อสัตย์ของศูนย์บริการต่อลูกค้า	4.66 (มากที่สุด)	4	4.70 (มากที่สุด)	2	4.67 (มากที่สุด)
มีรถสำรองให้ใช้	3.70 (มาก)	22	3.58 (มาก)	22	3.66 (มาก)

ตารางที่ 64 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

เหตุผล	เพศ				
	ชาย		หญิง		รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.43 (มาก)	13	4.42 (มาก)	13	4.42 (มาก)
สามารถซ่อมเสร็จได้ตรงตามเวลาที่สัญญา	4.58 (มากที่สุด)	8	4.51 (มากที่สุด)	9	4.55 (มากที่สุด)
ความทันสมัยและครบถ้วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการซ่อม	4.66 (มากที่สุด)	5	4.49 (มาก)	10	4.60 (มากที่สุด)
มีวิธีการและขั้นตอนให้บริการที่อำนวยความสะดวก	4.53 (มากที่สุด)	10	4.47 (มาก)	12	4.51 (มากที่สุด)
สถานที่ให้บริการโอโตไกลใหญ่โต	4.11 (มาก)	19	3.95 (มาก)	21	4.06 (มาก)
ชื่อเสียงของศูนย์บริการ	4.45 (มาก)	11	4.53 (มากที่สุด)	8	4.48 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการทำให้สะดวกต่อการเข้าใช้	4.32 (มาก)	15	4.38 (มาก)	15	4.34 (มาก)
พนักงานบริการด้วยความสุภาพ	4.57 (มากที่สุด)	9	4.53 (มากที่สุด)	8	4.55 (มากที่สุด)
พนักงานมีอัธยาศัยดี	4.57 (มากที่สุด)	9	4.49 (มาก)	10	4.55 (มากที่สุด)
การแต่งกายของพนักงาน	4.31 (มาก)	16	4.19 (มาก)	18	4.27 (มาก)
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	3.71 (มาก)	21	3.54 (มาก)	23	3.65 (มาก)

ตารางที่ 64 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญในการเจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

เหตุผล	เพศ				รวม
	ชาย		หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ	
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ	4.29 (มาก)	18	4.11 (มาก)	19	4.23 (มาก)
ผลการซ่อมที่ผ่านมาน่าพอใจ (แก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง)	4.53 (มากที่สุด)	10	4.58 (มากที่สุด)	6	4.55 (มากที่สุด)
มีการติดตามหลังการซ่อม	4.28 (มาก)	18	4.20 (มาก)	17	4.25 (มาก)
ได้รับบัตร/คู่มือส่วนลดค่าบริการ	3.83 (มาก)	20	4.00 (มาก)	20	3.89 (มาก)
มีการทบทวนและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม	4.44 (มาก)	12	4.30 (มาก)	16	4.39 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญกับเหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการที่ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอะไหล่ที่ต้องการเป็นของแท้ (มันใจ) (ค่าเฉลี่ย 4.71) รดยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.68) ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความซื่อสัตย์ของศูนย์บริการต่อลูกค้า ความทันสมัยและครบถ้วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.66) ความน่าเชื่อถือและฝีมือของช่างซ่อม และ มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีการรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.61) สามารถซ่อมเสร็จได้ตรงตามเวลาที่สัญญา (ค่าเฉลี่ย 4.58) พนักงานบริการด้วยความสุภาพ และ พนักงานมีอัธยาศัยดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) มีวิธีการและขั้นตอนให้บริการที่อำนวยความสะดวก ผลการซ่อมที่ผ่านมาน่าพอใจ (แก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และเหตุผลที่เจาะจงในระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ ชื่อเสียงของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีการทบทวนและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม

(4.44) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ราคาที่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการทำให้สะดวกต่อการเข้าใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.32) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.30) ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีการติดตามหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.28) สถานที่ให้บริการโอโงงใหญ่โต (ค่าเฉลี่ย 4.11) ได้รับบัตร/คู่มือส่วนลดค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) เพื่อน คนรู้จักแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีรถสำรองให้ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญกับเหตุผลที่เจาะจงมาใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีอะไหล่ที่ ต้องการเป็นของแท้ (มันใจ) (ค่าเฉลี่ย 4.71) ความซื่อสัตย์ของศูนย์บริการต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.70) ) มีการรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.63) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ความน่าเชื่อถือและฝีมือของช่างซ่อม และความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการโดยรวม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.59) ผลการซ่อมที่ผ่านมาน่าพอใจ (แก้ไขปัญหาก็ถูกต้อง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.58) ราคาที่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.55) รถยังอยู่ในระยะเวลาประกัน ซื่อเสียงของศูนย์บริการ และ พนักงานบริการด้วยความสุภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) สามารถซ่อมเสร็จได้ตรงตามเวลาที่ สัญญา (ค่าเฉลี่ย 4.51) และเหตุผลที่เจาะจงในระดับมาก เรียงลำดับ ได้แก่ ความทันสมัยและ ครบถ้วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการซ่อม และพนักงานมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีการ อธิบายรายการซ่อมและค่าใช้จ่ายหลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีวิธีการและขั้นตอนในการให้ บริการที่อำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ราคา สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.41) เวลาเปิด-ปิดของศูนย์บริการทำให้สะดวกต่อการเข้าใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการทบทวนและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการติดตามหลังการ ซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.20) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ได้รับบัตร/คู่มือส่วนลดค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ให้ บริการโอโงงใหญ่โต (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีรถสำรองให้ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.58) เพื่อน/ คนรู้จักแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บริษัทสหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อทำนรับรถกลับ	4.42 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
การรับประกันงานซ่อม	4.45 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	4.40 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	4.32 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป	4.35 (มาก)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)
ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ	4.35 (มาก)	4.49 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.39 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อท่านรับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ภาพลักษณ์ของบริษัทศูนย์บริการโดยทั่วไป และ ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) และรถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.68) การรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.52) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และภาพลักษณ์ของบริษัทศูนย์บริการ โดยทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อท่านมารับรถกลับ	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)
การรับประกันงานซ่อม	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)
รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)
ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)
ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ	4.07 (มาก)	4.21 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง  
มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ภาพลักษณ์  
ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย  
4.07) การรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ  
รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ภาพลักษณ์ของบริษัท/ศูนย์บริการโดยทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.18) รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย และ การรับประกันงานซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ ความเรียบร้อยของรถยนต์เมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ	4.33 (มาก)	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)
ความยุติธรรมของราคาอะไหล่	4.30 (มาก)	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.37 (มาก)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงในระดับมาก คือ ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33, 4.38) และความยุติธรรมของราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.30, 4.44)



ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ	3.49 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)
ความยุติธรรมของราคาอะไหล่	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความยุติธรรมของราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความยุติธรรมของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความยุติธรรมของราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.29 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	4.24 (มาก)	4.42 (มาก)	4.30 (มาก)
ความสะอาดของศูนย์บริการ	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	4.37 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)
ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร	4.13 (มาก)	4.36 (มาก)	4.21 (มาก)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	4.39 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	4.46 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
ความสะอาดสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28 (มาก)	4.41 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายมีความคาดหวังที่มี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความสะอาดของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะดวกสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม และ ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.55) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความสะอาดของศูนย์บริการ และ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความสะดวกสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีที่จอดรถเพียงพอ และ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ	4.15 (มาก)	4.38 (มาก)	4.23 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)	4.35 (มาก)
ความสะอาดของศูนย์บริการ	4.41 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)
ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร	4.16 (มาก)	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.20 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	4.32 (มาก)	4.12 (มาก)	4.26 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)
ความสะอาดสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ	4.41 (มาก)	4.35 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความสะอาดของศูนย์บริการ และความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.41) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.35) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร (ค่าเฉลี่ย 4.16) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถยนต์ที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะดวกสบายและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความสะอาดของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทางเข้าออกของศูนย์บริการสะดวกแก่การสัญจร (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดราคาค่าบริการ /ค่าอะไหล่	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)	4.31 (มาก)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค	4.18 (มาก)	4.37 (มาก)	4.24 (มาก)
วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	4.22 (มาก)
สื่อที่บริษัทใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ	4.05 (มาก)	4.19 (มาก)	4.10 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ	4.16 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16 (มาก)	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความคาดหวัง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.18) วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร และ การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่

ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษาเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.43) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.37) วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 4.33) การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษาเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และสื่อที่บริษัทใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดราคาค่าบริการ /ค่าอะไหล่	3.13 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.26 (น้อย)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้งนารถเข้าตรวจเช็ค	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)
วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
สื่อที่บริษัทใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความชัดเจนของข้อมูลที่ท่านได้รับจากเอกสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อ



แจ้งข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค และ สื่อที่บริษัทใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ บริษัทมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.78) วิธีการที่บริษัทใช้ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความชัดเจนของข้อมูลที่ทำนได้รับจากเอกสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) สื่อที่บริษัทใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าได้อ่านและศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ	4.52 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.46 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม	4.50 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ	4.40 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน	4.48 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน	4.37 (มาก)	4.47 (มาก)	4.41 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวัง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม และพนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.48) มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.55) มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และมีความคาดหวังในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของแคชเชียร์ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.47)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
ผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ	4.10 (มาก)	4.37 (มาก)	4.19 (มาก)
ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.08 (มาก)	4.35 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ	4.17 (มาก)	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม	4.15 (มาก)	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)
มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ	4.21 (มาก)	4.42 (มาก)	4.28 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน	4.01 (มาก)	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)
พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้	3.97 (มาก)	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)
มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายมีความพึงพอใจ ที่มี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความสนใจของพนักงานในการรับฟังรายการที่ท่านแจ้งซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความยินดีและเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความชัดเจนของข้อมูลที่พนักงานบริการอธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดและเวลาที่สัญญาเอาไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มารยาทของแคชเชียร์ ขณะที่ท่านชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจ ได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก	4.51 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม	4.28 (มาก)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ ปัญหาให้ลูกค้าทราบ	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.40 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้ บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม	4.37 (มาก)	4.49 (มาก)	4.41 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความคาดหวัง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความรวดเร็วใน

การให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.32) ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.29) และเวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.56) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.46) เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.29)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there are stylized floral or geometric patterns.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจ ได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก	4.17 (มาก)	4.32 (มาก)	4.22 (มาก)
เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม	4.10 (มาก)	4.36 (มาก)	4.19 (มาก)
ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม	4.03 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)
ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ ปัญหาให้ลูกค้าทราบ	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	3.73 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้ บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม และพนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้ให้



บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงในระดับมากคือ เวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) การให้บริการของศูนย์บริการเป็นที่น่าไว้วางใจได้/มีความน่าเชื่อถืออย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานสรุปรายละเอียดการซ่อมหรือการให้บริการได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนก่อนการซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ผู้ให้บริการมีการอธิบายปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาให้ลูกค้าทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ขั้นตอนการให้บริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.91)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.40 (มาก)	4.47 (มาก)	4.42 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	4.51 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	4.51 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
ความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ	4.26 (มาก)	4.41 (มาก)	4.31 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40 (มาก)	4.49 (มาก)	4.43 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวัง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงในระดับมากที่สุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงในระดับมากที่สุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.66) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.41)การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.21 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	4.26 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)
ความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ	4.07 (มาก)	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ให้บริการ	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในรายละเอียดของปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายมีความพึงพอใจที่มี ค่าเฉลี่ยสูงในระดับมาก คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และเครื่องมือ (ค่าเฉลี่ย 4.26) เครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะดวกสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงในระดับมาก คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ และเครื่องมือ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ ความสะอาดสบายและบรรยากาศที่ให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) เครื่องมือ และอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการทุกด้านเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) การตกแต่งสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) (ค่าเฉลี่ย 4.12)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 79 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความต้องการลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเพศ

ลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขาย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	101	54.0	44	48.4	145	52.2
การจัดแพ็คเกจจรรยาพิเศษในการตรวจเช็คหรือซ่อม	31	16.6	22	24.2	53	19.1
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล	19	10.2	3	3.3	22	7.9
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกการเข้ารับบริการ	23	12.3	15	16.5	38	13.7
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	13	7.0	7	7.7	20	7.2
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ต้องการลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขาย มากที่สุด คือ การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง รองลงมา การจัดแพ็คเกจจรรยาพิเศษในการตรวจเช็ค หรือซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.0 ต้องการการลดราคาอะไหล่/ค่าแรง รองลงมา การจัดแพ็คเกจจรรยาพิเศษในการตรวจเช็คหรือซ่อม ร้อยละ 16.6 และ มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกการเข้ารับบริการ ร้อยละ 12.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.4 ต้องการการลดราคาอะไหล่/ค่าแรง รองลงมา การจัดแพ็คเกจจรรยาพิเศษในการตรวจเช็คหรือซ่อม ร้อยละ 24.2 และ มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกการเข้ารับบริการ ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 80 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ	64	34.2	41	55.1	105	37.8
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	37	19.8	8	8.8	45	16.2
การโฆษณาผ่านสื่อ หนังสือพิมพ์	19	10.2	6	6.6	25	9.0
การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง	47	25.1	27	29.7	74	26.6
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	6	3.2	4	4.4	10	3.6
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่างๆ	4	2.1	2	2.2	6	2.2
อื่นๆ	21	11.2	7	7.7	28	10.1
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์ คือ การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ รองลงมา การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูล คือ การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ รองลงมา การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 25.1 และ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 19.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูล คือ การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ รองลงมา การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 29.7 และ การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 8.8

ตารางที่ 81 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความต้องการบริการเสริม เช่น มีพนักงานออกไปให้บริการรับรถ-ส่งรถถึงสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน โดยมีการคิดค่าบริการเพิ่ม จำแนกตามเพศ

ความต้องการบริการเสริม	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	110	58.8	59	64.8	169	60.8
ไม่ต้องการ	77	41.2	32	35.2	109	39.2
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ ต้องการบริการเสริม เช่น มีพนักงานออกไปให้บริการรับรถ-ส่งรถถึงสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน โดยมีการคิดค่าบริการเพิ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.8 ต้องการบริการเสริม ไม่ต้องการบริการเสริม ร้อยละ 41.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.8 ต้องการบริการเสริม ไม่ต้องการบริการเสริม ร้อยละ 35.2



ตารางที่ 82 แสดง จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความต้องการมีการให้บริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ จำแนกตามเพศ

ความต้องการบริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมงแบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	156	83.4	59	64.8	215	77.3
ไม่ต้องการ	31	16.6	32	35.2	63	22.7
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่  
ต้องการมีการให้บริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ  
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.4 ต้องการบริการสมาชิกตลอด  
24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ ไม่ต้องการ ร้อยละ 16.6  
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.8 ต้องการบริการสมาชิกตลอด  
24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ ไม่ต้องการ ร้อยละ 35.2

ตารางที่ 83 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อทางเลือกในการใช้บริการซ่อมรถยนต์จากศูนย์บริการ จำแนกตามเพศ

ทางเลือกในการใช้บริการซ่อมรถยนต์จาก ศูนย์บริการ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ยูเอ็นนอน	120	64.2	55	60.4	175	62.9
อาจจะใช้ยูเอ็น	66	35.3	34	37.4	100	36.0
เปลี่ยนยูเอ็นนอน	1	0.5	2	2.2	3	1.1
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ ทางเลือกในการใช้บริการซ่อมรถยนต์จากศูนย์บริการ มากที่สุด คือ ใช้ยูเอ็นนอน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.2 ใช้ยูเอ็นนอน รองลงมาอาจจะใช้ยูเอ็น ร้อยละ 35.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.4 ใช้ยูเอ็นนอน รองลงมาอาจจะใช้ยูเอ็น ร้อยละ 37.4

ตารางที่ 84 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติ  
นำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ จำแนกตามเพศ

การแนะนำให้เพื่อนหรือญาตินำรถยนต์เข้า รับบริการที่ศูนย์บริการ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	130	69.5	62	68.1	192	69.1
อาจจะแนะนำ	53	28.3	29	31.9	82	29.5
ไม่แนะนำแน่นอน	4	2.1	0	0.0	4	1.4
รวม	187	100.0	91	100.0	278	100.0

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ การแนะนำให้เพื่อนหรือญาตินำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ มากที่สุด คือ แนะนำแน่นอน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.5 แนะนำแน่นอน รองลงมาอาจจะแนะนำ ร้อยละ 28.3 และไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ 2.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.1 แนะนำแน่นอน รองลงมาอาจจะแนะนำ ร้อยละ 31.9