

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยากรช่าง ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการอู่วิทยากรช่าง ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม ปี 2547 โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 200 ราย โดยในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส และจบการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่พบมากที่สุดมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ย 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้รถเก๋ง และนำรถเก๋งมาเข้ารับบริการที่อู่วิทยากรช่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการอู่วิทยากรช่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักอู่วิทยากรช่างจากบุคคล (ญาติ, เพื่อน, คนรู้จัก) และสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการอู่วิทยากรช่างเนื่องจากใกล้สถานที่พัก / สถานที่ทำงาน มีความถี่ในการนำรถยนต์เข้ารับบริการที่อู่วิทยากรช่างไม่แน่นอน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง และเสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 1,001-2,000 บาทต่อครั้งในการใช้บริการที่อู่วิทยากรช่าง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังใช้บริการอู่อื่น ๆ ด้วยนอกจากอู่วิทยากรช่าง โดยใช้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องเช่นกัน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่ศูนย์วิทยการช่าง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ /บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการ โทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ รองลงมาคือ มีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด และมีรถยกไว้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม รองลงมาคือ ราคาอะไหล่เหมาะสม และมีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม-ค่าบริการ ที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก รองลงมาคือ สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ตั้งของอู่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอู่ในสื่อต่าง ๆ และมีจดหมายแจ้งไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย ข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และ พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าที่มาใช้บริการ และมีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการแจ้งค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน รองลงมาคือ มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงเวลา และมีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อมและวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่อู่วิทยการช่าง

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบ มากที่สุดคือ ข้อขาดความพร้อมของเครื่องมือ-อุปกรณ์ รองลงมาได้แก่ ใช้เวลาในการซ่อม/ทำสีนานเกินไป และ คุณภาพงานซ่อมโดยรวมยังไม่ได้มาตรฐาน

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ค่าซ่อม-ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น รองลงมาคือ ค่าอะไหล่แพงกว่าที่อื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ป้ายบอกทางเข้า-ออก อู่ หายาก มองเห็นไม่ชัดเจน และ สถานที่ตั้งของอู่ไม่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีของสมนาคุณ - ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ รองลงมาคือ ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษ และ ไม่มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดค่าบริการ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ รองลงมา คือ มีจำนวนพนักงานน้อย ไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้า และพนักงานไม่มีความกระตือรือร้น บริการด้วยความเฉื่อยชา

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ใช้ล้าสมัย รองลงมาคือ ห้องน้ำไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น และ สภาพโดยรวมของอู่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย สกปรก

ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีความระมัดระวังในการบริการงานซ่อม รองลงมา คือ การให้บริการล่าช้า ไม่ตรงตามเวลานัดหมาย และการคิดเงินค่าบริการ ล่าช้าไม่รวดเร็ว

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่อุทยาน
การช่างจำแนกตามเพศ และบริการที่ใช้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่อุทยานการช่าง
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อรถซ่อมเสร็จ
มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม
มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศหญิงพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือ มีสถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่า
เฉลี่ยสูงสุดคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอยู่ในสื่อต่าง ๆ ส่วนเพศหญิงพึงพอ
ใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีจดหมายแจ้งไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อถึงกำหนดนัดเข้ารับ
บริการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูง
สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศหญิงพึง
พอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา
และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศหญิงพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมี
ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแจ้งค่าซ่อม - ค่าบริการล่วงหน้าให้ผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัดสินใจก่อน มากกว่าด้านอื่น

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่อู่วิทยากรช่าง จำแนกตามบริการที่ใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะพ่นสี ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ ใช้บริการซ่อมเบรค ใช้บริการซ่อมคัลซ์ และใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีบริการล้างรถหลังซ่อมเสร็จ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะพ่นสี ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ ใช้บริการซ่อมเบรค และใช้บริการซ่อมคัลซ์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ และใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจะอะไหล่/ทำสี เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะพ่นสี ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ และใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการซ่อมเบรค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก และมีป้ายบอกชื่ออยู่ ทางเข้า-ออกอยู่ ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการซ่อมคัลซ์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายบอกชื่ออยู่ ทางเข้า-ออกอยู่ ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะพ่นสี ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ ใช้บริการซ่อมเบรค ใช้บริการซ่อมคัลซ์ และใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอู่ในสื่อต่าง ๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้า เมื่อถึงกำหนดนารถยนต์เข้ารับบริการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะฟันสี ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ ใช้บริการซ่อมเบรค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมคลัทช์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย ข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเคาะ ฟันสี และใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าที่มาใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเช็คเครื่องยนต์ ใช้บริการซ่อมเบรค ใช้บริการซ่อมคลัทช์ ใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการถ่ายน้ำมันเครื่อง ใช้บริการเคาะ ฟันสี ใช้บริการซ่อมคลัทช์ และใช้บริการซ่อมช่วงล่าง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแจ้ง ค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการซ่อมเบรค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การนัดหมายส่งมอบรถ ตรงเวลา มากกว่าด้านอื่น

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอู่วิทยาคารช่าง ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ Kotler ที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อ้างถึง และวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการของอู่วิทยาคารช่าง ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการของอู่วิทยาคารช่าง ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจใน 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโทรศัพท์แจ้งผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อรถซ่อมเสร็จ มีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด และมีรถให้บริการ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิพงษ์ บุญธราานุรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้าน บริการครบวงจร การบริการหลังการขายและการดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จันทร์จิรา สุวรรณรังษี (2543) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในการพิจารณาด้านความเชื่อถือในฝีมือช่างหรือบริษัทคุณภาพอะไหล่ และคุณภาพการบริการ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระธิตกุล (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ อายุการใช้งานของสีที่พ่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม ราคาอะไหล่เหมาะสม และมีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม - ค่าบริการ ที่ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระธิตกุล (2546) ซึ่งปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่ สมเหตุสมผล และสอดคล้องกับ การศึกษาของจันทร์จิรา สุวรรณรังษี (2543) ที่พบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าแรง และค่าอะไหล่ที่เหมาะสม แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงษ์ บุญธราานุรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ ยนต์กิจที่ผลการศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการชำระด้วยเงินสด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก สถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ตั้งของอุ้งสะควกในการเดินทางไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระชิติกุล (2546) ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง และสอดคล้องกับการศึกษาของ จันทร์จิรา สุวรรณรัมย์ (2543) ที่ให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกในการเดินทาง และสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิพงศ์ บุญธรานุรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง มีที่จอดรถไว้สำหรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ้งสะควกต่าง ๆ และมีจดหมายแจ้งไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิพงศ์ บุญธรานุรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาในระดับปานกลางเหมือนกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทร์จิรา สุวรรณรัมย์ (2543) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการโฆษณา ส่งเสริมการขาย และความคุ้นเคยกับเจ้าของกิจการ แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระชิติกุล (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย ข้อซักถามของผู้ตอบแบบสอบถามในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิพงศ์ บุญธรานุรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง ประสิทธิภาพของพนักงาน ฝีมือในการทำงานของพนักงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทร์จิรา สุวรรณรัมย์ (2543) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยด้านความเชื่อถือใน ฝีมือช่าง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระชิติกุล (2546) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยด้านผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของผู้ตอบแบบสอบถาม มีห้องพักรับรองผู้ตอบแบบสอบถาม มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล จิระธิตกุล (2546) ซึ่งปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ อากาศถ่ายเทดี และแสงสว่างเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรานุกรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่องชื่อเสียง และที่จอดรถกว้างขวางสะดวกและปลอดภัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการแจ้งค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจก่อน มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรานุกรักษ์ (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง ทำงานตรงเวลาที่นัดหมาย บริการรวดเร็ว ตรงเวลา และมีการคิดเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นพดล จิระธิตกุล (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ เวลาเปิด - ปิด ของอู่สะดวกต่อการใช้บริการ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป มีทุกระดับการศึกษา มีทุกอาชีพ ส่วนใหญ่ประเภทรถที่ใช้นำมาใช้บริการเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ลูกค้าที่มาใช้บริการนอกจากที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แล้ว ยังมีอำเภออื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ และต่างจังหวัดมาใช้บริการด้วย แหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้าทราบน้อยที่สุดคือ พนักงานของอู่วิชาการช่าง เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการอู่วิทยาน้อยที่สุดคือ ซ่อมได้ตรงจุด ตรงปัญหา ในด้านบริการที่ใช้พบว่าบริการซ่อมคลัทช์ เป็นบริการที่ใช้บ่อยที่สุด และพบว่าลูกค้า มีเพียงร้อยละ 13.50 ที่ยังจะใช้อู่วิชาการช่างเพียงแห่งเดียว

จากการศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการต่อการใช้บริการที่ผู้วิทยากรช่างพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความพร้อมของเครื่องมือ – อุปกรณ์ ใช้เวลาในการซ่อม/ทำสี นานเกินไป ระยะเวลาการรับประกันหลังการซ่อมน้อย ไม่มีบริการที่ครบวงจร

ด้านราคาลูกค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ค่าซ่อม-บริการ/ทำสี โดยรวมสูงกว่าศูนย์บริการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับสุดท้ายได้แก่ การบริการรับส่ง รถของลูกค้านอกสถานที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การมีส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่และค่าบริการ การทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการที่คู่ การตรวจเช็ครถฟรี ปีละ 1 ครั้ง และมีการแจกของสมนาคุณ-ของชำร่วยในโอกาสพิเศษ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน สุภาพ เรียบร้อย

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงสว่างเพียงพอ สภาพโดยรวมของอู่สะอาด กว้างขวาง และเป็นระเบียบเรียบร้อย ชื่อเสียงของอู่ มีทีวี น้ำดื่มและมีหนังสือต่าง ๆ ไว้บริการ มีห้องน้ำสะอาด มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย

ด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในมาก แต่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีความสะอาด และระมัดระวังในการให้บริการงานซ่อม และการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับปัญหาที่พบในการใช้บริการอู่วิทยการช่าง พบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรกในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ขาดความพร้อมของเครื่องมือ-อุปกรณ์ ใช้เวลาในการซ่อม/ทำสีนานเกินไป และ คุณภาพงานซ่อมโดยรวมยังไม่ได้มาตรฐาน

ด้านราคา ได้แก่ ค่าซ่อม-ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าอะไหล่แพงกว่าที่อื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ป้ายบอกทางเข้า-ออก อู่ หายาก มองเห็นไม่ชัดเจน และ สถานที่ตั้งของอู่ไม่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีของสมนาคุณ - ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษ และ ไม่มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดค่าบริการ

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ มีจำนวนพนักงานน้อย ไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้า และพนักงานไม่มีความกระตือรือร้น บริการด้วยความเฉื่อยชา

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ใช้ล้าสมัย ห้องน้ำไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น และ สภาพโดยรวมของอู่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย สกปรก

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ไม่มีความระมัดระวังในการบริการงานซ่อม คือ การให้บริการล่าช้า ไม่ตรงตามเวลานัดหมาย และการคิดเงินค่าบริการ ล่าช้าไม่รวดเร็ว

และจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอู่วิทยการช่าง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 45-

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน
 ประสมการตลาดบริการอู่วิทยาคารช่าง จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีการ โทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ
ด้านราคา	มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	มีการประเมินราคาให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก	สถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอู่ในสื่อต่างๆ	มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้า เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	มีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีการแจ้งค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	มีการแจ้งค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามบริการที่ใช้

	ใช้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	ใช้บริการเคาะ พ่นสี	ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์	ใช้บริการซ่อมเบรค	ใช้บริการซ่อมเคลือบ	ใช้บริการซ่อมช่วงล่าง	ใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์
ด้านผลิตภัณฑ์	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ	มีบริการล้างรถหลังซ่อมเสร็จ	มีบริการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ
ด้านราคา	มีการประเมินราคาให้ทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	มีการประเมินราคาให้ทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	มีการประเมินราคาให้ทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	มีการประเมินราคาให้ทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	มีการประเมินราคาให้ทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	ราคาอะไหล่/ทำสีเหมาะสม	ราคาอะไหล่/ทำสีเหมาะสม
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก และมีป้ายบอกชื่อ ทางเข้า-ออก ชัดเจน	มีป้ายบอกชื่ออยู่ทางเข้า-ออก ชัดเจน	สถานที่กว้างขวางมีที่จอดรถเพียงพอ	ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของอุ๋นในสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดค่าแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการวิทยุการช่าง จำแนกตามบริการที่ใช้

	ใช้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	ใช้บริการเกาะพ่นสี	ใช้บริการตรวจเช็คเครื่องยนต์	ใช้บริการซ่อมบรค	ใช้บริการซ่อมคลัช	ใช้บริการซ่อมช่วงล่าง	ใช้บริการซ่อมเครื่องยนต์
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี	พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ	มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ	มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ	มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ	มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ	มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีการแจ้ง ค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	มีการแจ้ง ค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว	การนัดหมายส่งมอบรถตรงเวลา	มีการแจ้ง ค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	มีการแจ้ง ค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	

ตารางที่ 47 สรุปความพึงพอใจในการให้บริการจากน้อยไปหามาก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีการแจกของสมนาคุณ - ของชำร่วยในโอกาสพิเศษ	3.04	ปานกลาง
มีการตรวจเช็ครถฟรี ปีละ 1 ครั้ง	3.06	ปานกลาง
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการที่ตู้	3.10	ปานกลาง
มีบริการครบวงจร	3.20	ปานกลาง
ระยะเวลาในการรับประกันหลังซ่อม	3.24	ปานกลาง
มีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่และค่าบริการ	3.24	ปานกลาง
มีการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัย	3.25	ปานกลาง
มีอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ทันสมัย	3.28	ปานกลาง
การรับประกันหลังการซ่อม	3.30	ปานกลาง
มีห้องน้ำสะอาด	3.34	ปานกลาง
มีความสะอาดและระมัดระวังในการให้บริการงานซ่อม	3.35	ปานกลาง
มีทีวี มีน้ำดื่ม และมีหนังสือต่าง ๆ ไว้บริการ	3.36	ปานกลาง
ความพร้อมของเครื่องมือ - อุปกรณ์	3.40	ปานกลาง
ค่าซ่อม-ค่าบริการ โดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ	3.41	ปานกลาง
ชื่อเสียงอยู่เป็นที่รู้จัก	3.44	ปานกลาง
สภาพโดยรวมของตู้สะอาด กว้างขวาง	3.45	ปานกลาง
พนักงานแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย	3.47	ปานกลาง
มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ	3.49	ปานกลาง
มีบริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.50	มาก
มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่	3.53	มาก
มีห้องพักรับรองลูกค้า มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.53	มาก
มีป้ายบอกชื่อตู้, ทางเข้า-ออกตู้ ชัดเจน	3.54	มาก
คุณภาพอะไหล่/สี	3.56	มาก
มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้า เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ	3.59	มาก
การให้บริการที่รวดเร็ว ทันเวลา และตรงตามความต้องการ	3.59	มาก
พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม	3.60	มาก
พนักงานจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ	3.61	มาก
คุณภาพงานซ่อม/ทำสีโดยรวม	3.63	มาก

ตารางที่ 47(ต่อ) สรุปความพึงพอใจในการให้บริการจากน้อยไปหามาก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การตรวจเช็ค ซ่อม ได้ตรงจุด ตรงปัญหา	3.63	มาก
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลของอยู่ในสื่อต่าง ๆ	3.69	มาก
มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	3.70	มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์ ไว้วางใจได้	3.73	มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา	3.75	มาก
มีบริการล้างรถหลังซ่อมเสร็จ	3.76	มาก
สถานที่ตั้งของอู่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	3.76	มาก
การนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงเวลา	3.76	มาก
มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแล รักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า	3.76	มาก
มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	3.77	มาก
พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.79	มาก
มีการจัดกระบวนการรับรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.79	มาก
เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการของอู่เหมาะสม	3.80	มาก
มีรถยนต์ไว้บริการ	3.80	มาก
พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย ข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี	3.82	มาก
มีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด	3.83	มาก
ติดต่อขอรับบริการ ได้สะดวก	3.89	มาก
มีการแจ้งค่าซ่อม-ค่าบริการล่วงหน้าให้ลูกค้าตัดสินใจก่อน	3.89	มาก
มีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม-ค่าบริการที่ชัดเจน	3.90	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.91	มาก
ราคาค่าอะไหล่เหมาะสม	3.97	มาก
มีการประเมินราคาให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนปฏิบัติงานซ่อม	4.34	มาก

ตารางที่ 48 สรุปปัญหาในการใช้บริการจากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	จำนวน
ไม่มีของสมนาคุณ-ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ	81
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	65
ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษ	63
ไม่มีความระมัดระวังในการบริการงานซ่อม	60
ไม่มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดค่าบริการ	54
ค่าซ่อม-ค่าบริการ แพงกว่าที่อื่น	52
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	51
ค่าอะไหล่ แพงกว่าที่อื่น	49
มีจำนวนพนักงานน้อย ไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้า	49
ป้ายบอกทางเข้า-ออก อยู่ หายาก มองเห็น ไม่ชัดเจน	46
ขาดความพร้อมของเครื่องมือ-อุปกรณ์	45
ใช้เวลาในการซ่อมนานเกินไป	44
เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ใช้ล้าสมัย	44
คุณภาพงานซ่อม โดยรวมยังไม่ได้มาตรฐาน	40
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารน้อยเกินไป	34
ห้องน้ำไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น	32
สภาพโดยรวมของอู่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย สกปรก	28
การให้บริการล่าช้า ไม่ตรงตามเวลานัดหมาย	27
สถานที่ตั้งของอู่ไม่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ การจราจรติดขัด	23
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น บริการด้วยความเฉื่อยชา	22
พนักงานขาดความรู้ความชำนาญในงานซ่อม/งานสี	21
การตรวจ เช็ค ซ่อม ไม่ตรงจุด	20
ระยะเวลารับประกันงานซ่อมน้อยเกินไป	17
งานซ่อมไม่เรียบร้อย	15
ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	14

ตารางที่ 48 (ต่อ) สรุปปัญหาในการใช้บริการจากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	จำนวน
สถานที่คับแคบ	13
การคิดเงินค่าบริการ ค่าเช่าไม่รวดเร็ว	11
คุณภาพงานสีไม่ได้มาตรฐาน	10
พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า	9
ไม่มีห้องพักรับรองลูกค้า	6
ไม่คืนอะไหล่หลังซ่อมเสร็จ	5
ไม่ทำความสะอาดหลังซ่อม	4
ไม่ชี้แจง อธิบายรายละเอียดงานซ่อม	2
การคิดเงินผิดพลาด ไม่ถูกต้อง	1

ข้อเสนอแนะ

อุวិทยาการช่างควรปรับปรุงในด้านความพึงพอใจของลูกค้าให้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และแก้ไขทุกปัญหา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเล็กน้อยที่มีมาก เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ควรมีการตรวจสอบความพร้อมของเครื่องมือ – อุปกรณ์ในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และทันสมัย และควรเพิ่มระยะเวลาในการรับประกันงานซ่อม เช่น 3 เดือน 6 เดือน โดยกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม และมีบริการเพิ่มในส่วนของช่างระบบไฟฟ้ารถยนต์และระบบแอร์รถยนต์ เพื่อให้ลูกค้าได้มาใช้บริการที่ครบวงจร อีกทั้งควรหาบุคลากรที่มีประสบการณ์ มีความชำนาญในการตรวจสอบงานซ่อม และมีการอบรม หรือส่งพนักงานไปศึกษางานเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความรู้ความชำนาญให้แก่พนักงานซ่อมเพื่อให้เป็นที่ประทับใจของลูกค้า

ด้านราคา

ควรมีวิธีจูงใจให้ลูกค้ารู้สึกว่าราคาค่าซ่อม-บริการ/ทำสี โดยรวมไม่แพง โดยการแถมบริการพิเศษอื่น ๆ เช่น บริการขัด เคลือบสี รถฟรี เป็นต้น หรือตั้งราคาตามท้องตลาด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่ก็ควรปรับปรุงให้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในปัจจัยย่อยด้าน การจัดที่จอดรถให้เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีป้ายบอกชื่ออยู่, ทางเข้า - ออก ชัดเจน เช่น จัดทำป้ายบอกชื่ออยู่, ทางเข้า - ออก ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน หรือ เพิ่มความสว่างของแสงไฟที่ใช้ส่องป้ายเพื่อให้เห็นชัดเจนในเวลากลางคืน มีการให้บริการซ่อมนอกสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน รวมทั้งการบริการรับ-ส่ง รถของลูกค้านอกสถานที่ และควรมีพนักงานที่รับผิดชอบในเรื่องการบริการซ่อมนอกสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน และการบริการรับ-ส่ง รถของลูกค้านอกสถานที่โดยเฉพาะ แยกออกจากงานในแผนกอื่น ๆ เพื่อพนักงานสามารถให้บริการในด้านดังกล่าวได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำแผ่นพับใบปลิวที่มีแผนที่ของอู่วิทยาคารช่าง รวมถึงการให้บริการต่าง ๆ ที่ทางอู่วิทยาคารช่างมีให้บริการด้วย อีกทั้งควรมีการโฆษณาในสื่อวิทยุหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างอำเภอหรือต่างจังหวัดได้รับทราบ และสำหรับผู้ที่แนะนำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการควรมีการให้ส่วนลดพิเศษหรือการสะสมแต้ม เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น

นอกจากนี้ควรเพิ่มการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น มีส่วนลดพิเศษ หรือการบริการตรวจเช็คสภาพรถฟรีในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น ก่อนเทศกาลสงกรานต์ หรือช่วงต้นฤดูฝน ในการที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาใช้บริการที่อู่วิทยาคารช่างมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง เกาะ - ฟันสี ตรวจเช็คเครื่องยนต์ ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาด เช่น การมีบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการ และลดราคาในช่วงเทศกาลพิเศษ การสะสมแต้มเพื่อแลกกับของรางวัล เช่น เติมน้ำมันเกียร์ หรือบริการล้างรถให้ฟรี เป็นต้น

อู่วิทยาคารช่างควรมีการให้ส่วนลดราคาสำหรับสินค้าประเภทอะไหล่ในกรณีที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการอู่วิทยาคารช่าง ให้คำแนะนำด้านรถยนต์ฟรี มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดค่าบริการ มีการแจกของสมนาคุณบ้างเป็นครั้งคราวในช่วงเทศกาลให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย ตามลักษณะการใช้บริการ ซึ่งเปรียบเสมือนการคืนกำไรให้กับลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีการบอกต่อไปยังผู้ใช้บริการรายอื่น ๆ ต่อไป

ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ควรมีการจัดทำชุดฟอร์มพนักงานขึ้น เพื่อให้เป็นระเบียบเรียบร้อยมีความเหมาะสม อีกทั้งยังสามารถทราบว่าเป็นลูกค้า หรือพนักงานของอู่วิทยากรช่าง นอกจากนี้ควรมีการอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการ และทดสอบฝีมือพนักงาน ตลอดจนเรื่องการดูแลลูกค้าหรือบริการลูกค้า และควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า โดยเฉพาะการให้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก สำหรับพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ ไม่กระตือรือร้นในการทำงาน ควรสร้างแรงจูงใจในการทำงานในด้านสวัสดิการ เงินเดือน หรือโบนัส เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน ซึ่งจะเกิดผลดีกับกิจการต่อไป

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ควรมีการปรับปรุงห้องพักลูกค้าให้ความทันสมัย มีเครื่องอำนวยความสะดวก เช่น ทีวี กาแฟ นิตยสาร เครื่องปรับอากาศ โดยเฉพาะห้องน้ำที่มีไว้คอยบริการลูกค้า ควรมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนลูกค้าขณะนั่งรอการให้บริการ และในส่วนของบริการควรเตรียมความพร้อมของเครื่องมือ-อุปกรณ์ ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมถึงคุณภาพของเครื่องมือ-อุปกรณ์ ต้องได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ภายในอู่ควรมีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างเพียงพอ รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอู่โดยรวม

ด้านกระบวนการให้บริการ

ควรเพิ่มความระมัดระวังในการบริการงานซ่อม โดยมีการตรวจสอบการให้บริการ และเพิ่มปรับปรุงอุปกรณ์-เครื่องมือให้มีความทันสมัยมากขึ้น การบริการที่ไม่ล่าช้าส่งมอบรถที่ซ่อมเสร็จทำให้ตรงเวลานัดหมาย การคิดเงินค่าบริการถูกต้อง และรวดเร็ว และพนักงานควรมีตรวจสอบความเรียบร้อยในเรื่องดังกล่าวให้มากยิ่งขึ้นหลังงานซ่อมเสร็จ ก่อนที่จะส่งมอบรถให้แก่ลูกค้า

นอกจากนั้น ควรมีการเพิ่มช่างในช่วงที่มีงานมาก และควรมีผู้รับความคิดเห็นด้านต่างๆ ของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงในการทำงาน และนอกจากนี้ยังสามารถขยายตลาดไปยังต่างอำเภอ หรือในจังหวัดอื่นๆ ได้ เมื่อมีการคัดเลือกพนักงานควรเลือกพนักงานที่มีความสามารถและชำนาญ เฉพาะด้าน รวมถึงมีใจรักด้านบริการ