

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทลูกค้า

ประเภทลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าทั่วไป	64	18.8
ลูกค้าบริษัทประกัน	276	81.2
รวม	340	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าบริษัทประกัน ร้อยละ 81.2 และเป็นลูกค้าทั่วไป ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	215	63.2
หญิง	125	36.8
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.2 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	15	4.4
21 – 30 ปี	69	20.3
31 – 40 ปี	105	30.9
41 – 50 ปี	99	29.1
50 ปีขึ้นไป	52	15.3
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 29.1 และ อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	139	40.9
สมรส	186	54.7
อื่นๆ	15	4.4
รวม	340	100

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (6 ราย), ไม่ระบุ (9 ราย)

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ สถานภาพโสด ร้อยละ 40.9 และ สถานภาพอื่นๆ ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	54	15.9
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	72	21.2
ปวส.หรืออนุปริญญา	70	20.6
ปริญญาตรี	95	27.9
สูงกว่าปริญญาตรี	49	14.4
รวม	340	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 21.2 และ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 20.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	16	4.7
ข้าราชการ	34	10.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	17.1
พนักงานบริษัทเอกชน	86	25.3
ธุรกิจส่วนตัว	104	30.6
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	37	10.8
อื่นๆ	5	1.5
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (2 ราย), ว่างาน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.6 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.3 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.1

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	1.8
5,000 – 10,000 บาท	14	4.1
10,001 – 15,000 บาท	40	11.8
15,001 – 20,000 บาท	112	32.9
20,001 – 25,000 บาท	114	33.5
25,000 บาทขึ้นไป	54	15.9
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.9 และ 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 15.9

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เช่น รถเก๋ง	246	72.4
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน เช่น รถตู้	17	5.0
รถบรรทุกส่วนบุคคล เช่น รถกระบะ 1 คัน	77	22.6
รวม	340	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เช่น รถเก๋ง ร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ รถบรรทุกส่วนบุคคล เช่น รถกระบะ 1 คัน ร้อยละ 22.6 และ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน เช่น รถตู้ ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้

ยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
โตโยต้า (Toyota)	105	30.9
ฮอนด้า (Honda)	96	28.2
มาสด้า (Mazda)	35	10.3
นิสสัน (Nissan)	22	6.5
เปอริโย (Peugeot)	3	0.9
ซาป (Saab)	1	0.3
วอลโว่ (Volvo)	14	4.1
ออดี้ (Audi)	2	0.6
บีเอ็มดับเบิลยู (BMW)	17	5.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้ (ต่อ)

ยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
เบนซ์ (Benz)	16	4.7
ยี่ห้ออื่นๆ	29	8.5
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

อื่นๆ ได้แก่ อีซูซุ (ISUZU) (16 ราย), เชฟโรเลต (CHEVROLET) (5 ราย), มิตซูบิชิ (Mitsubishi) (4 ราย), และ ไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ยี่ห้อรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ คือ โตโยต้า ร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ ฮอนด้า ร้อยละ 28.2 และ มาสด้า ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทราบข้อมูลของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครฟิงค์เวอร์คซ์ออฟไฮเวย์

แหล่งที่ทราบข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักด้วยตัวเอง	65	19.1
ครอบครัวหรือญาติแนะนำ	90	26.5
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	201	59.1
จากสื่อและการประชาสัมพันธ์	9	2.6
ผู้รถยนต์อื่นแนะนำ	12	3.5
คู่มือ หรือคำตรวจแนะนำ	35	10.3
อื่นๆ	12	3.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักกับเจ้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครฟิงค์เวอร์คซ์ออฟไฮเวย์ (5 ราย) พนักงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครฟิงค์เวอร์คซ์ออฟไฮเวย์แนะนำ (4 ราย) และ ไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทราบแหล่งข้อมูลของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครฟิงค์เวอร์คซ์ออฟไฮเวย์ จากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ ครอบครัวหรือญาติแนะนำ ร้อยละ 26.5 และ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 19.1

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช้อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุของการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตรวจเช็ครถยนต์	44	12.9
ซ่อมแซมรถยนต์	145	42.6
วางเครื่องยนต์ใหม่	19	5.6
เคาะตัวถังรถยนต์	209	61.5
ทำสีรถยนต์	275	80.9
ขัดสีรถยนต์	274	80.6
อื่นๆ	11	3.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ซ่อมเฉพาะเบรค (5 ราย) ซ่อมเฉพาะคลัช (3 ราย) และไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช้อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ คือ ทำสีรถยนต์ ร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ ขัดสีรถยนต์ ร้อยละ 80.6 และ เคาะตัวถังรถยนต์ ร้อยละ 61.5

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช้อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ความถี่ในการใช้บริการต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	48	14.1
ใช้บริการ 1-2 ครั้ง	238	70.0
ใช้บริการ 3-4 ครั้ง	33	9.7
มากกว่า 4 ครั้ง	21	6.2
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช้อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 14.1 และใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ

วันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	201	59.1
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	130	38.2
วันหยุดนักขัตฤกษ์	9	2.6
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำรถยนต์เข้าใช้บริการ คือวันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ ร้อยละ 38.2 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
08.00 -12.00 น.	176	51.8
12.01-17.00 น.	158	46.5
17.01-22.00 น.	6	1.8
<b>รวม</b>	<b>340</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการ คือ 08.00 -12.00 น. ร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ 12.01-17.00 น. ร้อยละ 46.5 และ 17.01-22.00 น. ร้อยละ 1.8



**ตารางที่ 4.15** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	25.0
5,000 – 15,000 บาท	18	28.1
15,001 – 25,000 บาท	11	17.2
25,001 - 35,000 บาท	13	20.3
มากกว่า 35,000 บาท	6	9.4
<b>รวม</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 5,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 28.1 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 25.0 และ 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 17.2

**ตารางที่ 4.16** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพและมาตรฐานของอะไหล่รถยนต์หรือ สี่ที่ใช้ในการซ่อมรถยนต์	234	68.8
ความมีชื่อเสียงที่ดีของร้าน	216	63.5
มีการรับประกันด้านคุณภาพหลังการซ่อม	39	11.5
ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน	196	57.6
การเดินทางมาที่ร้านสะดวก	115	33.8
มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้า ตามเทศกาล	13	3.8

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพังก์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

สาเหตุในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ช่างมีความชำนาญ	162	47.6
พนักงานมีอัธยาศัยดีน่าประทับใจ	89	26.2
การตกแต่งร้านสวยงาม	14	4.1
งานเสร็จตรงตามกำหนดนัดหมาย	167	49.1
พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	31	9.1
อื่นๆ	15	4.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ มีคนรู้จักแนะนำ (7 ราย), รู้จักเจ้าของ/พนักงาน (3 ราย) มีการให้คำปรึกษาที่ดี (3 คน) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพังก์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ คือ คุณภาพและมาตรฐานของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ในการซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของร้าน ร้อยละ 63.5 และราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน ร้อยละ 57.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วน จำกัด นครพังก์เวอร์คช็อพไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.1 การทำสีรถยนต์เรียบร้อยสวยงาม	269 (79.12)	51 (15.00)	20 (5.88)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.73 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครมมีคุณภาพและรวดเร็ว	28 (8.24)	44 (12.94)	176 (51.76)	54 (15.88)	38 (11.18)	2.91 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	255 (75.00)	50 (14.71)	14 (4.12)	14 (4.12)	7 (2.06)	4.56 (มากที่สุด)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	256 (75.29)	55 (16.18)	20 (5.88)	9 (2.65)	0 (0.00)	4.64 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	59 (17.35)	152 (44.71)	57 (16.76)	48 (14.12)	24 (7.06)	3.51 (มาก)
1.6 อะไหล่ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ	112 (32.94)	193 (56.76)	35 (10.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการซ่อม	31 (9.12)	53 (15.59)	192 (56.47)	46 (13.53)	18 (5.29)	3.10 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.8 คุณภาพยี่สิบของลูกค้า ก่อนส่งมอบรถ	13 (3.82)	29 (8.53)	209 (61.47)	56 (16.47)	33 (9.71)	2.80 (ปานกลาง)
1.9 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทั้ง ในด้านคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์และการบริการ	81 (23.82)	184 (54.12)	40 (11.76)	35 (10.29)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
1.10 มีรถยนต์สำรองไว้บริการ ระหว่างซ่อม	6 (1.76)	9 (2.65)	59 (17.35)	237 (69.71)	29 (8.53)	2.19 (น้อย)
1.11 มีการรับประกันด้าน คุณภาพ หลังการซ่อม	59 (17.35)	177 (52.06)	55 (16.18)	27 (7.94)	22 (6.47)	3.66 (มาก)
1.12 มีการทำความสะอาดทั้ง ภายใน ภายนอก หลังการ ซ่อม	74 (21.76)	156 (45.88)	49 (14.41)	34 (10.00)	27 (7.94)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือการทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.73) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.64) และรถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ะไหล่ ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการทำความสะอาดทั้งภายใน ภายนอก หลังการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.64) และรถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.10) การตรวจเช็คครมมีคุณภาพ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.91) และดูแลทรัพย์สินของลูกค้าก่อนส่งมอบรถ (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	12 (18.75)	31 (48.44)	9 (14.06)	9 (14.06)	3 (4.69)	3.63 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับ คุณภาพของอะไหล่รถยนต์ หรือสีที่ใช้	42 (65.63)	17 (26.56)	2 (3.13)	3 (4.69)	0 (0.00)	4.53 (มากที่สุด)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและ ประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการ ซ่อม	49 (76.56)	6 (9.38)	7 (10.94)	2 (3.13)	0 (0.00)	4.59 (มากที่สุด)
2.4 ราคาค่าซ่อมรถยนต์ เหมาะสม และใกล้เคียง ราคาประเมิน	21 (32.81)	34 (53.13)	9 (14.06)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.19 (มาก)
2.5 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละ ประเภทอย่างชัดเจน	8 (12.50)	9 (14.06)	37 (57.81)	6 (9.38)	4 (6.25)	3.17 (ปานกลาง)
2.6 สามารถชำระเงินด้วยบัตร เครดิตได้	15 (23.44)	33 (51.56)	14 (21.88)	2 (3.13)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.01 (มาก)</b>

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ์ออฟ  
ไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.01)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือมีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.59) และความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.53)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ระบุค่าแรงอะไหล่แต่ละประเภทอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.1 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	120 (35.29)	182 (53.53)	38 (11.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วง ล่าง อื่นๆ	57 (16.76)	208 (61.18)	47 (13.82)	28 (8.24)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
3.3 สถานที่ที่มีการจัดเก็บ เครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบ ใช้งานง่าย	66 (19.41)	161 (47.35)	50 (14.71)	35 (10.29)	28 (8.24)	3.59 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	30 (8.82)	52 (15.29)	214 (62.94)	26 (7.65)	18 (5.29)	3.15 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวก สำหรับลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการ	52 (15.29)	174 (51.18)	56 (16.47)	44 (12.94)	14 (4.12)	3.61 (มาก)
3.6 เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.)	249 (73.24)	51 (15.00)	23 (6.76)	9 (2.65)	8 (2.35)	4.54 (มากที่สุด)
3.7 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้น นอกสถานที่	13 (3.82)	35 (10.29)	224 (65.88)	47 (13.82)	21 (6.18)	2.92 (ปานกลาง)
3.8 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละ ส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อ ความสะดวกแก่ลูกค้าใน การเลือกเข้าใช้บริการ	67 (19.71)	156 (45.88)	52 (15.29)	42 (12.35)	23 (6.76)	3.59 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.69 (มาก)</b>



จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ใน ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.69)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิด ของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.54)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งใกล้ แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำ ลี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) สถานที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความสะดวก แก่ลูกค้าในการเลือก เข้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่มี ทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.15) และให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ	19 (5.59)	35 (10.29)	205 (60.29)	50 (14.71)	31 (9.12)	2.89 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬา ห้องจัดการบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น	0 (0.00)	13 (3.82)	44 (12.94)	154 (45.29)	129 (37.94)	1.83 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	0 (0.00)	18 (5.29)	34 (10.00)	241 (70.88)	47 (13.82)	2.07 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ลูกค้า	6 (1.76)	10 (2.94)	57 (16.76)	222 (65.29)	45 (13.24)	2.15 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ	33 (9.71)	60 (17.65)	192 (56.47)	35 (10.29)	20 (5.88)	3.15 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์	35 (10.29)	61 (17.94)	171 (50.29)	34 (10.00)	39 (11.47)	3.06 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>2.52</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52)

โดยความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.06) มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.89)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.15) มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.07) การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 1.83)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน	130 (38.24)	176 (51.76)	34 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.28 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง	22 (6.47)	52 (15.29)	172 (50.59)	60 (17.65)	34 (10.00)	2.91 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูงเอาใจใส่ต่องาน	239 (70.29)	40 (11.76)	43 (12.65)	8 (2.35)	10 (2.94)	4.44 (มาก)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	63 (18.53)	170 (50.00)	51 (15.00)	42 (12.35)	14 (4.12)	3.66 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	67 (19.71)	181 (53.24)	59 (17.35)	33 (9.71)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	34 (10.00)	51 (15.00)	206 (60.59)	30 (8.82)	19 (5.59)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.71 (มาก)</b>

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.66)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.15) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้ง ก่อนและหลังซ่อม การ ใช้รถเบื้องต้น	68 (20.00)	158 (46.47)	63 (18.53)	28 (8.24)	23 (6.76)	3.65 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการ จัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่ จำเป็นในการซ่อม	65 (19.12)	182 (53.53)	66 (19.41)	27 (7.94)	0 (0.00)	3.84 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการ ซ่อม อย่างละเอียด ตรวจสอบได้	36 (10.59)	48 (14.12)	177 (52.06)	38 (11.18)	41 (12.06)	3.00 (ปาน กลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตาม กำหนดเวลานัดหมาย	114 (33.53)	189 (55.59)	37 (10.88)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการ ซ่อมเป็นระยะๆ	38 (11.18)	44 (12.94)	203 (59.71)	33 (9.71)	22 (6.47)	3.13 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.57 (มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

โดยความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม และการใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็นระยะๆ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และทำการบันทึกประวัติการซ่อมอย่างละเอียด ตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ ตลอดเวลา	117 (34.41)	195 (57.35)	28 (8.24)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้า สะดวก สบาย ขณะรอรับ รถ	40 (11.76)	46 (13.53)	154 (45.29)	65 (19.12)	35 (10.29)	2.97 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาด ภายในตู้ซ่อมรถยนต์	75 (22.06)	166 (48.82)	50 (14.71)	33 (9.71)	16 (4.71)	3.74 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ ในขณะรอรับการซ่อม	75 (22.06)	166 (48.82)	62 (18.24)	37 (10.88)	0 (0.00)	3.82 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบ ใหม่ดูทันสมัย	8 (2.35)	15 (4.41)	57 (16.76)	216 (63.53)	44 (12.94)	2.20 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบ สุภาพเรียบร้อย	17 (5.00)	36 (10.59)	159 (46.76)	97 (28.53)	31 (9.12)	2.74 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่าง เพียงพอ	32 (9.41)	52 (15.29)	207 (60.88)	32 (9.41)	17 (5.00)	3.15 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่าง ชัดเจน	13 (3.82)	31 (9.12)	220 (64.71)	40 (11.76)	36 (10.59)	2.84 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.21</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.82) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวก สบาย ขณะรอรับรถ (ค่าเฉลี่ย 2.97) ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.84) พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.74)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.20)



ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ็อพอไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.66	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.01	มาก	1
ปัจจัยด้านสถานที่	3.69	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.52	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.71	มาก	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.57	มาก	5
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.21	ปานกลาง	6

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ็อพอไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิกซ์เวอร์คซอไฟไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สีที่ใช้ในการซ่อมรถยนต์ ไม่ได้มาตรฐาน	7	2.1
การตรวจเช็ครถไม่มีคุณภาพ และล่าช้า	31	9.1
รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว ไม่มีคุณภาพ (ใช้งานแล้วเกิดความผิดปกติ)	9	2.6
ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว ไม่เรียบร้อย และไม่สวยงาม	18	5.3
รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว ไม่มีคุณภาพ (ใช้งานแล้วเกิดความผิดปกติ)	10	2.9
อะไหล่ ที่ใช้ ไม่มีคุณภาพดี หรือเก่าเก็บ	8	2.4
ไม่สามารถจัดหาอะไหล่รุ่นที่ต้องการในการซ่อมได้	63	18.5
ขาดการดูแลทรัพย์สินของลูกค้าก่อนส่งมอบรถ	32	9.4
ขาดความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า หรือไม่สามารถร้องเรียนได้	12	3.5
ไม่มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	74	21.8
ไม่มีการรับประกันด้านคุณภาพหลังการซ่อม	13	3.8
ไม่มีการทำความสะอาดทั้งภายใน ภายนอก หลังการซ่อม	21	6.2
อื่นๆ	6	1.8
ไม่พบปัญหา	198	55.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ทำสีรถแล้วผลงานออกมาได้ไม่ตรงกับที่คาดไว้ (2 ราย) ได้ยินเสียงดังตอนขับขึ้นหลังจากซ่อมเสร็จแล้ว (1 ราย) รู้สึกว่าภายในรถสกปรกขึ้นกว่าเดิมตอนไปปรับรถ (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือไม่มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม (ร้อยละ 21.8) รองลงมาคือ ไม่สามารถจัดหาอะไหล่รุ่นที่ต้องการในการซ่อมได้ (ร้อยละ 18.5) และ ขาดการดูแลทรัพย์สินของลูกค้าก่อนส่งมอบรถ (ร้อยละ 9.4) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน	7	10.9
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้	4	6.3
ไม่มีการแจ้งหรือประเมินค่าซ่อมให้ทราบล่วงหน้า	4	6.3
ราคาค่าซ่อมรถยนต์ไม่เหมาะสม และไม่ใกล้เคียงราคาประเมิน	3	4.7
ไม่มีการระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	21	32.8
ไม่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	8	12.5
อื่นๆ	5	7.8
ไม่พบปัญหา	39	60.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รายละเอียดค่าบริการประเภทต่างๆ ไม่ชัดเจน (2 ราย) ต่อรองราคาค่าบริการไม่ได้ (1 ราย) ราคาอะไหล่เพิ่มขึ้นแบบไม่มีเหตุผล (1 ราย) และราคาค่าบริการเปลี่ยนแปลงบ่อย (1 ราย)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน (ร้อยละ 32.8) รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ (ร้อยละ 12.5) และ ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน (ร้อยละ 10.9) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งไกลจากแหล่งอาศัย การเดินทางไม่สะดวก	20	5.9
สถานที่ไม่มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อม เครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ	4	1.2
สถานที่ไม่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	11	3.2
ทางเข้า - ออก ไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย	33	9.7
สถานที่จอดรถไม่สะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ	8	2.4
เวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:00 น. – 18:00 น.)	18	5.3
ไม่มีการให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	67	19.7
การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนไม่เหมาะสม แก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	14	4.1
อื่นๆ	9	2.6
ไม่พบปัญหา	226	66.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สถานที่คับแคบ (4 ราย) ตามหาร้านยาก (2 ราย) และ ไม่ระบุเหตุผล (3 ราย)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่ (ร้อยละ 19.7) รองลงมาคือ ทางเข้า - ออก ไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย (ร้อยละ 9.7) และ ทำเลที่ตั้งไกลจากแหล่งอาศัย การเดินทางไม่สะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	86	25.3
ขาดการประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น ไม่มีการสนับสนุนสื่อ กีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น	14	4.1
ไม่มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	59	17.4
ไม่มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ลูกค้า	20	5.9
ไม่มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ ให้กับลูกค้า ประจำ	53	15.6
ไม่มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์	10	2.9
อื่นๆ	8	2.4
ไม่พบปัญหา	206	60.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้รับบัตรสะสมแต้มเพื่อใช้บริการฟรีครั้งต่อไป (3 ราย) ไม่มีการใช้  
ประชาสัมพันธ์บุคคล (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (4 ราย)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ขาดการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 25.3) รองลงมาคือ ไม่มี  
สิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น (ร้อยละ 17.4) และ ไม่มีส่วนลด  
ราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ ให้กับลูกค้าประจำ (ร้อยละ 15.6) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่สามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการช่อมชัดเจน	8	2.4
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	43	12.6
ไม่มีช่างผู้ชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	11	3.2
ช่างและพนักงาน ไม่สุภาพต่อลูกค้า	41	12.1
ช่างไม่ให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	13	3.8
ไม่มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	57	16.8
อื่นๆ	11	3.2
ไม่พบปัญหา	252	74.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ จำนวนพนักงานต้อนรับไม่เพียงพอ (3 ราย) พนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย/ไม่น่าเชื่อถือ (2 ราย) พนักงานขาดความเป็นมืออาชีพ ขาดความรู้เรื่องรถ (1 ราย) เปลี่ยนพนักงานบ่อย ทำให้ลูกค้าแก่สับสน (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (4 ราย)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ (ร้อยละ 16.8) รองลงมาคือ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง (ร้อยละ 12.6) และ ช่างและพนักงาน ไม่สุภาพต่อลูกค้า (ร้อยละ 12.1) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการชี้แจงรายละเอียดให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม ไม่แนะนำการใช้รถเบื้องต้น	8	2.4
การจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อมล่าช้า	16	4.7
ไม่ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่างละเอียด หรือไม่สามารถตรวจสอบได้	45	13.2
การซ่อมล่าช้ากว่ากำหนดเวลานัดหมาย	57	16.8
ขาดการติดตามผลหลังการซ่อม	69	20.3
อื่นๆ	9	2.6
ไม่พบปัญหา	249	73.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เข้ามารับรถก่อน-หลังเวลาทำการไม่ได้ (3 ราย) มีข้อผิดพลาดในการออกใบกำกับภาษี (2 ราย) ขั้นตอนในการเข้ารับบริการมีความยุ่งยากซับซ้อน (1 ราย) เกิดความผิดพลาดตอนมารับรถ (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ขาดการติดตามผลหลังการซ่อม (ร้อยละ 20.3) รองลงมาคือ การซ่อมล่าช้ากว่ากำหนดเวลานัดหมาย (ร้อยละ 16.8) และ ไม่ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่างละเอียด หรือไม่สามารถตรวจสอบได้ (ร้อยละ 13.2) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการจัดหาอุปกรณ์การซ่อมที่ทันสมัย	15	4.4
ไม่มีห้องรับรองสำหรับลูกค้าขณะรอรับรถ	32	9.4
ขาดการรักษาความสะอาดภายในตู้ซ่อมรถยนต์	5	1.5
ขาดความปลอดภัยของรถยนต์ ในขณะที่รอรับการซ่อม	9	2.6
รูปแบบร้านเป็นรูปแบบเก่า หรือไม่ทันสมัย	53	15.6
พนักงานสวมเครื่องแบบไม่สุภาพ หรือไม่เรียบร้อย	11	3.2
ขาดอากาศถ่ายเท หรือมีแสงสว่างไม่เพียงพอ	5	1.5
ป้ายชื่อร้าน ไม่สามารถมองเห็น ได้อย่างชัดเจน	35	10.3
อื่นๆ	14	4.1
ไม่พบปัญหา	255	75.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 340 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีที่นั่งรอในห้องปรับอากาศ (3 ราย) ห้องน้ำไม่พอ/ไม่สะอาด (3 ราย) ฝุ่นเยอะ (2 ราย) ไม่เปิดให้ลูกค้าได้เห็นหลังร้าน ได้อย่างชัดเจน (1 ราย) เสียงรบกวนดัง (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (4 ราย)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ รูปแบบร้านเป็นรูปแบบเก่า หรือไม่ทันสมัย (ร้อยละ 15.6) รองลงมาคือ ป้ายชื่อร้านไม่สามารถมองเห็น ได้อย่างชัดเจน (ร้อยละ 10.3) และ ไม่มีห้องรับรองสำหรับลูกค้าขณะรอรับรถ (ร้อยละ 9.4) ตามลำดับ



## ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรจัดพนักงานต้อนรับให้มีจำนวนเพียงพอ (3 ราย)
- ควรมีสัทธิพิเศษให้กับลูกค้าประจำบ้าง (3 ราย)
- ควรจัดหาอบรมพนักงานให้มีความรู้เรื่องรถ เรื่องอะไหล่ และมีความเป็นมืออาชีพไว้ประจำร้านเสมอ (3 ราย)
- ควรมีการให้รายละเอียดของอะไหล่แต่ละประเภทอย่างชัดเจน (2 ราย)
- ห้องรับรองลูกค้าควรมีมุมพักผ่อนในห้องปรับอากาศ และจัดที่นั่งให้เพียงพอ (2 ราย)
- กรณีที่ลูกค้าต้องทิ้งรถเอาไว้ที่ร้าน แล้วไม่มีรถใช้ ควรจัดหารถรับส่งไว้ให้บริการ (2 ราย)
- ควรมีบัตรคิว กรณีมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก (1 ราย)
- ควรเพิ่มจำนวนห้องสุขา (1 ราย)
- ควรติดตามผลหลังการซ่อมรถให้แก่ลูกค้า (1 ราย)
- ควรมีนโยบายเปลี่ยน-คืนอะไหล่ หากลูกค้าไม่พอใจในเวลาที่กำหนด (1 ราย)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ์ไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภท รถยนต์ส่วนบุคคล และประเภทลูกค้า

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์ เวอร์คซ์ไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม	4.75 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครมมีคุณภาพ และรวดเร็ว	2.91 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	4.52 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เกาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	4.67 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	3.53 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 อะไหล่ที่ใช้มีคุณภาพดีไม่เก่าเก็บ	4.21 (มาก)	4.26 (มาก)
1.8 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่รุ่นพิเศษเพิ่มเติมในการซ่อม	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
1.9 คุณภาพทรัพย์สินของลูกค้ำก่อนส่งมอบรถ	2.84 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
1.10 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้ำ ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.85 (มาก)	4.03 (มาก)
1.11 มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	2.19 (น้อย)	2.21 (น้อย)
1.12 มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)
1.13 มีการทำความสะอาดทั้งภายใน ภายนอก หลังการซ่อม	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.75) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้วเรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.67) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.70) รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย N = 36	หญิง N = 28
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือ สี่ล้อ	4.44 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม	4.61 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
2.5 ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน	4.28 (มาก)	4.07 (มาก)
2.7 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01 (มาก)	4.01 (มาก)

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อป  
ไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.61) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.57) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งไกลแหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	4.21 (มาก)	4.30 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ท่าสี่ ซ่อม เครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)
3.3 สถานที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	3.11 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ	3.70 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
3.6 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.)	4.48 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)
3.7 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	2.92 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
3.8 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความ สะดวก แก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.68</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.48) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.65) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ	2.92 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬา ในห้่องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น	1.88 (น้อย)	1.73 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	2.05 (น้อย)	2.10 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ลูกค้า	2.21 (น้อย)	2.03 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้า ประจำ	3.08 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์	3.07 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.54 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.02) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	2.98 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	4.48 (มาก)	4.37 (มาก)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.19 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม	3.88 (มาก)	3.76 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่างละเอียด ตรวจสอบได้	2.96 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็นระยะๆ	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.56</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การชำระเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย N = 215	หญิง N = 125
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวก สบาย ขณะรอรับรถ	3.01 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย	2.21 (น้อย)	2.18 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	2.70 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.88 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.23</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ หญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ



4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์  
เวอร์คซ์อไฟเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี N = 84	31 – 40 ปี N = 105	41 – 50 ปี N = 99	50 ปีขึ้นไป N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม	4.71 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครมมีคุณภาพ และ รวดเร็ว	2.83 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	4.68 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	4.73 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มี คุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
1.6 อะไหล่ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)	4.27 (มาก)	4.21 (มาก)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่ รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการซ่อม	3.02 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	N = 84	N = 105	N = 99	N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.8 คุณภาพสินค้าของลูกค้าก่อนส่งมอบรถ	2.83 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
1.9 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)
1.10 มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	2.26 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.27 (น้อย)
1.11 มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)
1.12 มีการทำความสะอาดทั้งภายในภายนอก หลังการซ่อม	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.67</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)	<b>3.69</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.73) การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.71) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.67) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.63) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.80) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.63) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.77) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.56) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	N = 11	N = 17	N = 25	N = 11
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	4.09 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.44 (มาก)	4.82 (มากที่สุด)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม	4.36 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
2.4 ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)
2.5 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	2.73 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
2.6 สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.80</b> (มาก)	<b>4.00</b> (มาก)	<b>4.04</b> (มาก)	<b>4.17</b> (มาก)

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คช็อป ไซเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.36) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.71) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.60) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.82) มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	N = 84	N = 105	N = 99	N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)
3.3 สถานที่ที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)
3.6 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.)	4.67 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
3.7 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	3.07 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3.8 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.79</b> (มาก)	<b>3.68</b> (มาก)	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.68</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.67) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.55) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.38) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.62) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าในการเลือกเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	N = 84	N = 105	N = 99	N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ชมชุน แผ่นพับ	3.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาห้องกิจการ บริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่าง ทั่วถึง เป็นต้น	1.81 (น้อย)	1.85 (น้อย)	1.79 (น้อย)	1.88 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตาม เทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	2.01 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.12 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือ หนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ ลูกค้า	2.24 (น้อย)	2.08 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.15 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่า อะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษา รถยนต์	3.13 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.57</b> (ปานกลาง)	<b>2.51</b> (ปานกลาง)	<b>2.47</b> (น้อย)	<b>2.56</b> (ปานกลาง)



จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.24) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.02) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 2.99) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.96) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.17) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	N = 84	N = 105	N = 99	N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมแซมเงิน	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	2.90 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	4.48 (มาก)	4.36 (มาก)	4.45 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.67</b> (มาก)	<b>3.64</b> (มาก)	<b>3.75</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมแซมเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.52) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี N = 84	31 – 40 ปี N = 105	41 – 50 ปี N = 99	50 ปีขึ้นไป N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลัง ซ่อม การใช้รถเบื้องต้น	3.52 (มาก)	3.85 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหา อะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่าง ละเอียด ตรวจสอบได้	2.88 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	2.93 (ปาน กลาง)	3.17 (ปาน กลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัด หมาย	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.40 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็น ระยะๆ	3.00 (ปาน กลาง)	3.30 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	3.06 (ปาน กลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.48</b> (ปาน กลาง)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.51</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย

4.19) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่า 31 ปี N = 84	31 – 40 ปี N = 105	41 – 50 ปี N = 99	50 ปีขึ้นไป N = 52
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวกสบาย ขณะรอรับรถ	3.10 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย	2.18 (น้อย)	2.10 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.17 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	2.68 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ	3.05 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.86 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.18</b> (ปานกลาง)	<b>3.23</b> (ปานกลาง)	<b>3.22</b> (ปานกลาง)	<b>3.24</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.22) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.23) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์  
เวอร์คซ์ไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 การทำสิโรยนต์เรียบร้อย สวยงาม	4.72 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครมามีคุณภาพ และ รวดเร็ว	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	4.57 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	4.70 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มี คุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
1.6 อะไหล่ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่ รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการซ่อม	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)



ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.8 คุณเลททรัพย์สินของลูกค้ำก่อนส่งมอบรถ	2.83 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
1.9 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้ำ ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)	3.61 (มาก)
1.10 มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	2.18 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.20 (น้อย)
1.11 มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)
1.12 มีการทำความสะอาดทั้งภายในภายนอก หลังการซ่อม	3.97 (มาก)	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.72) ตัวถังรถยนต์ที่เกาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.70) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.76) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.62) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.72) รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.66) และ ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.72) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.65) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 12	15,001 – 20,000 บาท N = 20	20,001 – 25,000 บาท N = 23	25,000 บาท ขึ้นไป N = 9
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	3.83 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	4.00 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้	4.00 (มาก)	4.95 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
2.4 ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)
2.5 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	3.17 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
2.6 สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88</b> (มาก)	<b>4.05</b> (มาก)	<b>4.04</b> (มาก)	<b>4.02</b> (มาก)

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ์ออฟไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.95) มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.78) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)
3.3 สถานที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	3.27 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)
3.7 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.)	4.58 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
3.8 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3.9 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.74</b> (มาก)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.68</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.58) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.47) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.59) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.54) ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ชมชุมชน แผ่นพับ	2.80 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์กร บริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่าง ทั่วถึง เป็นต้น	1.87 (น้อย)	1.78 (น้อย)	1.86 (น้อย)	1.81 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตาม เทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	2.13 (น้อย)	2.06 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.06 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือ หนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ ลูกค้า	2.03 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.11 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่า อะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษา รถยนต์	3.28 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.56</b> (ปานกลาง)	<b>2.51</b> (ปานกลาง)	<b>2.52</b> (ปานกลาง)	<b>2.51</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.98) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.94) และ มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.91) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการช่อมชัดเจน	4.30 (มาก)	4.36 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	2.97 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	4.48 (มาก)	4.26 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	3.75 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการช่อมทุกขั้นตอน	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.79</b> (มาก)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกชิ้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกชิ้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกชิ้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.63) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกชิ้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและ หลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหา อะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่าง ละเอียด ตรวจสอบได้	3.10 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัด หมาย	4.32 (มาก)	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็น ระยะๆ	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.52</b> (มาก)	<b>3.60</b> (มาก)	<b>3.53</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 15,001 บาท N = 60	15,001 – 20,000 บาท N = 112	20,001 – 25,000 บาท N = 114	25,000 บาท ขึ้นไป N = 54
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)	4.37 (มาก)	4.28 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวกสบาย ขณะรอรับรถ	2.87 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาดภายในตู้ซ่อมรถยนต์	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย	2.08 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.31 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	2.70 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ	3.20 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.85 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.12) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์  
เวอร์คซ์ไอเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล เกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุก ส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม	4.75 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครีมีคุณภาพ และรวดเร็ว	2.90 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	4.53 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เกาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	4.64 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	3.53 (มาก)	3.88 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
1.6 อะไหล่ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)
1.7 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการซ่อม	3.16 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่งเกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุกส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
1.8 คุณแลทธิพยี่สินของลูกค้ำก่อนส่งมอบรถ	2.83 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
1.9 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้ำ ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
1.10 มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	2.20 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.18 (น้อย)
1.11 มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม	3.76 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
1.12 มีการทำความสะอาดทั้งภายใน ภายนอก หลังการซ่อม	3.65 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.75) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.88) การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.82) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.65) รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน N = 46	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล เกิน 7 คน N = 4	รถบรรทุก ส่วนบุคคล N = 14
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	3.74 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่ รถยนต์หรือสีที่ใช้	4.57 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อน การซ่อม	4.70 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.36 (มาก)
2.4 ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคา ประเมิน	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
2.5 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	3.11 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
2.6 สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.96 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คชีฟ ไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.70) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.75) ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่ายก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ ราคาค่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่งเกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุกส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งไกลแหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	4.21 (มาก)	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)
3.3 สถานที่ที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	3.59 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	3.13 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)
3.6 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.)	4.49 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
3.7 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	2.89 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
3.8 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสมเพื่อความสะดวก แก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. –17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.49) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.59) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30 น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.70) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่งเกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุกส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชมชุมชน แผ่นพับ	2.86 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาห้องจัดการบริหารส่วนตัวหรือ ออบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น	1.82 (น้อย)	1.76 (น้อย)	1.86 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้าตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	2.04 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.10 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ลูกค้า	2.13 (น้อย)	1.88 (น้อย)	2.26 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์สำหรับลูกค้าประจำ	3.19 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์	3.04 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.51 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.04) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.12) มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.82) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.03) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่งเกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุกส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)	4.32 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	2.92 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	4.46 (มาก)	4.24 (มาก)	4.44 (มาก)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.14 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)



จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.46) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชุดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่งเกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุกส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	3.53 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม	3.80 (มาก)	4.12 (มาก)	3.88 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่างละเอียดตรวจสอบได้	2.97 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	4.20 (มาก)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็นระยะๆ	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.57</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)	<b>3.54</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล		
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน N = 246	รถยนต์นั่ง เกิน 7 คน N = 17	รถบรรทุก ส่วนบุคคล N = 77
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.26 (มาก)	4.47 (มาก)	4.22 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวก สบาย ขณะรอ รับรถ	2.95 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาดภายในตู้ซ่อมรถยนต์	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย	2.19 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.22 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	2.71 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.87 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.21</b> (ปานกลาง)	<b>3.29</b> (ปานกลาง)	<b>3.22</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.47) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.22) การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

4.5 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์  
เวอร์คซ์ไอเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ประเภทลูกค้า

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม	4.81 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
1.2 การตรวจเช็คครมมีคุณภาพ และรวดเร็ว	2.80 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
1.3 รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	4.44 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
1.4 ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม	4.73 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
1.5 รถยนต์ที่วางเครื่องใหม่แล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)
1.7 อะไหล่ ที่ใช้ มีคุณภาพดี ไม่เก่าเก็บ	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
1.8 ความรวดเร็วในการจัดหาอะไหล่รุ่นพิเศษเพิ่มเติม ในการ ซ่อม	3.05 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทลูกค้า (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 คุณภาพทรัพย์สินของลูกค้าก่อนส่งมอบรถ	2.78 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
1.10 มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
1.11 มีรถยนต์สำรองไว้บริการระหว่างซ่อม	2.19 (น้อย)	2.20 (น้อย)
1.12 มีการรับประกันด้านคุณภาพ หลังการซ่อม	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)
1.13 มีการทำความสะอาดทั้งภายใน ภายนอก หลังการซ่อม	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.81) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้วเรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.73) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การทำสีรถยนต์เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.71) ตัวถังรถยนต์ที่เคาะแล้ว เรียบร้อย สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.62) และ รถยนต์ที่ซ่อมแซมแล้ว มีคุณภาพ (ใช้งานได้เป็นปกติ) (ค่าเฉลี่ย 4.59) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทลูกค้า
	ลูกค้าทั่วไป N = 64
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงเกินไป	3.63 (มาก)
2.2 ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้	4.53 (มากที่สุด)
2.3 มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่าย	4.59 (มากที่สุด)
2.5 ราคาเช่าซ่อมรถยนต์เหมาะสม และใกล้เคียงราคาประเมิน	4.19 (มาก)
2.7 ระบุค่าแรง อะไหล่ แต่ละประเภทอย่างชัดเจน	3.17 (ปานกลาง)
2.8 สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01 (มาก)

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าทั่วไปของห้างหุ้นส่วนจำกัด นครพิงค์เวอร์คซ้อฟ ไฮเวย์ จำนวน 64 ราย

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดและประเมินค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.59) ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอะไหล่รถยนต์หรือสีที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และ ราคาซ่อมรถยนต์เหมาะสมและใกล้เคียงราคาประเมิน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก	4.28 (มาก)	4.23 (มาก)
3.2 สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อม เครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่น ๆ	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)
3.3 สถานที่มีการจัดเก็บเครื่องมือเป็นระเบียบ หยิบใช้งานง่าย	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
3.4 สถานที่มีทางเข้า ออก สะดวกและปลอดภัย	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกสำหรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
3.6 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30น. – 17:30 น.)	4.64 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
3.7 ให้บริการงานซ่อมเบื้องต้นนอกสถานที่	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
3.8 การจัดพื้นที่ให้บริการแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม เพื่อความ สะดวก แก่ลูกค้าในการเลือกเข้าใช้บริการ	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.65</b> (มาก)	<b>3.70</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.64) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (8:30น. – 17:30 น.) (ค่าเฉลี่ย 4.52) ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งอาศัย การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ สถานที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ในการให้บริการ เช่น ทำสี ซ่อมเครื่องยนต์ หรือช่วงล่าง อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
4.1 มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ	2.61 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
4.2 การประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬา ในหิ้งค์การบริหารส่วนตำบล หรืออบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น	1.73 (น้อย)	1.85 (น้อย)
4.3 มีสิ่งของสมนาคุณให้กับลูกค้า ตามเทศกาล เช่น พวงกุญแจ เป็นต้น	2.08 (น้อย)	2.07 (น้อย)
4.4 มีเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์ให้ลูกค้า	2.14 (น้อย)	2.15 (น้อย)
4.5 มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับ สมาชิก	3.14 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
4.6 มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษาเครื่องยนต์	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.45 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีส่วนลดราคาค่าบริการและค่าอะไหล่รถยนต์ สำหรับสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแล รักษารถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุชุมชน แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
5.1 พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน	4.27 (มาก)	4.29 (มาก)
5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	2.77 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
5.3 ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน	4.33 (มาก)	4.47 (มาก)
5.4 ช่างและพนักงาน สุภาพเรียบร้อย	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)
5.5 ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน	3.66 (มาก)	3.87 (มาก)
5.6 มีช่างซ่อมไว้บริการอย่างเพียงพอ	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.73</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ช่างมีความชำนาญงานสูง เอาใจใส่ต่องาน (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานสามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการซ่อมชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ ช่างให้คำแนะนำในการซ่อมทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
6.1 ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น	3.81 (มาก)	3.61 (มาก)
6.2 ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
6.3 ทำการบันทึกประวัติการซ่อม อย่างละเอียด ตรวจสอบได้	2.92 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
6.4 การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)
6.5 มีการติดตามผลหลังการซ่อมเป็นระยะ ๆ	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.61</b> (มาก)	<b>3.56</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การซ่อมเสร็จตามกำหนดเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความรวดเร็วในการจัดซื้อจัดหาอะไหล่ที่จำเป็นในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ให้คำแนะนำกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังซ่อม การใช้รถเบื้องต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทลูกค้า	
	ลูกค้าทั่วไป N = 64	ลูกค้าบริษัท ประกัน N = 276
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7.1 อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)
7.2 ห้องรับรองสำหรับลูกค้าสะดวก สบาย ขณะรอรับรถ	2.97 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
7.3 การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์	3.50 (มาก)	3.79 (มาก)
7.4 ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะรอรับการซ่อม	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
7.5 รูปแบบร้านเป็นรูปแบบใหม่ดูทันสมัย	2.17 (น้อย)	2.20 (น้อย)
7.6 พนักงานสวมเครื่องแบบสุภาพเรียบร้อย	2.80 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
7.7 อากาศถ่ายเทดี มีแสงสว่างเพียงพอ	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
7.8 ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.80 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.18</b> (ปานกลาง)	<b>3.22</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ การรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทลูกค้าบริษัทประกันมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ อุปกรณ์การซ่อมทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความปลอดภัยของรถยนต์ในขณะที่รอรับการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการรักษาความสะอาดภายในอู่ซ่อมรถยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ