

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปาน เซอร์วิส มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิส ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการอู่ปานเซอร์วิส ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 320 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.25 สถานภาพสมรส ร้อยละ 64.38 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือปริญญาตรี ร้อยละ 53.43 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 38.12 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.93 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 58.44 โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 71.25 ซึ่งรถยนต์ที่นำมาเข้ารับบริการส่วนใหญ่เป็นรถเก๋ง ร้อยละ 56.56 และมีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 73.75 โดยจำนวนครั้งที่มาใช้บริการในแต่ละปีนั้นไม่แน่นอน ร้อยละ 47.50 ระยะเวลาที่นำรถยนต์มาเข้ารับบริการส่วนใหญ่คือ 1-4 ปี ร้อยละ 38.13 ซึ่งจะนำมาซ่อมเบรกมากที่สุด ร้อยละ 80.00 โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 72.81 และมาใช้บริการที่อู่ปานเซอร์วิสเนื่องจากได้รับคำแนะนำจากบุคคล (ญาติ, เพื่อน, คนรู้จัก) เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 93.44

ลิขสิทธิ์เป็นของวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิส

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิสโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (4.07) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.04) ปัจจัยด้านบุคลากร (3.90) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.66) และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.57) ส่วนความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิสโดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา (3.46) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (2.63)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.04) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพงานซ่อม ตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.40) ชื่อเสียงของอู่ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.33) คุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.13)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.46) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค่างับคุณภาพงานซ่อม (4.46) ราคาซ่อม/บริการ โดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.33) ราคาอะไหล่เหมาะสม มีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.13)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.03) มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.89) มีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.83)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.63) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 2 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.70) มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิกหรือลูกค้าประจำ (3.50) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.66)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ไว้ใจได้ (4.20) พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญ งานซ่อม พนักงานมี

ความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.10) พนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.97)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.37) มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.23) การนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย และมีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.20)

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก เรียงตามลำดับ คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.20) สภาพโดยรวมของอู่สะอาด (4.00) มีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.97)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ป่านเซอร์วิส จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.48) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ป่านเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.39) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.31) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ป่านเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.28) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.45) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ป่านเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.44) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.40) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่

ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.29) และคุณภาพของอะไหล่ไว้วางใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.32) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.23) และคุณภาพของอะไหล่ไว้วางใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.16)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค้ำกับคุณภาพงานซ่อม (4.34) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.42) และราคาอะไหล่เหมาะสม และมีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค้ำกับคุณภาพงานซ่อม (4.37) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.28) และราคาอะไหล่เหมาะสม และมีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค้ำกับคุณภาพงานซ่อม (4.56) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.38) และราคาอะไหล่เหมาะสม และมีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค้ำกับคุณภาพงานซ่อม (4.46) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.29) และราคาอะไหล่เหมาะสม และมีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค้ำกับคุณภาพงานซ่อม (4.32) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.26) และราคาอะไหล่เหมาะสม และมีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.16)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ เท่ากัน (4.00) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.87) และมีบริการซ่อมนอกสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน (3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.04) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.84) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.17) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.84) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.00) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.86) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (3.87) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.68) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.58)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.72) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.51) และมีบริการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.76) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.52) และมีบริการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.69) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.47) และมีบริการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.67) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.48) และมีบริการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.65) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.58) และมีบริการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.68)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.27) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม และพนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะ

ให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.13) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.17) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญ งานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.07) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.23) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญ งานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.20) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.16) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญ งานซ่อม และพนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.04) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.16) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญ งานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.03) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.90)

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.27) รองลงมา คือ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (4.03) และสภาพโดยรวมของอู่สะอาด (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.17) รองลงมา คือ สภาพโดยรวมของอุ้งสะอาด (4.00) และมีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.23) รองลงมา คือ สภาพโดยรวมของอุ้งสะอาด (4.00) และมีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.16) รองลงมา คือ สภาพโดยรวมของอุ้งสะอาด (4.00) และมีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.16) รองลงมา คือ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (4.06) และสภาพโดยรวมของอุ้งสะอาด (4.00)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.29) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.16) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.33) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.18) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.37) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.27) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.44) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.30) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.37) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.22) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ต้องดูแลลูกค้า เท่ากัน (4.20)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิส จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.41) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.33) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของอู่ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.38) รองลงมา คือ คุณภาพงานซ่อม ตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.36) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพงานซ่อม และตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา เท่ากัน (4.40) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของอู่ปานเซอร์วิสเป็นที่รู้จัก (4.32) และคุณภาพของอะไหล่ไว้ใจได้ และมีอะไหล่ให้เลือกหลายเกรด เท่ากัน (4.13)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค่ากับคุณภาพงานซ่อม (4.45) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการ โดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.32) และราคาอะไหล่เหมาะสม มีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค่ากับคุณภาพงานซ่อม (4.49) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการ โดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.36) และราคาอะไหล่เหมาะสม มีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค่ากับคุณภาพงานซ่อม (4.46) รองลงมา คือ ราคาซ่อม/บริการโดยรวมถูกกว่าศูนย์บริการ (4.33) และราคาอะไหล่เหมาะสม มีอะไหล่ให้เลือกหลายราคา (4.13)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (3.98) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.89) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.11) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.91) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก (4.04) รองลงมา คือ มีบริการรับ-ส่งรถของลูกค้านอกสถานที่ (3.89) และมีบริการรับ-ส่งลูกค้านอกสถานที่ (3.82)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.68) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.57) และมีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.60) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.29) และมีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี (3.74) รองลงมา คือ มีการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ฟรีสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ (3.52) และมีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ (2.65)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ (4.23) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาเท่ากัน (4.06) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีเท่ากัน (3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา พนักงานมีความซื่อสัตย์ ใฝ่ใจได้ เท่ากัน (4.13) และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี (4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ใฝ่ใจได้ (4.20) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญงานซ่อม พนักงานมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (4.11) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัย และข้อซักถามของลูกค้าในงานซ่อมได้เป็นอย่างดี พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (3.97)

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.32) รองลงมา คือ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (4.01) และสภาพโดยรวมของอู่สะอาด (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.13) รองลงมา คือ สภาพโดยรวมของอู่สะอาด (4.00) และมีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า (4.20) รองลงมา คือ สภาพโดยรวมของอู่สะอาด (4.00) และมีอุปกรณ์ และเครื่องมือการซ่อมที่ทันสมัย (3.96)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.38) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.25) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.29) รองลงมา คือ การนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.24) และมีใบแจ้งราคา และใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ (4.39) รองลงมา คือ มีใบแจ้งราคา และ ใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าซ่อม/ค่าบริการที่ชัดเจน (4.23) และการนัดหมาย ส่งมอบรถ ตรงตามเวลานัดหมาย มีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดของงานซ่อม และวิธีดูแลรักษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เท่ากัน (4.19)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิส สามารถอภิปรายผลดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาวินัย พุทธโกษา (2549) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอู่วิทยาคารช่าง ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานุรักษ์ (2549) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกรินทร์ สุทธิโพธิ์สุวรรณ (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์อิสระในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ คุณภาพงานซ่อม ตรวจเช็ค/ซ่อมได้ตรงจุดตรงปัญหา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาวินัย พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือมีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อซ่อมเสร็จ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ บริการครบวงจร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ค่าซ่อม/ค่าบริการคุ้มค่ากับคุณภาพงานซ่อม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาวินัย พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีการ

ประเมินราคาให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนซ่อม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ รูปแบบการชำระด้วยเงินสด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิทยา พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ ติดต่อขอรับบริการได้สะดวก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ การติดต่อทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ บริการให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ฟรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิทยา พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลในสื่อต่างๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดลูกค้าประจำ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ไว้ใจได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิทยา พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ ประสิทธิภาพของพนักงาน

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ และทรัพย์สินของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิทยา พุทธโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าที่มาใช้บริการ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรานุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของบริษัทฯ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้งลูกค้าเมื่อรถซ่อมเสร็จ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิทยา พุทธิโกษา (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีการแจ้งค่าซ่อม ค่าบริการให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนตัดสินใจใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของอภิพงศ์ บุญธรรณุรักษ์ (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ในระดับมาก ลำดับแรก คือทำงานตรงเวลาที่นัดหมาย

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปาน เซอร์วิส มีข้อค้นพบดังนี้

1. รถยนต์ที่ลูกค้านำมาเข้ารับบริการส่วนใหญ่เป็นรถเก๋งที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี (ตารางที่ 8 และ 11) ซึ่งทำให้เห็นได้ชัดว่า อู่ปานเซอร์วิสมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้รถยนต์ที่ ไม่ใช่รถยนต์ รุ่นใหม่ เป็นเพราะด้วยความทันสมัยของรถรุ่นใหม่ที่จะมีระบบกลไก หรือควบคุมต่างๆที่เป็นระบบ คอมพิวเตอร์ ซึ่งทางอู่ไม่มีความพร้อม และความทันสมัยทางด้านเครื่องมือ เพียงพอที่จะตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าที่ใช้รถยนต์รุ่นใหม่ได้
2. ผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถามนั้น พบว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่อู่ มักจะนำมา ซ่อมระบบเบรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 (ตารางที่ 12) ทำให้ทราบว่า ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในงาน ซ่อมระบบเบรกของทางอู่ แสดงว่าทางอู่มีความเชี่ยวชาญ และมีฝีมือทางด้านการซ่อมระบบเบรกมาก
3. ผลการศึกษาเห็นได้ชัดเจนมากกว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 93.44 จากผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งหมด (ตารางที่ 14) นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการที่อู่เนื่องจากผ่านทาง การบอกต่อโดย บุคคล ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์อย่างหนึ่งได้ว่า ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดในปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดนั้น การบอกต่อ หรือ “word of mouth” นับเป็นจุดแข็ง (strength) ของอู่
4. ลูกค้านำรถยนต์เข้ามาใช้บริการที่อู่ปานเซอร์วิสเนื่องจาก มั่นใจในคุณภาพงานซ่อม คิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 15) ซึ่งถือเป็นจุดเด่นได้ประการหนึ่ง แต่หากพิจารณาจากผลการศึกษา แล้วจะพบว่ามียาค่าตอบหนึ่งจากแบบสอบถาม ลูกค้าเลือกมาเข้ารับบริการที่อู่เนื่องจากพึงพอใจในบริการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 56.87 ทำให้พบว่าลูกค้ามาด้วยความคาดหวังที่สูงมาก คือ ร้อยละ 100 แต่เมื่อรับ

บริการเสร็จ กลับพบความพึงพอใจเหลือเพียง ร้อยละ 56.87 เพราะฉะนั้นทางผู้ควรจะมองถึงจุดนี้ และนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในร้อยละที่สูงขึ้น

5. หากพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยแปลผลรวมแล้ว จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการผลิตภัณฑ์ และบุคลากร ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยด้านราคานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแปลย่อยของแต่ละปัจจัยแล้ว ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมาก และมากที่สุด เพราะฉะนั้นทางผู้ไม่ควรจะละเลยถึงปัจจัยด้านราคา เพราะอย่างไรก็ตามราคานั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าทุกกลุ่มให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 5 อันดับสุดท้ายมีดังนี้

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก (7 P's)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีบริการรับชำระค่าซ่อม/ค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	ด้านราคา	1.23 (น้อยที่สุด)	1
มีการแจกของสมนาคุณ/ของชำร่วยในโอกาสพิเศษ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.10 (น้อย)	2
มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้า เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.10 (น้อย)	2
มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.17 (น้อย)	3
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารของร้านในสื่อต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.17 (น้อย)	3
มีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.66 (น้อย)	4
มีส่วนลดให้เมื่อชำระเป็นเงินสด	ด้านราคา	2.76 (น้อย)	5

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอู่ปานเซอร์วิส ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด คือ มีการบริการรับชำระค่าซ่อม/ค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ดังนั้นอู่ปานเซอร์วิสควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตให้ลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงใจในส่วนนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ มีการแจกของสมนาคุณ/ของชำร่วยในโอกาสพิเศษ, มีจดหมายแจ้งไปยังลูกค้า เมื่อถึงกำหนดนำรถยนต์เข้ารับบริการ, มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการ, มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารของอู่ในสื่อต่างๆ และมีการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่และค่าบริการ ดังนั้นอู่ปานเซอร์วิส ควรพิจารณาการให้ส่วนลดพิเศษค่าอะไหล่ และค่าบริการให้แก่ลูกค้าตามความเหมาะสม นอกจากนั้นควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารการให้บริการของอู่ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชนท้องถิ่น หรือการทำบัตรสมาชิกให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการเข้ารับบริการ นอกจากนั้นควรมีการแจกของสมนาคุณหรือของชำร่วยในโอกาสพิเศษแก่ลูกค้า เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น และควรมีการจดบันทึกประวัติของลูกค้าในการนำรถเข้ามาใช้บริการ เมื่อถึงใกล้ถึงเวลาต้องเข้ารับบริการทำจดหมายแจ้งเตือนไปยังลูกค้าเพื่อให้ลูกค้านำรถเข้ามาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องป้ายอู่เห็นได้ชัดเจน ห้องน้ำสะอาด และมีสถานที่สำหรับลูกค้าในการรอรับบริการ มีทีวี มีน้ำดื่ม และมีหนังสือต่างๆ ไว้บริการ ดังนั้น อู่ปานกลางเซอร์วิส ควรพิจารณาปรับปรุงสถานที่สำหรับให้บริการลูกค้า เนื่องจากพื้นที่ของอู่มีจำนวนจำกัด อาจจัดเป็นมุมเล็กๆ สำหรับไว้ให้บริการลูกค้าระหว่างรอรับบริการ โดยมีทีวี มีน้ำดื่ม และมีหนังสือ พิมพ์ นิตยสาร วารสารต่างๆ ไว้บริการลูกค้าระหว่างรอรับรถ และควรทำความสะอาดห้องน้ำที่ให้บริการลูกค้าให้สะอาดอยู่เสมอ โดยการนำมาตรฐาน 5 ส มาใช้เป็นเกณฑ์ในการบริหารจัดการ และควรปรับปรุงป้ายชื่อของอู่ให้เห็นได้ชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องสถานที่ตั้งของอุ้งสะตอกในการเดินทางไปใช้บริการ และมีป้ายบอกชื่ออยู่,ทางเข้า-ออก ชัดเจน ดังนั้น อุ้งปานกลางเซอร์วิส ควรพิจารณาปรับปรุง ป้ายชื่อของอุ้ง ให้มองเห็นได้อย่างชัดเจน ควรมีการจัดทำเว็บไซต์ของอุ้งเพื่อให้รายละเอียดข้อมูลในการให้บริการต่างๆ ของอุ้งให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ง่าย และสะดวก ทั้งโทรศัพท์/โทรสาร และจัดทำแผนที่สถานที่ตั้งของอุ้งให้ชัดเจนในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องมีบริการล้างรถหลังซ่อมเสร็จ เนื่องจากพื้นที่ของอุ้งมีจำนวนจำกัด ไม่มีพื้นที่สำหรับใช้เป็นสถานที่ล้างรถให้แก่ลูกค้าได้ ดังนั้นอุ้งปานกลางเซอร์วิส ควรพิจารณาหาสถานบริการล้างอัดฉีดรถให้แก่ลูกค้าเมื่อซ่อมรถเสร็จกรณีที่ลูกค้าไม่ได้มานั่งรอรับบริการ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง พนักงานแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย ดังนั้นอุ้งปานกลางเซอร์วิส ควรดูแลเรื่องการแต่งกายของพนักงานให้บริการให้สะอาดอยู่เสมอ โดยปรับปรุงชุดฟอร์มของพนักงานทุกปี เพื่อให้พนักงานได้ใส่เครื่องแต่งกายที่สะอาด สุภาพ และเรียบร้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved