

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการหลังการขายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าของบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ฮอนด้า บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 11)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ฮอนด้า บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด (ตารางที่ 12 ถึง ตารางที่ 24)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลังการขายของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ฮอนด้า บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว (ตารางที่ 25 ถึง ตารางที่ 62)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 63 ถึง ตารางที่ 64)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ฮอนด้า บริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	51.1
หญิง	136	48.9
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.1 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.9

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	86	30.9
โสด	181	65.1
หย่า/ม่าย	11	4.0
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 65.1 รองลงมา เป็นสมรส ร้อยละ 30.9 หย่า/ม่าย ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	26	9.4
20-30 ปี	130	46.8
31-40 ปี	53	19.1
41-50 ปี	49	17.6
51-60 ปี	16	5.8
มากกว่า 60 ปี	4	1.4
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 46.8 รองลงมา 31-40 ปี ร้อยละ 19.1 และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	144	51.8
ปริญญาตรี	117	42.1
สูงกว่าปริญญาตรี	17	6.1
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 51.8 รองลงมา ปริญญาตรี ร้อยละ 42.1 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	30	10.8
ข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	12.6
ลูกจ้างหน่วยงานราชการ	28	10.1
พนักงานบริษัทเอกชน	51	18.3
ช่วยกิจการครอบครัว	20	7.2
เกษตรกร	2	0.7
รับจ้างทั่วไป	42	15.1
นักเรียน-นักศึกษา	69	24.8
อื่นๆ	1	0.4
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน (1)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 24.8 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 18.3 และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 15.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	103	37.1
10,000 – 20,000 บาท	92	33.1
20,001 – 30,000 บาท	35	12.6
30,001 – 40,000 บาท	18	6.5
40,001 – 50,000 บาท	16	5.8
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	14	5.0
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.1 รองลงมา 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 33.1 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 12.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	16	5.8
2-3 คน	98	35.3
4-5 คน	140	50.4
มากกว่า 5 คน	24	8.6
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ร้อยละ 50.4 รองลงมา 2-3 คน ร้อยละ 35.3 และมากกว่า 5 คน ร้อยละ 8.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรุ่นของรถที่นำมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการ บริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด

ฮอนด้ารุ่น	จำนวน	ร้อยละ
CLICK	85	30.6
WAVE	97	34.9
DREAM	73	26.3
AIR BLADE	12	4.3
SONIC	4	1.4
NICE	7	2.5
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำรถมาตรวจเช็คที่ศูนย์บริการฮอนด้า บริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด รุ่น WAVE มากที่สุดคือ ร้อยละ 34.9 รองลงมา CLICK ร้อยละ 30.6 และ DREAM ร้อยละ 26.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อรถจักรยานยนต์

ลักษณะการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเงินสด	110	39.6
ซื้อเงินผ่อน	168	60.4
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อรถจักรยานยนต์มากที่สุดคือ ซื้อเงินผ่อน ร้อยละ 60.4 ซื้อเงินสด ร้อยละ 39.6

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด

จำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	107	38.5
2 คัน	92	33.1
3 คัน	65	23.4
4 คัน	9	3.2
5 คัน	5	1.8
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจำนวนรถที่มีอยู่ในครอบครองทั้งหมด 1 คัน ร้อยละ 38.5 รองลงมา 2 คัน ร้อยละ 33.1 และ 3 คัน ร้อยละ 23.4

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อรถ

ระยะเวลาที่ซื้อรถ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	78	28.1
1-2 ปี	93	33.5
3-4 ปี	42	15.0
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	65	23.4
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ระยะเวลาที่ซื้อรถ 1-2 ปี ร้อยละ 33.5 รองลงมา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 28.1 และตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 23.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์  
บริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่างๆ	102 (36.69)	140 (50.36)	34 (12.23)	0 (0.00)	2 (0.72)	4.22 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ	108 (38.85)	124 (44.60)	39 (14.03)	6 (2.16)	1 (0.36)	4.19 (มาก)
ประเภทของบริการที่เสนอ	81 (29.14)	137 (49.28)	55 (19.78)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.05 (มาก)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค	77 (27.70)	114 (41.01)	62 (22.30)	20 (7.19)	5 (1.80)	3.85 (มาก)
การประกันงานซ่อม	94 (33.81)	114 (41.01)	61 (21.94)	7 (2.52)	2 (0.72)	4.04 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	112 (40.29)	118 (42.45)	43 (15.47)	4 (1.44)	1 (0.36)	4.20 (มาก)
ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ	68 (24.46)	141 (50.72)	56 (20.14)	10 (3.60)	3 (1.08)	3.93 (มาก)
ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ	110 (39.57)	128 (46.04)	37 (13.31)	2 (0.72)	1 (0.36)	4.23 (มาก)



จากตารางที่ 12 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ประเภทของบริการที่นำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องนำรถเข้าตรวจเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.85) การรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการค่าเฉลี่ย (3.93) และชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาค่าบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา ค่าบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระดับราคาของค่าแรง บริการ	47 (16.91)	131 (47.12)	88 (31.65)	9 (3.24)	3 (1.08)	3.75 (มาก)
ระดับราคาของค่า อะไหล่	38 (13.67)	133 (47.84)	96 (34.53)	9 (3.24)	2 (0.72)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาค่าบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีที่จอดรถเพียงพอ	43 (15.47)	100 (35.97)	101 (36.33)	28 (10.07)	6 (2.16)	3.52 (มาก)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ	89 (32.01)	118 (42.45)	66 (23.74)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.03 (มาก)
ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกัดได้ง่าย	115 (41.37)	118 (42.45)	40 (14.39)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.22 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีส่วนลดราคา ค่าบริการ/ ค่าอะไหล่	66 (23.74)	114 (41.01)	82 (29.50)	13 (4.68)	3 (1.08)	3.81 (มาก)
มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้	58.00 (20.86)	115.00 (41.37)	86.00 (30.94)	14.00 (5.04)	5.00 (1.80)	3.74 (มาก)
พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ	97 (34.89)	109 (39.21)	60 (21.58)	9 (3.24)	3 (1.08)	4.03 (มาก)
มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น	62 (22.30)	122 (43.88)	74 (26.62)	13 (4.68)	7 (2.52)	3.78 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ	38 (13.67)	112 (40.29)	103 (37.05)	19 (6.83)	6 (2.16)	3.56 (มาก)
มีการแจกเอกสารวารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้	54 (19.42)	117 (42.09)	83 (29.86)	21 (7.55)	3 (1.08)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีส่วนลดราคา ค่าบริการ/ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

การดูแลรักษา การซ่อมบำรุงให้ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านได้อ่านและศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ	135 (48.56)	104 (37.41)	34 (12.23)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.32 (มาก)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี	132 (47.48)	103 (37.05)	41 (14.75)	1 (0.36)	1 (0.36)	4.30 (มาก)
มารยาทและการแต่งกาย	138 (49.64)	103 (37.05)	36 (12.95)	0 (0.00)	1 (0.36)	4.35 (มาก)
มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	106 (38.13)	119 (42.81)	47 (16.91)	3 (1.08)	3 (1.08)	4.15 (มาก)
สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	99 (35.61)	111 (39.93)	59 (21.22)	8 (2.88)	1 (0.36)	4.07 (มาก)
มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า	116 (41.73)	109 (39.21)	47 (16.91)	5 (1.80)	1 (0.36)	4.20 (มาก)
สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง	109 (39.21)	113 (40.65)	48 (17.27)	7 (2.52)	1 (0.36)	4.15 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน	108 (38.85)	110 (39.57)	51 (18.35)	7 (2.52)	2 (0.72)	4.13 (มาก)
ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	118 (42.45)	109 (39.21)	45 (16.19)	3 (1.08)	3 (1.08)	4.20 (มาก)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า	91 (32.73)	130 (46.76)	52 (18.71)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.09 (มาก)
ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย	90 (32.37)	129 (46.40)	55 (19.78)	2 (0.72)	2 (0.72)	4.08 (มาก)
จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย	85 (30.58)	124 (44.60)	61 (21.94)	5 (1.80)	3 (1.08)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.08) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม	116 (41.73)	120 (43.17)	40 (14.39)	0 (0.00)	2 (0.72)	4.25 (มาก)
ขั้นตอนในการบริการโดยรวม	86 (30.94)	139 (50.00)	50 (17.99)	1 (0.36)	2 (0.72)	4.10 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	81 (29.14)	122 (43.88)	61 (21.94)	9 (3.24)	5 (1.80)	3.95 (มาก)
รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	95 (34.17)	117 (42.09)	61 (21.94)	4 (1.44)	1 (0.36)	4.08 (มาก)
สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อลูกค้ามารับรถกลับ	102 (36.69)	117 (42.09)	56 (20.14)	1 (0.36)	2 (0.72)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.25) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อลูกค้ามารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.10) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.95)

All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	149 (53.60)	96 (34.53)	29 (10.43)	1 (0.36)	3 (1.08)	4.39 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ	132 (47.48)	111 (39.93)	31 (11.15)	3 (1.08)	1 (0.36)	4.33 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ	135 (48.56)	109 (39.21)	29 (10.43)	3 (1.08)	2 (0.72)	4.33 (มาก)
ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	118 (42.45)	117 (42.09)	40 (14.39)	2 (0.72)	1 (0.36)	4.25 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ	128 (46.04)	105 (37.77)	38 (13.67)	3 (1.08)	4 (1.44)	4.25 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	101 (36.33)	127 (45.68)	40 (14.39)	7 (2.52)	3 (1.08)	4.13 (มาก)
ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ	89 (32.01)	119 (42.81)	61 (21.94)	6 (2.16)	3 (1.08)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ให้ความบันเทิงขณะรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขนาดของศูนย์บริการสามารถสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ถูกค่าต้องการ

ลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ถูกค่าต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	158	56.8
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล	26	9.4
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด	58	20.9
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	36	12.9
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการลักษณะรูปแบบการส่งเสริมการขายมากที่สุด คือ การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง ร้อยละ 56.8 รองลงมา มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 20.9 มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ ร้อยละ 12.9 และมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 9.4



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ	168	60.4
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	23	8.3
การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	15	5.4
การส่งเอกสารทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง	43	15.5
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	22	17.9
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่างๆ	7	2.5
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ คือ การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 60.4 รองลงมา ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ร้อยละ 17.9 การส่งเอกสารทางไปรษณีย์โดยตรง ร้อยละ 15.5 การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 8.3 การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.4 และแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน

นำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	162	58.3
ไม่ใช่	116	41.7
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้นำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน ร้อยละ 58.3 และไม่ได้อยู่ในระยะรับประกัน ร้อยละ 41.7

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน

ความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัตมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อยู่แน่นอน	193	69.4
อาจจะใช่	46	16.6
อาจจะใช่หรือไม่ใช่ก็ได้	34	12.2
อาจจะไม่ใช่	3	1.1
ไม่ใช่แน่นอน	2	0.7
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พิจารณาจากความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน โดยใช้อยู่แน่นอน ร้อยละ 69.4 รองลงมาคือ อาจจะใช้ ร้อยละ 16.6 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 12.2 อาจจะไม่ใช้ ร้อยละ 1.1 และไม่ใช่นั่นเอง ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้เพื่อน หรือญาตินำรถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด

การแนะนำให้เพื่อน หรือ ญาตินำรถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	141	50.7
มีโอกาสแนะนำ	114	41.0
อาจจะแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้	22	7.9
ไม่แนะนำ	1	0.4
ไม่แนะนำแน่นอน	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามการแนะนำให้เพื่อน หรือญาตินำรถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการมากที่สุด คือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 50.7 รองลงมา มีโอกาสแนะนำ ร้อยละ 41.0 อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ ร้อยละ 7.9 และไม่แนะนำ ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลังการขายของศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อรถของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ท่านซื้อรถคันนี้มาแล้วกี่ปี	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	41	28.87	40	29.42	81	29.14
1-2 ปี	47	33.10	37	27.20	84	30.22
3-4 ปี	22	15.49	22	16.18	44	15.83
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	32	22.54	37	27.20	69	24.82
รวม	142	100.00	136	100.00	278	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลา 1-2 ปี มากที่สุด ร้อยละ 33.10 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 28.87 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.54 และ 3-4 ปี ร้อยละ 15.49

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 29.42 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป และ 1-2 ปี ร้อยละ 27.20 และ 3-4 ปี ร้อยละ 16.18

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านผลิตภัณฑ์(บริการ) จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)
ประเภทของบริการที่เสนอ	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)
การประสานงานซ่อม	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)
ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)
ชื่อเสียงของบริษัท /ศูนย์บริการ	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าในเพศชายปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการมี (ค่าเฉลี่ย 4.20) ชื่อเสียงของบริษัท/ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) การประสานงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัท /ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความ

หลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.16) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านราคาค่าบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคาค่าบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ระดับราคาของค่าแรงบริการ	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)
ระดับราคาของค่าอะไหล่	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าในเพศชายปัจจัยด้านราคาค่าบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านราคาค่าบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ	3.99 (มาก)	4.10 (มาก)
ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกัดได้ง่าย	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าในเพศชายปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.18) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)
มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น	3.69 (มาก)	3.89 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ในเพศชายปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการแจกเอกสารวารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มี (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ มี (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการ

แจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ มี (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ	4.3 (มาก)	4.34 (มาก)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี	4.3 (มาก)	4.32 (มาก)
มารยาทและการแต่งกาย	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)
มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	4.11 (มาก)	4.21 (มาก)
สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)
มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)
สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน	4.11 (มาก)	4.15 (มาก)
ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.21 (มาก)	4.2 (มาก)
สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)
ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ในเพศชายปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.09) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.04) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.04)



ในเพศหญิงปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสุภาพและอภัยภัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความชัดเจนของข้อมูลที่อยู่บอกแทน (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.12) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.99)

**ตารางที่ 30** แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)
ขั้นตอนในการบริการโดยรวม	4.04 (มาก)	4.16 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)
สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ในเพศชายปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.19) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.32) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.16) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านสิ่ง  
นำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ	4.35 (มาก)	4.32 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)
ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)
ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ในเพศชายปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการมี (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ในเพศหญิงปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีเครื่องมือและ

อุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ขนาดของศูนย์บริการสามารถสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของการส่งเสริมการขายที่ถูกคัดค้าน จำแนกตามเพศ

รูปแบบของการส่งเสริมการขายที่ถูกคัดค้าน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	81	57.04	77	56.61	158	56.83
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล	16	11.28	10	7.36	26	9.35
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด	30	21.12	28	20.59	58	20.86
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	15	10.56	21	15.44	36	12.95
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.00</b>	<b>136</b>	<b>100</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 57.04 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 21.12 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 11.28 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 10.56

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.61 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 20.59 การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 15.44 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 7.36

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ถูกค่าใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อม จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ ถูกค่าใช้ในการหาข้อมูล เพื่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการซ่อม	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบอกกล่าว หรือ แนะนำจากเพื่อน ญาติ	88	61.97	80	58.82	168	60.43
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	15	10.56	8	5.88	23	8.27
การโฆษณาผ่านสื่อ หนังสือพิมพ์	7	4.93	8	5.88	15	5.40
การส่งเอกสารผ่านสื่อไป ทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง	16	11.27	27	19.85	43	15.47
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	12	8.45	10	7.35	22	7.91
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ	4	2.82	3	2.21	7	2.52
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.00</b>	<b>136</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 61.97 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 11.27 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 10.56 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 8.45 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 4.93 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 2.82

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 58.82 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 19.85 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 7.38 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 5.88 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.88 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 2.21

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน จำแนกตามเพศ

นำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของ บริษัท นั้ติมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลาประกัน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	86	60.56	76	55.88	162	58.27
ไม่ใช่	56	39.44	60	44.12	116	41.73
รวม	142	100.00	136	100.00	278	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 60.56

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 55.88

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการ บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลาประกัน จำแนกตามเพศ

ความต้องการนำ รถจักรยานยนต์มาใช้บริการ ที่ศูนย์บริการ บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้น ระยะเวลาประกัน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อยู่แน่นอน	103	72.54	90	66.18	193	69.42
อาจจะใช้	21	14.79	25	18.38	46	16.55
อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้	16	11.27	18	13.24	34	12.23
อาจจะไม่ใช้	1	0.70	2	1.47	3	1.08
ไม่ใช่นั่นเอง	1	0.70	1	0.74	2	0.72
รวม	142	100.00	136	100.00	278	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ ใช้อยู่แน่นอน ร้อยละ 72.54 รองลงมาคือ อาจจะใช้ ร้อยละ 14.49 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 11.27 อาจจะไม่ใช่ ร้อยละ 0.70 และไม่ใช่แน่นอน ร้อยละ 0.70

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ ใช้อยู่แน่นอน ร้อยละ 66.18 รองลงมาคือ อาจจะใช้ ร้อยละ 18.38 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 13.24 อาจจะไม่ใช่ ร้อยละ 1.47 และไม่ใช่แน่นอน ร้อยละ 0.74

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของการแนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นวัตกรรม จำกัดตามเพศ

ท่านคิดว่าจะแนะนำให้เพื่อนหรือญาติของท่านนำรถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	68	47.89	73	53.68	141	50.72
มีโอกาสแนะนำ	59	41.55	55	40.44	114	41.01
อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้	14	9.86	8	5.88	22	7.91
ไม่แนะนำ	1	0.70	0	0.00	1	0.36
<b>รวม</b>	<b>142</b>	<b>100.00</b>	<b>136</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นวัตกรรม จำกัด แนะนำแน่นอน ร้อยละ 47.89 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 41.55 อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 9.86 และ ไม่แนะนำ ร้อยละ 0.70

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นวัตกรรม จำกัด แนะนำแน่นอน ร้อยละ 53.68 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 40.44 อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 5.88 และ ไม่แนะนำ ร้อยละ 0.00

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ท่านซื้อรถ คันนี้มาแล้ว กี่ปี	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	8	30.77	31	23.85	21	39.62	17	34.69	4	25.00	0	0.00	81	29.14
1-2 ปี	10	38.46	39	30.00	17	32.08	12	24.49	5	31.25	1	25.00	84	30.22
3-4 ปี	3	11.54	26	20.00	4	7.55	7	14.29	3	18.75	1	25.00	44	15.83
ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป	5	19.23	34	26.15	11	20.75	13	26.53	4	25.00	2	50.00	69	24.82
รวม	26	100.00	130	100.00	53	100.00	49	100.00	16	100.00	4	100.00	278	100.00



จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่ ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.46 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 30.77 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.23 และ 3-4 ปี ร้อยละ 11.54

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีส่วนใหญ่ ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี มากที่สุด ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.15 น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 23.85 และ 3-4 ปี ร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 39.62 มากที่สุด รองลงมาคือ ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 32.08 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.75 และ 3-4 ปี ร้อยละ 7.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 34.69 มากที่สุด รองลงมาคือ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.53 ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 24.49 และ 3-4 ปี ร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีส่วนใหญ่ ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 31.25 มากที่สุด รองลงมาคือ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 25.00 น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 25.00 และ 3-4 ปี ร้อยละ 18.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ตั้งแต่ 60 ปีส่วนใหญ่ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 50.00 มากที่สุด รองลงมาคือ ซื่อรตมาเป็นเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 25.00 และ 3-4 ปี ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้าน  
ผลิตภัณฑ์(บริการ) จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(บริการ)	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)	3.98 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)
ประเภทของบริการที่เสนอ	4.27 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)	4.5 (มากที่สุด)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้ง เตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค	4.08 (มาก)	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
การประกันงานซ่อม	4.27 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	4.46 (มาก)	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)
ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ	4.12 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	4.5 (มากที่สุด)
ชื่อเสียงของบริษัท /ศูนย์บริการ	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าในปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.27) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.27) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ มี (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.96) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.91) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.02) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.88) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.5) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.25) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.25) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.00) และชื่อเสียงของบริษัท /ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านราคา ค่าบริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคาค่าบริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)					
ระดับราคาของค่าแรงบริการ	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)
ระดับราคาของค่าอะไหล่	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	4.25 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

จากตารางที่ 39 พบว่าในปัจจุบันด้านราคาค่าบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)	3.5 (มาก)	3.75 (มาก)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ	4.31 (มาก)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัดสังเกตเห็นได้ง่าย	4.50 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 40 พบว่าในปัจจุบันด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะสีได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75)



ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	4.25 (มาก)
มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	3.96 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	4.25 (มาก)
พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น	4.27 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	4.25 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)
มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้	4.04 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับ หรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น มี (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ	4.58 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
มารยาทและการแต่งกาย	4.73 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	4.50 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)
มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า	4.65 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง	4.58 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.54 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า	4.23 (มาก)	4.14 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย	4.31 (มาก)	4.15 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย	4.42 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.73) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.65) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.54) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.54) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.42) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.31) และสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.19) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.18) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีความรู้ ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.91) จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีความรู้ ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย

4.06) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.04) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีความรู้สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.88) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.88) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.75) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.75) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.75) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.50) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.25) จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม	4.42 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ขั้นตอนในการบริการโดยรวม	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	4.35 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	4.42 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ	4.42 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)5

จากตารางที่ 43 พบว่าในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ ค่าเฉลี่ย 4.42 ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.14) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ มี (ค่าเฉลี่ย 4.11) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.10) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปีมีความพึงพอใจระดับมาก คือ สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.00) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านสิ่ง  
นำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ของศูนย์บริการ	4.65 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนใน การให้บริการ	4.54 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการ ให้บริการ	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)	4.27 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ใน การให้บริการ	4.35 (มาก)	4.28 (มาก)	4.3 (มาก)	4.06 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ใน การให้บริการ	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถสามารถ รองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่าง เหมาะสม	4.31 (มาก)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)	4.63 (มาก)	4.25 (มาก)



(ค่าเฉลี่ย 4.31) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปีมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ

ท่านต้องการรูปแบบการส่งเสริมการขายลักษณะใดมากที่สุด	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60ปี		มากกว่า 60 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	13	50.00	74	56.92	30	56.60	30	61.22	7	43.75	4	100.00	158	56.83
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล	2	7.69	13	10.00	6	11.32	3	6.12	2	12.50	0	0.00	26	9.35
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด	5	19.23	25	19.23	14	26.42	11	22.45	3	18.75	0	0.00	58	20.86
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	6	23.08	18	13.85	3	5.66	5	10.20	4	25.00	0	0.00	36	12.95
<b>รวม</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>130</b>	<b>100.00</b>	<b>53</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 55.60 รองลงมาคือการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 26.42 การมีสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 11.32 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 5.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.92 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 19.23 การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 13.85 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 10.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.60 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 26.42 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 11.32 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 5.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 61.22 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 22.45 การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 10.20 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 6.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 25.00 การมีสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 18.75 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อม จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ท่านใช้ในการ หาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการซ่อม	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60ปี		มากกว่า 60 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ	16	61.54	79	60.77	29	54.72	32	65.31	9	56.25	3	75.00	168	60.43
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	0	0.00	11	8.46	6	11.32	5	10.20	1	6.25	0	0.00	23	8.27
การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	0	0.00	7	5.38	3	5.66	4	8.16	1	6.25	0	0.00	15	5.40
การส่งเอกสารผ่านสื่อไปรษณีย์ ถึงท่านโดยตรง	6	23.08	14	10.77	12	22.64	6	12.24	4	25.00	1	25.00	43	15.47
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	3	11.54	15	11.54	2	3.77	1	2.04	1	6.25	0	0.00	22	7.91
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ	1	3.85	4	3.08	1	1.89	1	2.04	0	0.00	0	0.00	7	2.52
<b>รวม</b>	<b>26</b>	<b>100.0</b>	<b>130</b>	<b>100.0</b>	<b>53</b>	<b>100.0</b>	<b>49</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 61.54 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 23.08 จากการป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 11.54 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 60.77 รองลงมาคือจาก จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 11.54 การส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 10.77 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 8.46 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.38 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 3.08

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 54.72 รองลงมาคือ จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 22.64 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 11.32 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.66 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 3.77 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 1.89

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 65.31 รองลงมาคือ จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 12.24 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 10.20 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 8.16 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 2.04 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 2.04

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 25.00 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 6.25 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 6.25 และจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ร้อยละ 6.25

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่าน โดยตรง ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลาประกัน จำแนกตามอายุ

นำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของ บริษัท นิติมอเตอร์ จำกัด เพราะ ยังอยู่ในระยะเวลาประกัน	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60ปี		มากกว่า 60 ปี		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ใช่	17	65.38	69	53.08	32	60.38	34	69.39	8	50.00	2	50.00	162	58.27
ไม่ใช่	9	34.62	61	46.92	21	39.62	15	30.61	8	50.00	2	50.00	116	41.73
รวม	26	100.00	130	100.00	53	100.00	49	100.00	16	100.00	4	100.00	278	100.00



จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกัน ร้อยละ 65.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 53.08

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 60.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 69.39

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 50.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงประกันร้อยละ 50.00

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน  
จำแนกตามอายุ

ความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้ บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ใช้อยู่แน่นอน	20	76.92	83	63.85	40	75.47	36	73.47	10	62.50	4	100.00	193	69.42
อาจจะใช้	3	11.54	28	21.54	9	16.98	4	8.16	2	12.50	0	0.00	46	16.55
อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้	3	11.54	15	11.54	4	7.55	9	18.37	3	18.75	0	0.00	34	12.23
อาจจะใช้	0	0.00	2	1.54	0	0.00	0	0.00	1	6.25	0	0.00	3	1.08
ไม่ใช่นั่นเอง	0	0.00	2	1.54	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.72
<b>รวม</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>130</b>	<b>100.00</b>	<b>53</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 20 ปีส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการ หลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 76.92 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 11.54 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 11.54

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 63.85 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 21.54 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 11.54 อาจจะไม่ใช่ ร้อยละ 1.54 และไม่ใช่แน่นอน ร้อยละ 1.54

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 75.47 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 16.98 และอาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 7.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 73.47 รองลงมาคืออาจใช้ หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 18.37 และอาจจะใช้ ร้อยละ 8.16

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 62.50 รองลงมาคืออาจใช้ หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 18.75 อาจจะใช้ ร้อยละ 12.60 และอาจจะไม่ใช่ ร้อยละ 6.25

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ไอชียูแนอน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของการแนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัดตามอายุ

การแนะนำให้เพื่อน หรือ ญาตินำ รถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ ศูนย์บริการบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด	อายุ												รวม	
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60ปี		มากกว่า 60 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	16	61.54	58	44.62	28	52.83	27	55.10	8	50.00	4	100.00	141	50.72
มีโอกาสแนะนำ	9	34.62	59	45.38	19	35.85	19	38.78	8	50.00	0	0.00	114	41.01
อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้	1	3.85	12	9.23	6	11.32	3	6.12	0	0.00	0	0.00	22	7.91
ไม่แนะนำ	0	0.00	1	0.77	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.36
<b>รวม</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>130</b>	<b>100.00</b>	<b>53</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 61.54 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 34.62 และอาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 -30 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ มีโอกาสแนะนำร้อยละ 44.62 รองลงมาคือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 45.38 อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 9.23 และไม่แนะนำ ร้อยละ 0.77

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 52.83 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 35.85 และอาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 11.32

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 55.10 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 38.78 และอาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 6.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 50.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นั้ติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อรถของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ท่านซื้อรถคันนี้มาแล้วกี่ปี	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	37	35.92	24	26.09	12	34.29	1	5.56	5	31.25	2	14.29	81	29.14
1-2 ปี	30	29.13	30	32.61	12	34.29	5	27.78	3	18.75	4	28.57	84	30.22
3-4 ปี	14	13.59	12	13.04	5	14.29	6	33.33	2	12.50	5	35.71	44	15.83
ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป	22	21.36	26	28.26	6	17.14	6	33.33	6	37.50	3	21.43	69	24.82
<b>รวม</b>	103	100.00	92	100.00	35	100.00	18	100.00	16	100.00	14	100.00	278	100.00

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด ร้อยละ 35.92 รองลงมาคือ เป็นเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 29.13 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.36 และ 3-4 ปี ร้อยละ 13.59

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 32.61 รองลงมา ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 28.26 น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 26.09 และ 3-4 ปี ร้อยละ 13.04

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 34.29 รองลงมา 1-2 ปี ร้อยละ 34.29 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 17.14 และ 3-4 ปี ร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 33.33 และ 3-4 ปี ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ 1-2 ปี ร้อยละ 27.78 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลาตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ 3-4 ปี ร้อยละ 37.25 น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 18.75 และเวลา 1-2 ปี ร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ ซื้อรถมาเป็นเวลา 3-4 ปี ร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ เวลา 1-2 ปี ร้อยละ 28.57 ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.43 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 14.29

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านผลิตภัณฑ์(บริการ) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(บริการ)	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
คุณภาพของอะไหล่และอุปกรณ์ต่าง ๆ	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.34 (มาก)	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)
ความหลากหลายของบริการ	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.40 (มาก)	4.11 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ประเภทของบริการที่เสนอ	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	4.34 (มาก)	3.94 (มาก)	4.44 (มาก)	4.14 (มาก)
บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	4.14 (มาก)
การประกันงานซ่อม	4.06 (มาก)	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.43 (มาก)
มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)
ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)
ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.37 (มาก)	4.39 (มาก)	4.19 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)



จากตารางที่ 51 พบว่า ในปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.82)

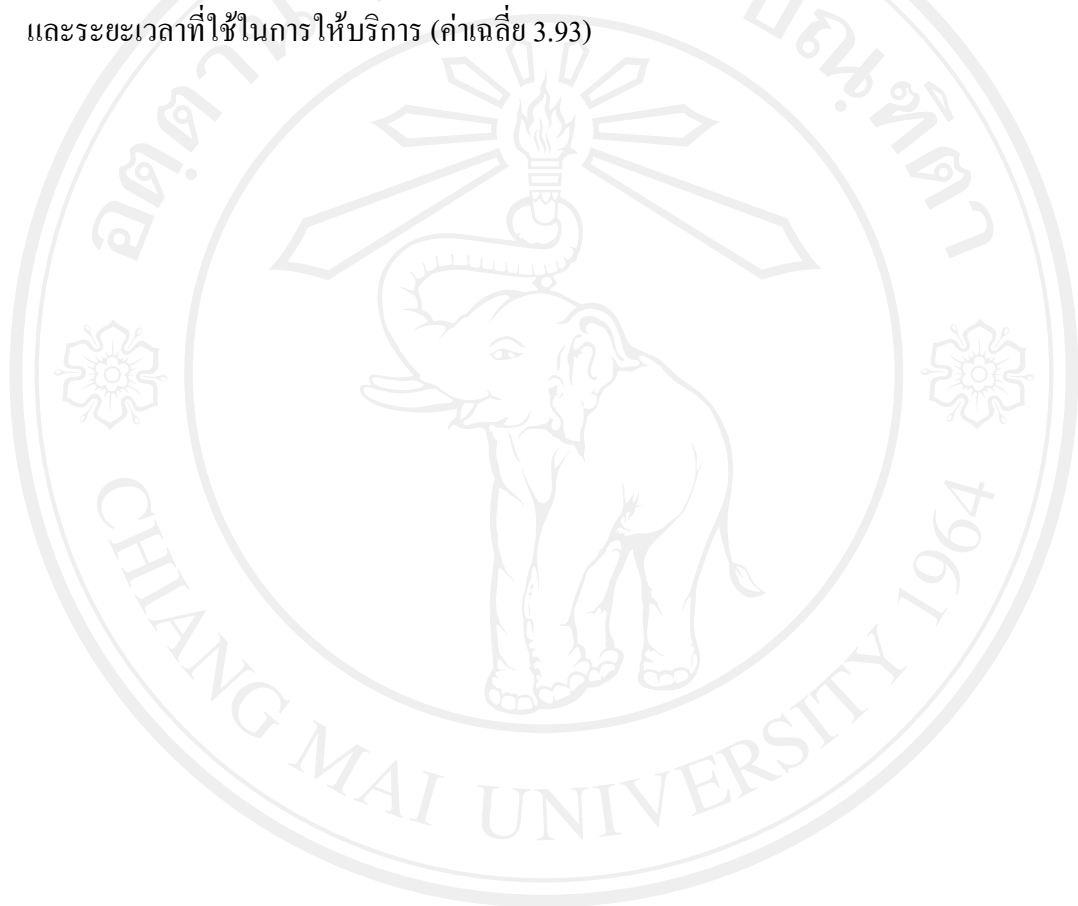
ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.34) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.17) ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และบริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ชื่อเสียงของบริษัท / ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.19) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.88) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ คุณภาพและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ชื่อเสียงของบริษัท /ศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความพึงพอใจระดับมาก คือ การประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ประเภทของบริการที่เสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) บริษัทมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาต้องนำรถไปเข้าเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.14) และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านราคา ค่าบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้าน ราคาค่าบริการ	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ระดับราคาของ ค่าแรงบริการ	3.77 (มาก)	3.61 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.81 (มาก)	4.21 (มาก)
ระดับราคาของ ค่าอะไหล่	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.75 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ในปีจ้ยด้านราคาค่าบริการผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการมี (ค่าเฉลี่ย 3.77) และระดับราคาของค่าอะไหล่ มี (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการมี (ค่าเฉลี่ย 3.81) และระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับราคาของค่าแรงบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และระดับราคาของค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.33 (มาก)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)
ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
ป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัดสังเกตเห็นได้ง่าย	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่า ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.34) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ระดับป้ายแสดงชื่อร้านค้ามีความเด่นชัด สังกะตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ที่ตั้งของศูนย์บริการมีความสะดวกและง่ายต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ค่าอะไหล่	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	4.11 (มาก)	3.78 (มาก)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)	4.31 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.07 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)	3.44 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานให้การแนะนำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีการแจ้งข่าวกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทจัดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีส่วนลดราคาค่าบริการ/ ค่าอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการแจ้งข้อมูล



เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการแจกเอกสาร วารสาร แผ่นพับหรือหนังสือที่ให้ความรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.79)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ	4.29 (มาก)	4.26 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.43 (มาก)
มารยาทและการแต่งกาย	4.36 (มาก)	4.26 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	4.37 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)
มีความรู้สามารถตอบคำถามของลูกค้า	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)	4.49 (มาก)	4.11 (มาก)	4.31 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)
สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.37 (มาก)	4.17 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)
ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.36 (มาก)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว (ต่อ)

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	4.43 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	4.43 (มาก)	4.17 (มาก)	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)
ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)
จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสุภาพและ อัยยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ให้บริการแก่ ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.19) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความชัดเจนของข้อมูลที่อยู่ขายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียด ที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.07) จัดสรรเวลา เพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และสนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาท และการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความสุภาพ และอัยยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.21) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีความ เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความชัดเจนของข้อมูลที่อยู่ขายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.96) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่าง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.96) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.57) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ความ สุภาพและอัยยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีความรู้ สามารถตอบ คำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.49) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความชัดเจนของข้อมูลที่อยู่ขายแก่ ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.40) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง มี (ค่าเฉลี่ย 4.37) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.37) จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้า ทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.29) ให้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มารยาท และการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสุภาพและอัยยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความยินดีและเต็มใจ ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีความ เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.17) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้ แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีความรู้ สามารถตอบ คำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความชัดเจนของข้อมูลที่อยู่ขายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ให้ควา

สนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.06) จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.44) มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.31) สามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.19) และจัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ มีความรู้ สามารถตอบคำถามของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.64) มารยาทและการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.43) สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความชัดเจนของข้อมูลที่อธิบายแก่ท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) สนองต่อปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ให้ความสนใจต่อลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 4.29) จัดสรรเวลาเพียงพอแก่ลูกค้าทุกราย (ค่าเฉลี่ย 4.29) และสามารถให้บริการได้ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม	4.30 (มาก)	4.22 (มาก)	4.34 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
ขั้นตอนในการบริการโดยรวม	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
ความรวดเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม	3.97 (มาก)	3.78 (มาก)	4.23 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)	4.26 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	4.43 (มาก)
สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.34 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.22) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.99) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.34) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.28) สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.22) เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.17) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทมีความพึงพอใจระดับมาก คือ สภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมาก คือ รถซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.43) เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.29) ขั้นตอนในการบริการโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความเร็วในการให้บริการหรืองานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.21) และสภาพความเรียบร้อยของรถเมื่อท่านมารับรถกลับ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ในด้านสิ่ง  
นำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)					
ความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อยของศูนย์บริการ	4.40 (มาก)	4.28 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ ครบถ้วนในการให้บริการ	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ ครบถ้วนในการให้บริการ	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)
ความใหม่ของเครื่องมือและ อุปกรณ์ในการให้บริการ	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.37 (มาก)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.36 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกและ อุปกรณ์ในการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
ขนาดของศูนย์บริการสามารถ สามารถรองรับรถที่มาใช้บริการ ได้อย่างเหมาะสม	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)	4.37 (มาก)	4.06 (มาก)	3.81 (มาก)	4.21 (มาก)
ความกว้างขวางของสถานที่ ให้บริการ	4.11 (มาก)	3.86 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	4.14 (มาก)





4.13) ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของศูนย์บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) และมีความพึงพอใจระดับมาก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความใหม่ของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความทันสมัยของอุปกรณ์ครบถ้วนในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ขนาดของศูนย์บริการสามารถรองรับรถที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความกว้างขวางของสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของการส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ท่านต้องการรูปแบบการส่งเสริมการขายลักษณะใดมากที่สุด	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคาอะไหล่/ค่าแรง	58	56.31	52	56.52	22	62.86	11	61.11	9	56.25	6	42.86	158	56.83
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล	12	11.65	5	5.43	2	5.71	2	11.11	3	18.75	2	14.29	26	9.35
มีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด	22	21.36	18	19.57	6	17.14	4	22.22	3	18.75	5	35.71	58	20.86
มีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ	11	10.68	17	18.48	5	14.29	1	5.56	1	6.25	1	7.14	36	12.95
<b>รวม</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.31 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 21.36 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 11.65 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 10.68

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาทส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.52 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 19.57 การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 18.48 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 5.43

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาทส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 62.86 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 17.14 การมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 14.29 และการมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 5.71

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาทส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 61.11 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 22.22 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 11.11 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาทส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 56.25 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 18.75 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 18.75 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 6.25

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายแบบการลดราคาอะไหล่/ค่าแรงมากที่สุด ร้อยละ 42.86 รองลงมาคือมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 35.71 การมีการสะสมคะแนนจากการเข้าใช้บริการเพื่อใช้แลกของรางวัล ร้อยละ 14.29 และการมีของขวัญแจกเมื่อเข้าใช้บริการ 7.14

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

แหล่งข้อมูลข่าวสารใดที่ท่านใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อม	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อนญาติ	65	63.11	53	57.61	20	57.14	11	61.11	9	56.25	10	71.43	168	60.43
การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ	10	9.71	10	10.87	2	5.71	0	0.00	1	6.25	0	0.00	23	8.27
การโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	6	5.83	5	5.43	2	5.71	1	5.56	1	6.25	0	0.00	15	5.40
การส่งเอกสารผ่านไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง	13	12.62	15	16.30	5	14.29	6	33.33	1	6.25	3	21.43	43	15.47
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	8	7.77	6	6.52	5	14.29	0	0.00	3	18.75	0	0.00	22	7.91
แผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่างๆ	1	0.97	3	3.26	1	2.86	0	0.00	1	6.25	1	7.14	7	2.52
<b>รวม</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 63.11 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 12.62 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 9.71 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ร้อยละ 7.77 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.83 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ 0.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 57.61 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 16.30 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 10.87 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ร้อยละ 6.52 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.43 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 57.14 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 14.29 จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ร้อยละ 14.29 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 5.71 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.71 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 61.11 รองลงมาคือจากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 33.33 และจากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 56.25 รองลงมาคือจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ร้อยละ 18.75 จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 6.25 จากการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ร้อยละ 6.25 จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 6.25 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ 6.25

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมจากการบอกกล่าว หรือแนะนำจากเพื่อน ญาติ ร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ จากการส่งเอกสารผ่านสื่อไปทางไปรษณีย์ถึงท่านโดยตรง ร้อยละ 21.43 และจากแผ่นพับที่วางไว้ ณ สถานที่ต่าง ๆ 7.14

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำรถจักรยานยนต์มาตรวจเช็ค หรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ จำกัด เพราะยังอยู่ในระยะเวลารับประกัน จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้ บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นิติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	65	63.11	47	51.09	24	68.57	6	33.33	12	75.00	8	57.14	162	58.27
ไม่ใช่	38	36.89	45	48.91	11	31.43	12	66.67	4	25.00	6	42.86	116	41.73
<b>รวม</b>	103	100.00	92	100.00	35	100.00	18	100.00	16	100.00	14	100.00	278	100.00

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 63.11 ไม่ใช่ร้อยละ 36.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 51.09 ไม่ใช่ร้อยละ 48.91

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 68.57 ไม่ใช่ร้อยละ 31.43

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 33.33 ไม่ใช่ร้อยละ 66.67

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 75.00 ไม่ใช่ร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่นำรถมาตรวจเช็คหรือซ่อมแซมที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์เพราะอยู่ในช่วงรับประกันร้อยละ 57.14 ไม่ใช่ร้อยละ 42.86



ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นั้ติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

ความต้องการนำรถจักรยานยนต์มาใช้ บริการที่ศูนย์บริการบริษัท นั้ติมอเตอร์ จำกัด หลังพ้นระยะเวลารับประกัน	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อยู่แน่นอน	80	77.67	62	67.39	22	62.86	9	50.00	9	56.25	11	78.57	193	69.42
อาจจะใช้	11	10.68	18	19.57	9	25.71	3	16.67	2	12.50	3	21.43	46	16.55
อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้	11	10.68	11	11.96	4	11.43	6	33.33	2	12.50	0	0.00	34	12.23
อาจจะใช้	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	18.75	0	0.00	3	1.08
ไม่ใช่นั่นอน	1	0.97	1	1.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.72
<b>รวม</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 77.67 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 10.68 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 10.68 และไม่ใช่นาน ร้อยละ 0.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 67.39 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 19.57 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 11.96 และไม่ใช่นาน ร้อยละ 1.09

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 62.86 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 25.71 และอาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 11.43

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 33.33 และอาจจะใช้ ร้อยละ 16.67

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 56.25 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 18.75 อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ร้อยละ 12.50 และอาจจะไม่ใช้ ร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการหลังหมดประกันที่ศูนย์บริการศูนย์บริการของบริษัท นิติมอเตอร์ใช้อยู่นาน ร้อยละ 78.57 รองลงมาคืออาจจะใช้ ร้อยละ 21.43

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของการแนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ จำกัดตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว

การแนะนำให้เพื่อน หรือ ญาตินำ รถจักรยานยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการ บริษัท นัติมอเตอร์ จำกัด	รายได้ต่อเดือนของครอบครัว												รวม	
	ต่ำกว่า10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	53	51.46	48	52.17	15	42.86	8	44.44	9	56.25	8	57.14	141	50.72
มีโอกาสแนะนำ	43	41.75	37	40.22	15	42.86	8	44.44	5	31.25	6	42.86	114	41.01
อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้	6	5.83	7	7.61	5	14.29	2	11.11	2	12.50	0	0.00	22	7.91
ไม่แนะนำ	1	0.97	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.36
<b>รวม</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>16</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 51.46 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 41.75 อาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 5.83 และไม่แนะนำ ร้อยละ 0.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 42.17 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 40.22 และอาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 7.61

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 42.86 และมีโอกาสแนะนำร้อยละ 42.86 รองลงมาคืออาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 44.44 และมีโอกาสแนะนำร้อยละ 44.44 รองลงมาคืออาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 56.25 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 31.25 และอาจแนะนำหรือไม่แนะนำก็ได้ร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัท นัติมอเตอร์ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 57.14 รองลงมาคือมีโอกาสแนะนำร้อยละ 42.86

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบ

ปัญหา	จำนวน
สถานที่ให้บริการมีน้อย	1
พื้นที่จอดรถของลูกค้าคับแคบ มีที่จอดรถไม่เพียงพอ	1
การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์น้อย ขาดการประชาสัมพันธ์	1
มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการบริการลูกค้า	1
การบริการการซ่อมใช้เวลาาน การบริการล่าช้า รถซ่อมเสร็จล่าช้ากว่ากำหนดนัดหมาย	1
การบริการไม่เป็นกันเอง	1
ค่าแรงในการบริการสูง	1
ราคาอะไหล่สูง	1
ต้องรออะไหล่รถ จากกรุงเทพฯ เป็นเวลานาน	1
มีการให้รายละเอียดข้อมูลในการซ่อมน้อยเกินไป	1
ให้ความสนใจต่อการบริการลูกค้าน้อย	1

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
ควรเพิ่มพื้นที่ให้บริการ	1
จัดหาพื้นที่จอดรถให้เพียงพอแก่ความต้องการ แบ่งแยกที่จอดรถลูกค้า กับที่จอดรถพนักงาน	1
จัดกิจกรรม แก่ลูกค้า ความบันเทิงต่างๆ ให้มีมากขึ้น	1
ควรเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับการบริการลูกค้า	1
ใช้เวลาในการให้บริการให้รวดเร็ว ควรมีการแจ้งกำหนดการซ่อมที่ชัดเจนแก่ลูกค้า	1
การจัดวางผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท ควรจัดเป็นหมวดหมู่ - กลุ่ม เพื่อมองเห็นได้สะดวกขึ้น	1
ควรมีการฝึกอบรมวิธีการการให้บริการลูกค้าแก่พนักงาน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	1
ควรมีการปรับค่าบริการให้เหมาะสม	1
ควรมีการปรับค่าอะไหล่ให้เหมาะสม	1
ทางบริษัทควรมีการเก็บสต็อกอะไหล่ให้เพียงพอแก่ความต้องการของลูกค้า	1
ควรมีการอบรมพนักงานเรื่องการให้บริการลูกค้า	1