

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า เดือน ธันวาคม 2552 ประมาณ 150 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970 , p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 คน

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

2.2 องค์กรประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือได้ (บริการ) ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ ด้านความเข้าใจลูกค้า และด้านความปลอดภัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 20 ข้อ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 1-20 กุมภาพันธ์ 2553 ได้รับแบบสอบถามคืนมา จำนวน 108 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test
4. เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.40 มีอายุ มากกว่า 40 ปี ร้อยละ 38.90 รองลงมา 31-40 ปี ร้อยละ 35.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 62.00 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20.40 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 55.60 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 23.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 44.40 รองลงมา มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 38.90

#### 2. วิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า

ลูกค้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน ดังนี้

### ความน่าเชื่อถือได้ (บริการ)

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77-4.18$ ) ทุกรายการ 5 อันดับแรก คือ

1. รถยนต์สามารถใช้งานได้ดีหลังจากการซ่อมเสร็จ
2. ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ
3. มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ
4. การส่งมอบรถยนต์ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด
5. การรับประกันการซ่อม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มากกว่า 40 ปี ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท

### ด้านการตอบสนองความต้องการ

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74-3.87$ ) ทุกรายการ คือ

1. ให้คำแนะนำลูกค้าในเรื่องการดูแลรักษารถยนต์ชัดเจน
2. การซ่อมรถยนต์ได้ตามอาการที่ชำรุด
3. ระยะเวลาในการซ่อมรวดเร็ว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี, 31-40 ปี มากกว่า 40 ปี ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### ด้านความสามารถ

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98-4.00$ ) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานมีความสามารถและทักษะในการแก้ไขตามรายการที่แจ้งซ่อม
2. พนักงานสามารถให้คำปรึกษา / ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับรถยนต์ได้

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### ด้านความสุภาพ

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86-4.10$ ) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม
2. พนักงานมีการแสดงออกถึงการให้เกียรติลูกค้า

### 3. พนักงานรับรถต้อนรับและทักทายลูกค้าอย่างสุภาพ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### ด้านความเข้าใจลูกค้า

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93-4.08$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำการซ่อมรถยนต์อย่างถูกต้อง
2. พนักงานรับฟังและทำความเข้าใจกับปัญหารถยนต์ของท่านอย่างถี่ถ้วน
3. มีการแก้ไขกรณีรถยนต์ไม่สามารถใช้งานได้หลังซ่อมบำรุงทันที

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท

#### ด้านความปลอดภัย

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96-4.09$ ) ทุกรายการ คือ

1. การทำความสะอาดรถยนต์ก่อนส่งมอบโดยปลอดภัย
2. มีการตรวจเช็ครถยนต์ก่อนการส่งมอบให้ลูกค้า
3. มีการรักษาความลับข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

#### ความน่าเชื่อถือได้ (บริการ)

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ รถยนต์ซ่อมเสร็จตามกำหนดนัดหมาย

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของศูนย์บริการ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีอะไหล่พร้อมที่จะให้บริการ

#### **ด้านการตอบสนองความต้องการ**

ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การซ่อมรถยนต์ได้ตามอาการที่ชำรุด

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### **ด้านความสามารถ**

ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานมีความสามารถและทักษะในการแก้ไขตามรายการที่แจ้งซ่อม

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### **ด้านความสุภาพ**

ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### **ด้านความเข้าใจลูกค้ำ**

ลูกค้ำที่มี เพศ ต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำการซ่อมรถยนต์อย่างถูกต้อง

ลูกค้ำที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานรับฟังและทำความเข้าใจกับปัญหารถยนต์ของท่านอย่างถี่ถ้วน

ลูกค้ำที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้ำที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานรับฟังและทำความเข้าใจกับปัญหารถยนต์ของท่านอย่างถี่ถ้วน

### ด้านความปลอดภัย

ลูกค้าที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การทำความสะอาดรถยนต์ก่อนส่งมอบโดยปลอดสารเคมี

ลูกค้าที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การทำความสะอาดรถยนต์ก่อนส่งมอบโดยปลอดสารเคมี

ลูกค้าที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลูกค้าที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ มากกว่า 40 ปี รองลงมา 31-40 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รองลงมาธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท รองลงมา มากกว่า 40,000 บาท

#### 2. วิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า

ลูกค้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ( $\bar{X} = 4.01, 4.00, 3.99, 3.94$  และ  $3.79$ ) โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจลูกค้า ด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ ด้านความน่าเชื่อถือได้ (บริการ) และด้านการตอบสนองความต้องการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ จำนวน 20 ข้อ จากผลการค้นพบดังกล่าว พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ

ผลการวิจัยของ จารุวัตร อุดมผล (2550) ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด สาขาแจ้งวัฒนะ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดบริการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด สาขาแจ้งวัฒนะ พบว่าลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดบริการในภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันจิรา รังรองรัตน์ (2542) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการเข้ารับบริการ : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์บริการรถยนต์เซิงพาณิชย์ พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าแสดงการรับรู้คุณภาพบริการและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการเข้ารับบริการอยู่ในระดับสูง และมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณิชฎกานต์ สุขเกื้อ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลังการขายรถยนต์ของ บริษัท สยามนิสสันกรุงเทพ จำกัด พบว่า ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลังการขายรถยนต์ของ บริษัท สยามนิสสันกรุงเทพ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน

### 3. การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า เฉพาะลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านความเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ด้านการตอบสนองความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านความเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการค้นพบดังกล่าว พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จารุวัตร อุดมผล (2550) ศึกษาเรื่อง การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด สาขาแจ้งวัฒนะ พบว่า ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด สาขาแจ้งวัฒนะ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษาและความถี่ที่มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน

และมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันจิรา รังรองรัตน์ (2542) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการเข้ารับบริการ : ศึกษา



เฉพาะกรณีศูนย์บริการรถยนต์เชิงพาณิชย์ พบว่า ลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน อาทิเช่น เพศ และระดับการศึกษา มีการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวม และแยกตาม องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพบริการ และมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐกานต์ สุขเกื้อ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการหลังการขายรถยนต์ของ บริษัท สยาม นิสสันกรุงเทพ จำกัด พบว่า ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการหลังการขายรถยนต์ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการหลังการขายรถยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความ เชื่อมัน 0.05

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

ผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร สามารถนำผลที่ได้ไปศึกษาต่อ ดังนี้

1. ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร อย่างละเอียด เพื่อเป็นแนวทางให้การบริหารคุณภาพการ ให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จ และได้ผลคุ้มค่าอย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริม และอุปสรรค ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของ ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ในเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นโดยละเอียด

3. ผู้บริหารบริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร สามารถ นำผลที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า ให้มีประสิทธิภาพ และ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้