สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	4
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Customer Behavior)	4
แนวคิดทางด้านส่วนผสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Expanding Marketing Mix for Services)	7
โมเดลความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Conceptual Model of Service Quality)	14
แนวคิดเรื่องเกณฑ์การประเมินคุณภาพของการบริการ (Criteria for Evaluating the Quality of Services Concept)	16
งานด้านส่วนประสมการตลาดของธุรกิจคอมพิวเตอร์	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	20
ขอบเขตและวิธีการศึกษา	20
วิธีการคัดเลือกตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง	20
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	24
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	24
การรายงานผลการศึกษา	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 25

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 27

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 30

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค 36

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลัง การขายคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 82

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจจากการได้รับบริการในปัจจุบัน 137

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบในการใช้คอมพิวเตอร์ 150

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ 152

สรุปผลการศึกษา 152

อภิปรายผลการศึกษา 172

ข้อค้นพบ 175

ข้อเสนอแนะ 177

บรรณานุกรม 181

ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม 182

ประวัติส่วนตัว 191

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University

สารบาญตาราง

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง หน้า

1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามเพศ 27

2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามสถานภาพ 27

3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามอายุ 28

4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามอาชีพ 28

5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 29

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง

6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีใช้งานส่วนตัว 30

7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามยี่ห้อคอมพิวเตอร์เครื่องที่ใช้ล่าสุด 31

8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามอายุการใช้งานของคอมพิวเตอร์เครื่องล่าสุด 32

9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามสถานที่ซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องล่าสุด 33

10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามความถี่ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ 34

11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ในงานแต่ละประเภท 35

<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อมูลการใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค

ตาราง

12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน 36

13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ 37

ตาราง หน้า

14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน จำแนกตามสถานภาพ 38

15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ 39

16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ 40

17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันจำแนกตามรายได้ส่วนตัว 41

18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) 43

19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) จำแนกตามเพศ 44

20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) จำแนกตามสถานภาพ 45

21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) จำแนกตามอายุ 46

22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) จำแนกตามอาชีพ 47

23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนสถานที่ที่เคยใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (ในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา) จำแนกตามรายได้ส่วนตัว 48

24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย) 50

25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย) จำแนกตามเพศ 51

26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย) จำแนกตามสถานภาพ 52

27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย) จำแนกตามอายุ 53

ตาราง หน้า

28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย)จำแนกตามอาชีพ 54

29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ (โดยเฉลี่ย) จำแนกตามรายได้ส่วนตัว 55

30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการใช้บริการแต่ละครั้ง 57

31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามอัตราค่าใช้บริการที่เคยใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย 58

32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดา 59

33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดาจำแนกตามเพศ 60

34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดาจำแนกตามสถานภาพ 61

35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดาจำแนกตามอายุ 62

36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดาจำแนกตามอาชีพ 63

37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันธรรมดาจำแนกตามรายได้ส่วนตัว 64

38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันหยุดจำแนกตามเพศ 67

39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันหยุดจำแนกตามสถานภาพ 68

40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันหยุดจำแนกตามอายุ 69

41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันหยุดจำแนกตามอาชีพ 70

ตาราง หน้า

42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของช่วงเวลาที่สะดวกจะใช้บริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ในวันหยุดจำแนกตามรายได้ส่วนตัว 71

43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์ 74

44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์จำแนกตามเพศ 75

45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์จำแนกตามสถานภาพ 76

46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์จำแนกตามอายุ 77

47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์จำแนกตามอาชีพ 78

48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบในการบริการซ่อม/อัพเกรดคอมพิวเตอร์จำแนกตามรายได้ส่วนตัว 79

49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีจ่ายค่าบริการเพิ่มในกรณีที่มีบริการแบบให้ช่างบริการถึงที่ (On-Site Service) โดยจำแนกตามระดับจำนวนเงิน 81

ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ของผู้บริโภค

ตาราง

50 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 82

51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามเพศ 83

52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานภาพ 84

ตาราง		หน้า
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ	85
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอาชีพ	86
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	87
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	90
57	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	91
58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามเพศ	92
59	แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานภาพ	93
60	แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ	94
61	แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอาชีพ	95
62	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	96
63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	98
64	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	99
65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามเพศ	100

ตาราง		หน้า
66	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามสถานภาพ	101
67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามอายุ	102
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามอาชีพ	103
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามรายได้ส่วนตัว	104
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	107
71	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	108
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามเพศ	109
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามสถานภาพ	110
74	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ	111
75	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอาชีพ	112
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	113
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	115
78	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	116

ตาราง		หน้า
79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามเพศ	117
80	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์จำแนกตามสถานภาพ	118
81	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ	119
82	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอาชีพ	120
83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	121
84	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	124
85	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	125
86	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามเพศ	126
87	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามสถานภาพ	127
88	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามอายุ	128
89	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอาชีพ	130
90	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนก ตามรายได้ส่วนตัว	132
91	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านซ่อมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	135

<u>ส่วนที่ 5</u> ความพึงพอใจจากการที่ได้รับบริการหลังการขายคอมพิวเตอร์

ตาราง **หน้า**

92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการหลังการขาย (โดยรวม) ของร้านค้าคอมพิวเตอร์ที่ซื้อ 137

93 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านเดิมที่ซื้อคอมพิวเตอร์มาเมื่อหมดระยะเวลารับประกันหรือไม่ 138

94 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคในความพึงพอใจในสถานที่ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 139

95 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ 140

96 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนกตามสถานภาพ 141

97 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ 142

98 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ 143

99 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนก ตามรายได้ส่วนตัว 145

100 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้านที่ใช้บริการในปัจจุบัน จำแนก ตามความถี่ในการใช้บริการ 148

<u>ส่วนที่ 6</u> ปัญหาที่พบในการใช้คอมพิวเตอร์ และความต้องการช่าง

ตาราง

101 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคในปัญหาที่พบในการใช้คอมพิวเตอร์ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหลังการขายคอมพิวเตอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 150

102 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในความต้องการช่าง จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้คอมพิวเตอร์ 151