

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 ในจังหวัดเชียงราย แบ่งการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งจดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย และใช้งานในจังหวัดเชียงรายได้แก่ ประเภทที่ใช้เพศ อาชีพ ความรู้ในเรื่องบทลงโทษของผู้ที่ไม่ทำประกันภัย พรบ. มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ และอัตราร้อยละ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1-8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ในจังหวัดเชียงราย มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ อัตราส่วนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตาราง 9- 16

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ในจังหวัดเชียงราย กับ ระดับรายได้ และอาชีพ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ซึ่งนำเสนอในตารางสัมพันธ์แจกแจงข้อมูล (Cross Tabulation Table) ดังแสดงไว้ในตาราง 17- 31

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถที่ใช้

ประเภทรถ	จำนวน	ร้อยละ
รถเก๋ง	141	43.93
รถกระบะ	180	56.07
รวม	321	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถกระบะจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.07 รองลงมาใช้รถเก๋งคิดเป็นร้อยละ 43.93

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	171	53.27
หญิง	150	46.73
รวม	321	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.27 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.73

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	28	8.72
5,001-10,000 บาท	110	34.27
10,001-15,000 บาท	108	33.64
15,001-20,000 บาท	38	11.84
20,001-25,000 บาท	26	8.10
มากกว่า 25,001 บาท	11	3.43
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.27 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.64 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.84 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.72 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.10 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.43

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	62	19.31
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	101	31.46
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	116	36.14
นักศึกษา	24	7.48
เกษตรกร หรือรับจ้าง	18	5.61
รวม	321	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 36.14 รองลงมามีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.46 รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.31 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.48 และเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 5.61

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้บทกำหนดโทษตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการฝ่าฝืน ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535

ทราบบทกำหนดโทษ	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	293	91.28
ไม่ทราบ	28	8.72
รวม	321	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบถึงบทกำหนดโทษตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการฝ่าฝืน ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ.2535 คิดเป็นร้อยละ 91.28 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทราบถึงบทกำหนดโทษ คิดเป็นร้อยละ 8.72

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทที่รับประกันภัยตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก

บริษัทรับประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ	43	13.40
บริษัท กมลสุโกศลประกันภัย จำกัด	79	24.61
บริษัท คุณิเย่ประกันภัย จำกัด	7	2.18
บริษัท ไทยพัฒนาประกันภัย จำกัด	29	9.03
บริษัท ไทยศรีนครชูริคประกันภัย จำกัด	51	15.89
บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด	27	8.41
บริษัท นารายณ์สากลประกันภัย จำกัด	71	22.12
บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด	57	17.76
บริษัท พาณิชยการประกันภัย จำกัด	29	9.03
บริษัท พิชรประกันภัย จำกัด	63	19.63
บริษัท ไพบูลย์ประกันภัย จำกัด	21	6.54
บริษัท ไทศาลประกันภัย จำกัด	15	4.67
บริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด	131	40.81
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	105	32.71
บริษัท ลิเบอร์ตี้ประกันภัย จำกัด	95	29.60
บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด	151	47.04
บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด	73	22.74
บริษัท สนิมมั่นคงประกันภัย จำกัด	57	17.76
บริษัท สหมงคลประกันภัย จำกัด	11	3.43
บริษัท สยามชีวิตอินชัวร์รันส์ จำกัด	23	7.17
บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด	35	10.90
บริษัท เอราวัลด์ประกันภัย จำกัด	63	19.63
บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด	77	23.99

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่าบริษัทประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด บริษัทมิตรแท้ประกันภัย จำกัด และบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ตามลำดับ และบริษัทที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักน้อยที่สุด ได้แก่ บริษัท คุ้มภัยประกันภัย จำกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทที่รับประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

บริษัทรับประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท กลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ	6	1.87
บริษัท กมลสุโกศลประกันภัย จำกัด	26	8.10
บริษัท คุณเนียบประกันภัย จำกัด	0	0
บริษัท ไทยพัฒนาประกันภัย จำกัด	4	1.25
บริษัท ไทยศรีนครบุรีศรีประกันภัย จำกัด	16	4.98
บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด	2	0.62
บริษัท นารายณ์สากลประกันภัย จำกัด	7	2.18
บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด	10	3.12
บริษัท พาณิชยกรรมประกันภัย จำกัด	12	3.74
บริษัท พัทธประกันภัย จำกัด	28	8.72
บริษัท ไพบูลย์ประกันภัย จำกัด	2	0.62
บริษัท ไพศาลประกันภัย จำกัด	4	1.25
บริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด	46	14.33
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	12	3.74
บริษัท ลิเบอร์ตี้ประกันภัย จำกัด	12	3.74
บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด	72	22.43
บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด	20	6.23
บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด	4	1.25
บริษัท สหมงคลประกันภัย จำกัด	0	0
บริษัท สยามชีวิตอินชัวร์รันส์ จำกัด	6	1.87
บริษัท สัมพันธ์ประกันภัย จำกัด	4	1.25
บริษัท เอรಾವัดประกันภัย จำกัด	12	3.74
บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด	16	4.98
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าบริษัทประกันภัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด บริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด และบริษัท พัชรประกันภัย จำกัด ตามลำดับ และบริษัทที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุด ได้แก่ บริษัท ภูเนียบประกันภัย จำกัด และบริษัท สหมงคลประกันภัย จำกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University



**ส่วนที่ 2** ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
 กรมธรรม์ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535  
 ในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
 ผลិតภัณฑ์

ปัจจัยผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัทประกันภัย พ.ร.บ.	71 (22.12)	196 (61.06)	48 (14.95)	4 (1.25)	2 (0.62)	4.03	มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท	38 (11.84)	184 (57.32)	96 (29.91)	2 (0.62)	1 (0.31)	3.80	มาก
3. มีบริการรับแจ้งเหตุ 24 ชม.	53 (16.51)	166 (51.71)	94 (29.28)	6 (1.87)	2 (0.62)	3.82	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์  
 ทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ราคา	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ระดับราคา	52 (16.20)	90 (28.04)	168 (52.34)	10 (3.12)	1 (0.31)	3.57	มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต	20 (6.23)	50 (15.58)	199 (61.99)	32 (9.97)	20 (6.23)	3.06	ปานกลาง
3. สามารถผ่อนชำระค่าเบี่ยประกันได้	18 (5.61)	58 (18.07)	187 (58.26)	40 (12.46)	18 (5.61)	3.06	ปานกลาง
4. อื่นๆ	- -	1 (0.31)	- -	- -	- -	4.00	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด  
: อื่นๆ ได้แก่ สามารถชำระผ่านธนาคาร

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องระดับราคาในระดับมาก ส่วนปัจจัยสามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต และปัจจัยการที่สามารถผ่อนชำระค่าเบี่ยประกันได้นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. หาซื้อง่าย มีบริษัทประกันภัยและตัวแทนจำหน่ายรายย่อยจำนวนมาก	55 (17.13)	198 (61.68)	50 (15.58)	16 (4.98)	2 (0.62)	3.90	มาก
2. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัยและตัวแทนจำหน่ายรายย่อยอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	108 (33.64)	155 (48.29)	44 (13.71)	14 (4.36)	-	4.11	มาก
3. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัยหรือตัวแทนจำหน่าย พ.ร.บ. อยู่ใกล้สถานที่ต่อทะเบียนรถ	114 (35.51)	99 (30.84)	78 (24.30)	26 (8.10)	4 (1.25)	3.91	มาก
4. มีที่จอดรถเพียงพอ	16 (4.98)	77 (23.99)	204 (63.55)	24 (7.48)	-	3.26	ปานกลาง
5. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	29 (9.03)	150 (46.73)	118 (36.76)	24 (7.48)	-	3.57	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	24 (7.48)	85 (26.48)	145 (45.17)	64 (19.94)	3 (0.93)	3.20	ปานกลาง
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	23 (7.17)	70 (21.81)	137 (42.68)	86 (26.79)	5 (1.56)	3.06	ปานกลาง
3. การเสนอขายทางโทรศัพท์	10 (3.12)	32 (9.97)	112 (34.89)	146 (45.48)	21 (6.54)	2.58	ปานกลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำต่างๆ แก่ลูกค้า	22 (6.85)	85 (26.48)	128 (39.88)	80 (24.92)	6 (1.87)	3.12	ปานกลาง
5. มีบริการส่ง พ.ร.บ. ทางไปรษณีย์	16 (4.98)	34 (10.59)	121 (37.69)	136 (42.37)	14 (4.36)	2.69	ปานกลาง
6. มีการให้ของแถมสินค้าเมื่อซื้อ พ.ร.บ.	10 (3.12)	53 (16.51)	152 (47.35)	94 (29.28)	12 (3.74)	2.86	ปานกลาง
7. มีบริการเสริมต่อทะเบียนรถให้ฟรี	30 (9.35)	47 (14.64)	114 (35.51)	122 (38.01)	8 (2.49)	2.90	ปานกลาง
8. มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.	14 (4.36)	58 (18.07)	133 (41.43)	107 (33.33)	9 (2.80)	2.88	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน  
การส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัย ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
กระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	62 (19.31)	194 (60.44)	54 (16.82)	10 (3.12)	1 (0.31)	3.95	มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการขาย พ.ร.บ. ที่รวดเร็ว	58 (18.07)	209 (65.11)	48 (14.95)	4 (1.25)	2 (0.62)	3.99	มาก
3. มีการทำงานถูกต้อง แม่นยำ	79 (24.61)	182 (56.70)	51 (15.89)	8 (2.49)	1 (0.31)	4.03	มาก
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	52 (16.20)	165 (51.40)	88 (27.41)	16 (4.98)	- -	3.79	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน  
กระบวนการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
บุคลากรที่ให้บริการ

บุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย	95 (29.60)	154 (47.98)	61 (19.00)	10 (3.12)	1 (0.31)	4.03	มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	84 (26.17)	157 (48.91)	72 (22.43)	8 (2.49)	-	3.99	มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับพ.ร.บ.	88 (27.41)	141 (43.93)	82 (25.55)	9 (2.80)	1 (0.31)	3.95	มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเป็นกันเอง	126 (39.25)	129 (40.19)	66 (20.56)	-	-	4.19	มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	171 (53.27)	106 (33.02)	40 (12.46)	4 (1.25)	-	4.38	มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า	171 (53.27)	72 (22.43)	72 (22.43)	6 (1.87)	-	4.27	มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี	146 (45.48)	93 (28.97)	72 (22.43)	10 (3.12)	-	4.17	มาก
8. รู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติ/เพื่อนกับพนักงานขายประกัน พ.ร.บ.	34 (10.59)	37 (11.53)	82 (25.55)	143 (44.55)	25 (7.79)	2.73	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงานขายประกัน พ.ร.บ. ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ

การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ	59 (18.38)	196 (61.06)	60 (18.69)	3 (0.93)	3 (0.93)	3.95	มาก
2. มีการจัดรูปแบบร้าน/สำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา	30 (9.35)	163 (50.78)	122 (38.01)	4 (1.25)	2 (0.62)	3.67	มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์	38 (11.84)	221 (68.85)	50 (15.58)	11 (3.43)	1 (0.31)	3.88	มาก
4. ความมีระเบียบภายในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	18 (5.61)	129 (40.19)	160 (49.84)	14 (4.36)	-	3.47	ปานกลาง
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	20 (6.23)	157 (48.91)	130 (40.50)	14 (4.36)	-	3.57	มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ และห้องน้ำ	24 (7.48)	121 (37.69)	164 (51.09)	12 (3.74)	-	3.49	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยความมีระเบียบภายในสำนักงาน และปัจจัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัจจัยด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น	61 (19.00)	166 (51.71)	92 (28.66)	2 (0.62)	- (-)	3.89	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา เช่นระดับราคา ชำระโดยใช้บัตรเครดิต เป็นต้น	34 (10.59)	103 (32.09)	169 (52.65)	12 (3.74)	3 (0.93)	3.48	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จำนวนสาขาสถานที่ตั้ง เป็นต้น	12 (3.74)	153 (47.66)	144 (44.86)	12 (3.74)	- (-)	3.51	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์	6 (1.87)	109 (33.96)	162 (50.47)	43 (13.40)	1 (0.31)	3.24	ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เช่น ขั้นตอนการทำงานที่รวดเร็ว	40 (12.46)	131 (40.81)	128 (39.88)	21 (6.54)	1 (0.31)	3.59	มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น ความรู้ ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ ของพนักงาน เป็นต้น	45 (14.02)	130 (40.50)	126 (39.25)	17 (5.30)	3 (0.93)	3.61	มาก
7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความทันสมัย	38 (11.84)	139 (43.30)	124 (38.63)	13 (4.05)	7 (2.18)	3.59	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง



**ส่วนที่ 3** ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมกรรม  
 ประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535  
 ในจังหวัดเชียงราย กับระดับรายได้ และอาชีพ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้

ผลิตภัณฑ์	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัทประกันภัย พ.ร.บ.	4.00 มาก	4.09 มาก	3.87 มาก	4.21 มาก	4.00 มาก	4.45 มาก	4.03 มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัยทุก ประเภท	3.64 มาก	3.95 มาก	3.80 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	3.73 มาก	3.80 มาก
3. มีบริการรับแจ้งเหตุ 24 ชม.	3.57 มาก	3.76 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก	4.64 มากที่สุด	3.82 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตาราง 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อย  
 ด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญ  
 ต่อปัจจัยมีบริการรับแจ้งเหตุ 24 ชั่วโมงในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้

ราคา	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	
1. ระดับราคา	3.64 มาก	3.37 ปานกลาง	3.68 มาก	3.38 ปานกลาง	4.27 มาก	3.57 มาก	3.64 มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้ บัตรเครดิต	3.11 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง
3. สามารถผ่อนชำระค่าเบียด ประกันได้	3.29 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
4. อื่นๆ	- -	4.00 มาก	- -	- -	- -	4.00 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด  
: อื่นๆ ได้แก่ สามารถชำระผ่านธนาคาร

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 20,001 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยระดับราคาในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้

สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้						
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	รวม
1. หาซื้อง่าย มีบริษัทประกันภัย และ ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยจำนวนมาก	4.00 มาก	4.07 มาก	3.93 มาก	3.47 ปานกลาง	3.69 มาก	3.55 มาก	3.90 มาก
2. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัย อยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า	4.21 มาก	4.18 มาก	4.26 มาก	3.74 มาก	3.62 มาก	4.18 มาก	4.11 มาก
3. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัย อยู่ใกล้สถานที่ต่อทะเบียนรถ	3.71 มาก	4.11 มาก	4.06 มาก	3.53 มาก	3.54 มาก	3.27 ปานกลาง	3.91 มาก
4. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.14 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
5. มีสาขาทั่วประเทศจำนวนมาก	3.21 ปานกลาง	3.67 มาก	3.56 มาก	3.68 มาก	3.23 ปานกลาง	4.09 มาก	3.57 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถเพียงพอที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถ และมีสาขาทั่วประเทศจำนวนมากที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถ และมีบริษัทประกันภัยหรือตัวแทนจำหน่ายรายย่อยจำนวนมากที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถ และสถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัย หรือตัวแทนจำหน่าย พ.ร.บ. อยู่ใกล้สถานที่ต่อทะเบียนรถ ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้

การส่งเสริมทางการตลาด	รายได้						
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	รวม
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.50 มาก	3.22 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.64 มาก	3.20 ปานกลาง
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.36 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	4.27 มาก	3.06 ปานกลาง
3. เสนอขายทางโทรศัพท์	2.50 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	2.58 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.45 น้อย	2.58 ปานกลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำต่างๆ แก่ลูกค้า	3.14 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
5. มีบริการส่ง พ.ร.บ. ทางไปรษณีย์	2.57 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.48 น้อย	3.00 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	3.55 มาก	2.69 ปานกลาง
6. มีการให้ของแถมสินค้าเมื่อซื้อ พ.ร.บ.	3.14 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง
7. มีบริการเสริมต่อทะเบียนรถให้ฟรี	2.93 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.82 มาก	2.90 ปานกลาง
8. มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.	3.00 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-25,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางทุกปัจจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยมีบริการส่ง พ.ร.บ. ทางไปรษณีย์ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีพนักงานคอยให้คำแนะนำต่างๆ มีการให้ของแถมเมื่อซื้อ พ.ร.บ. และมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยมีการเสนอขายทางโทรศัพท์

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายได้

กระบวนการให้บริการ	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.14 มาก	3.96 มาก	3.91 มาก	3.87 มาก	3.85 มาก	4.36 มาก	3.95 มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการขาย พ.ร.บ. ที่รวดเร็ว	3.93 มาก	4.11 มาก	4.02 มาก	3.79 มาก	3.77 มาก	3.82 มาก	3.99 มาก
3. มีการทำงานถูกต้องแม่นยำ	4.14 มาก	4.02 มาก	4.04 มาก	4.05 มาก	3.77 มาก	4.27 มาก	4.03 มาก
4. จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	3.64 มาก	3.85 มาก	3.72 มาก	3.89 มาก	3.77 มาก	3.82 มาก	3.79 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการจำแนกตามรายได้

บุคลากรที่ให้บริการ	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย	4.14 มาก	4.07 มาก	4.15 มาก	3.68 มาก	3.85 มาก	3.91 มาก	4.03 มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.07 มาก	4.09 มาก	3.98 มาก	3.79 มาก	3.69 มาก	4.18 มาก	3.99 มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับ พ.ร.บ.	4.29 มาก	3.94 มาก	4.06 มาก	3.95 มาก	3.38 ปานกลาง	3.64 มาก	3.95 มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง	4.36 มาก	4.20 มาก	4.30 มาก	4.05 มาก	3.69 มาก	4.18 มาก	4.19 มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า	4.50 มากที่สุด	4.42 มาก	4.54 มากที่สุด	4.05 มาก	4.00 มาก	4.27 มาก	4.38 มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า	4.21 มาก	4.42 มาก	4.22 มาก	4.11 มาก	4.08 มาก	4.45 มาก	4.27 มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี	4.07 มาก	4.25 มาก	4.35 มาก	3.79 มาก	3.77 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก
8. รู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติ/เพื่อนกับ พนักงานขายประกัน พ.ร.บ.	3.57 มาก	2.78 ปานกลาง	2.31 น้อย	3.11 ปานกลาง	2.31 น้อย	3.82 มาก	2.73 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยรู้จัก

เป็นการส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงานขายประกัน พ.ร.บ. ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติ หรือเพื่อนกับพนักงานขายประกัน พ.ร.บ. ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติ หรือเพื่อนกับพนักงานขายประกัน พ.ร.บ. ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรที่ให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
จำแนกตามรายได้

การสร้างและการนำเสนอ ทางกายภาพ	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001- 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	มากกว่า 25,001	
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง นำเชื่อถือ	4.00 มาก	3.98 มาก	3.69 มาก	4.32 มาก	4.23 มาก	4.09 มาก	3.95 มาก
2. มีการจัดรูปแบบร้าน/สำนักงาน ที่โดดเด่น สะดุดตา	3.71 มาก	3.64 มาก	3.57 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก	3.45 ปานกลาง	3.67 มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	3.86 มาก	3.85 มาก	3.83 มาก	4.11 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก
4. ความมีระเบียบภายในสำนักงาน เช่นการจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน	3.79 มาก	3.45 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.71 มาก	3.65 มาก	3.44 ปานกลาง	3.53 มาก	3.62 มาก	3.64 มาก	3.57 มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ	3.50 มาก	3.64 มาก	3.35 ปานกลาง	3.53 มาก	3.38 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัย ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยความมีระเบียบภายในสำนักงานที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งนำเชื่อถือ มีการจัดรูปแบบร้านหรือสำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาทให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยความมีระเบียบภายในสำนักงาน และปัจจัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และความสะอาดของอาคารสถานที่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รายได้						รวม
	น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	มากกว่า 25,001	
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น	4.14 มาก	3.93 มาก	3.63 มาก	4.11 มาก	4.15 มาก	4.09 มาก	3.89 มาก
2. ปัจจัยด้านราคา เช่นระดับราคา ชำระโดยใช้บัตรเครดิต เป็นต้น	3.64 มาก	3.60 มาก	3.22 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.62 มาก	4.00 มาก	3.48 ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จำนวนสาขา สถานที่ตั้ง เป็นต้น	3.50 มาก	3.56 มาก	3.37 ปานกลาง	3.68 มาก	3.62 มาก	3.64 มาก	3.51 มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของแถม เป็นต้น	3.07 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเช่น ระยะเวลา ขั้นตอนการทำงานความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ เป็นต้น	3.57 มาก	3.71 มาก	3.44 ปานกลาง	3.74 มาก	3.35 ปานกลาง	3.82 มาก	3.59 มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น ความรู้ความสามารถความน่าเชื่อถือของพนักงาน เป็นต้น	3.71 มาก	3.67 มาก	3.56 มาก	3.68 มาก	3.35 ปานกลาง	3.73 มาก	3.61 มาก
7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความทันสมัย ความมีระเบียบ เป็นต้น	3.71 มาก	3.58 มาก	3.65 มาก	3.47 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.64 มาก	3.59 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 25,001 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการและปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 21,001-25,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ

ผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัย พ.ร.บ.	4.03 มาก	4.21 มาก	3.84 มาก	3.92 มาก	4.33 มาก	4.03 มาก
2. มีบริการรับทำประกันภัยทุกประเภท	3.71 มาก	3.94 มาก	3.75 มาก	3.58 มาก	3.89 มาก	3.80 มาก
3. มีบริการรับแจ้งเหตุ 24 ชม.	3.58 มาก	3.92 มาก	3.89 มาก	3.50 มาก	4.00 มาก	3.82 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอาชีพ

ราคา	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. ระดับราคา	3.55 มาก	3.65 มาก	3.41 ปานกลาง	3.75 มาก	3.89 มาก	3.57 มาก
2. สามารถชำระเงินโดยใช้ บัตรเครดิต	3.06 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.67 มาก	3.06 ปานกลาง
3. สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ย ประกันได้	2.97 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.67 มาก	3.06 ปานกลาง
4. อื่นๆ	- -	- -	4.00 มาก	- -	- -	4.00 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด  
: อื่นๆ ได้แก่ สามารถชำระผ่านธนาคาร

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และ นักศึกษาให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยระดับราคาในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ย ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัย ในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทาง  
การจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

สถานที่ให้บริการและช่องทาง การจัดจำหน่าย	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. หาซื้อง่าย มีบริษัทประกันภัยและ ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยจำนวนมาก	3.81 มาก	3.84 มาก	3.97 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
2. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัย และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย อยู่ใน แหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า สะดวกต่อ การเดินทางมาติดต่อ	4.16 มาก	4.02 มาก	4.14 มาก	4.08 มาก	4.33 มาก	4.11 มาก
3. สถานที่ตั้งของบริษัทประกันภัย หรือตัวแทนจำหน่าย พ.ร.บ. อยู่ ใกล้สถานที่ต่อทะเบียนรถ	4.03 มาก	3.65 มาก	3.99 มาก	3.83 มาก	4.56 มากที่สุด	3.91 มาก
4. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.19 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.78 มาก	3.26 ปานกลาง
5. มีสาขาทั่วประเทศ จำนวนมาก	3.65 มาก	3.50 มาก	3.59 มาก	3.33 ปานกลาง	4.00 มาก	3.57 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และ  
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการในระดับมาก  
เกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถเพียงพอที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้  
บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยมีที่จอดรถเพียงพอ และ  
มีสาขาทั่วประเทศ ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้  
บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สถานที่ต่อทะเบียนรถ  
ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.13 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.56 มาก	3.20 ปานกลาง
2. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	2.94 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
3. เสนอขายทางโทรศัพท์	2.68 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.43 น้อย	2.58 ปานกลาง	2.56 ปานกลาง	2.58 ปานกลาง
4. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำต่างๆ แก่ลูกค้า	3.10 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
5. มีบริการส่ง พ.ร.บ. ทางไปรษณีย์	2.65 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.58 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง
6. มีการให้ของแถมสินค้าเมื่อซื้อ พ.ร.บ.	2.68 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง
7. มีบริการเสริมต่อทะเบียนรถให้ฟรี	2.77 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	2.80 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง
8. มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.	2.97 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษาให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการทุกปัจจัยในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทาง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอาชีพ

กระบวนการให้บริการ	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	3.87 มาก	4.05 มาก	3.95 มาก	4.08 มาก	3.56 มาก	3.95 มาก
2. มีขั้นตอนการให้บริการ ขาย พ.ร.บ. ที่รวดเร็ว	3.94 มาก	4.09 มาก	3.99 มาก	4.00 มาก	3.56 มาก	3.99 มาก
3. มีการทำงานถูกต้อง แม่นยำ	3.94 มาก	4.13 มาก	4.02 มาก	4.08 มาก	3.78 มาก	4.03 มาก
4. จำนวนพนักงานมีมาก พอในการให้บริการ	3.65 มาก	3.95 มาก	3.78 มาก	3.58 มาก	3.67 มาก	3.79 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการจำแนกตามอาชีพ

บุคลากรที่ให้บริการ	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. ชื่อเสียงและควา น่าเชื่อถือของพนักงานขาย	4.00 มาก	3.97 มาก	4.07 มาก	4.08 มาก	4.22 มาก	4.03 มาก
2. พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.84 มาก	3.95 มาก	4.01 มาก	4.17 มาก	4.33 มาก	3.99 มาก
3. พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.	4.00 มาก	3.91 มาก	3.88 มาก	4.25 มาก	4.11 มาก	3.95 มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเป็นกันเอง	4.13 มาก	4.23 มาก	4.15 มาก	4.42 มาก	4.11 มาก	4.19 มาก
5. พนักงานมีความเสมอภาค ในการให้บริการลูกค้า	4.42 มาก	4.30 มาก	4.42 มาก	4.58 มากที่สุด	4.22 มาก	4.38 มาก
6. พนักงานมีความรวดเร็วใน การแก้ปัญหาของลูกค้า	4.23 มาก	4.40 มาก	4.27 มาก	4.17 มาก	3.89 มาก	4.27 มาก
7. พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งกายที่ดี	4.16 มาก	4.08 มาก	4.36 มาก	4.08 มาก	3.56 มาก	4.17 มาก
8. รู้จักเป็นการส่วนตัวเป็น ญาติ/เพื่อน กับ พนักงานขาย ประกัน พ.ร.บ.	2.34 น้อย	2.81 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงานขายที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงานขายที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ให้บริการเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยรู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงานขายที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
จำแนกตามอาชีพ

การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. มีสำนักงานเป็นหลักแหล่ง น่าเชื่อถือ	3.66 มาก	4.09 มาก	3.91 มาก	4.08 มาก	4.22 มาก	3.95 มาก
2. มีการจัดรูปแบบร้าน/สำนักงานที่โดดเด่น สะดุดตา	3.48 ปานกลาง	3.70 มาก	3.67 มาก	3.92 มาก	3.78 มาก	3.67 มาก
3. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	3.84 มาก	3.87 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.89 มาก	3.88 มาก
4. ความมีระเบียบภายในสำนักงาน	3.32 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.75 มาก	3.78 มาก	3.47 ปานกลาง
5. ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.48 ปานกลาง	3.64 มาก	3.52 มาก	3.75 มาก	3.56 มาก	3.57 มาก
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม	3.42 ปานกลาง	3.60 มาก	3.40 ปานกลาง	3.58 มาก	3.56 มาก	3.49 ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีสำนักงานเป็นหลักแหล่งน่าเชื่อถือ และมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยในระดับมาก ส่วนปัจจัยอื่นให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชนให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยความมีระเบียบภายในสำนักงานที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง



ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยความมีระเบียบภายในสำนักงาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษาและเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ					
	รับราชการ	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	เกษตรกร	รวม
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65 มาก	4.16 มาก	3.73 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก	3.89 มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	3.29 ปานกลาง	3.69 มาก	3.34 ปานกลาง	3.58 มาก	3.67 มาก	3.48 ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.45 ปานกลาง	3.67 มาก	3.41 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.67 มาก	3.51 มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.16 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.58 มาก	3.65 มาก	3.55 มาก	3.67 มาก	3.33 ปานกลาง	3.59 มาก
6. ปัจจัยด้านบุคลากร	3.71 มาก	3.53 มาก	3.58 มาก	3.92 มาก	3.56 มาก	3.61 มาก
7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	3.74 มาก	3.38 ปานกลาง	3.67 มาก	3.92 มาก	3.22 ปานกลาง	3.59 มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชนให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกรให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลาง