

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จะพิจารณาถึงพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้คอมพิวเตอร์ จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีหรือใช้ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ซื้อเครื่องล่าสุดจากแหล่งใด ในระยะเวลา 1 ปีเคยใช้บริการหรือไม่ ถ้าเคยกี่ครั้ง ใช้บริการซ่อมคอมพิวเตอร์แหล่งใดมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการหลังขายรูปแบบใด ในกรณีเรียกช่างบริการนอกสถานที่ ช่างเดินทางมาถึงระยะเวลาเท่าใด และใช้เวลาซ่อมเสร็จโดยเฉลี่ยกี่วัน รูปแบบบริการที่ต้องการจะใช้บริการนอกสถานที่หรือไม่ถ้ามีค่าบริการ ค่าใช้บริการนอกสถานที่ที่จะใช้บริการ คำนพิเศษและมีเครื่องสำรองให้ใช้ ค่าใช้จ่ายในการบริการค่านและมีเครื่องสำรองให้ใช้ (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 19)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หลังการขายของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 20 ถึงตารางที่ 26)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 27 ถึงตารางที่ 33)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ (ตารางที่ 34 ถึงตารางที่ 40)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา (ตารางที่ 41 ถึงตารางที่ 47)

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ (ตารางที่ 48 ถึงตารางที่ 54)

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ (ตารางที่ 55 ถึงตารางที่ 61)

ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 62 ถึงตารางที่ 68)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	123	41.0
หญิง	177	59.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเป็นเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา – มัธยมศึกษาตอนต้น	20	6.7
มัธยมปลาย – ปวช.	49	16.3
อนุปริญญา-ปวท.-ปวส.	52	17.3
ปริญญาตรี	158	52.7
สูงกว่าปริญญาตรี	21	7.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 ศึกษาระดับอนุปริญญา,ปวท.ถึงปวส.จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ศึกษาระดับมัธยมปลายถึงปวช.จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และศึกษาระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน-นักศึกษา	42	14.0
ข้าราชการ	31	10.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.7
พนักงานเอกชน	165	55.0
เจ้าของกิจการ	37	12.3
อื่นๆ	14	4.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน ไม่มีงานทำ ค้าขาย

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานเอกชนจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 นักเรียน-นักศึกษาจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เจ้าของกิจการจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ข้าราชการจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 อื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	29	9.7
20 – 29 ปี	131	43.7
30 – 39 ปี	95	31.7
40 – 49 ปี	37	12.3
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	8	2.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-29 ปี จำนวน 131 คิดเป็นร้อยละ 43.7 อายุ 30-39 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 อายุ 40-49 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และอายุต่ำกว่า 50 ปีขึ้นไปจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	36	12.0
ไม่เกิน 5,000 บาท	18	6.0
5,001-10,000 บาท	82	27.3
10,001-15,000 บาท	59	19.7
15,001-20,000 บาท	31	10.3
20,001-25,000 บาท	24	8.0
25,001-30,000 บาท	14	4.7
30,000 บาทขึ้นไป	36	12.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001-10,000 บาทจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รายได้ 10,001-15,000 บาทจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 ไม่มีรายได้จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ 30,000 บาทขึ้นไปจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ 15,001-20,000 บาทจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รายได้ 20,001-25,000 บาทจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และรายได้ 25,001-30,000 บาทจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้คอมพิวเตอร์

ระยะเวลาที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	31	10.3
1 – 2 ปี	61	20.3
3 – 4 ปี	78	26.0
มากกว่า 4 ปี	130	43.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า 4 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ใช้คอมพิวเตอร์ 3 – 4 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ใช้คอมพิวเตอร์ 1-2 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และใช้คอมพิวเตอร์น้อยกว่า 1 ปีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนที่มีและใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

จำนวนคอมพิวเตอร์ที่มีหรือใช้	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	180	60.0
2 เครื่อง	71	23.7
3 เครื่อง	22	7.3
มากกว่า 4 เครื่อง	27	9.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 1 เครื่อง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 2 เครื่องจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 มีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า 4 เครื่อง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีเครื่องคอมพิวเตอร์ 3 เครื่องจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเครื่องล่าสุด

แหล่งที่ซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากร้านค้าภายในจังหวัด	75	25.0
ซื้อจากร้านค้าสมัยใหม่	49	16.3
ซื้อจากพันทิพย์พลาซ่า	101	33.7
ซื้อจากร้านค้าในกรุงเทพฯ	40	13.3
อื่น ๆ	35	11.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ประกอบเอง บริษัทหรือหน่วยงานซื้อ เพื่อนหรือพี่ประกอบให้ คนรู้จักซื้อให้ ซื้อจากจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดนครปฐม

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อจากพันทิพย์พลาซ่า จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ซื้อจากร้านค้าภายในจังหวัด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ซื้อจากร้านค้าสมัยใหม่ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ซื้อจากร้านค้าในกรุงเทพฯ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และซื้อจากร้านค้าอื่นๆจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้บริการหลังการขายของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในปีที่ผ่านมา

การใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	161	53.7
ไม่เคย	139	46.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ผ่านมาเคยใช้จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และที่ผ่านมาไม่เคยใช้จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ หลังการขายของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในปีที่ผ่านมา

จำนวนครั้งที่ใช้บริการในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	75	46.3
3 - 4 ครั้ง	62	38.3
5 - 6 ครั้ง	7	4.3
มากกว่า 7 ครั้ง	17	10.5
รวม	161	100.0

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการในปีที่ผ่านมา 161 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการไม่เกิน 2 ครั้งจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ที่ใช้บริการ 3-4 ครั้งจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ที่ใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ที่ใช้บริการ 5 - 6 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ใช้บริการมากที่สุด

แหล่งที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไปในจังหวัดสมุทรสาคร	58	19.3
ร้านค้าที่ได้ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์	149	49.7
ซ่อมเอง	39	13.0
อื่น ๆ	54	18.0
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ ให้คนรู้จักซ่อม เพื่อนซ่อมให้ พี่ซ่อมให้ อาจารย์ซ่อมให้ หรือสอบถามผู้รู้

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการร้านค้าที่ได้ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 ที่ใช้บริการร้านค้าทั่วไปในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ที่ใช้บริการอื่น ๆ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และที่บริการซ่อมเอง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบริการหลังขาย

รูปแบบบริการหลังขาย	จำนวน	ร้อยละ
ยกเครื่องเข้าไปสถานที่ผู้ให้บริการ	142	47.3
เรียกช่างเข้ามาบริการถึงที่	123	41.0
อื่น ๆ	35	11.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ ซ่อมเอง ให้เพื่อนซ่อม เรียกที่ซ่อมให้ คนรู้จักซ่อมให้ญาติซ่อมให้ บริษัทดูแลเอง โทรศัพท์ถามผู้รู้

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้รูปแบบบริการหลังการขายโดยยกเครื่องเข้าไปสถานที่ผู้ให้บริการจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ที่ใช้รูปแบบบริการหลังการขายโดยเรียกช่างเข้ามาบริการถึงที่จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และที่ใช้รูปแบบบริการหลังการขายอื่น ๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่รอคอยช่างเดินทางมาให้บริการนอกสถานที่

ระยะเวลาในการรอคอย	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 2 ชั่วโมง	24	19.5
ภายใน ½ วัน	23	18.7
ภายใน 1 วัน	34	27.6
ภายใน 2 วัน	23	18.7
ภายใน 3 วัน	11	8.9
ภายใน 4 - 6 วัน	7	5.7
มากกว่า 7 วันขึ้นไป	1	0.9
รวม	123	100.0

หมายเหตุ จำนวนคำตอบแบบสอบถาม คนที่เรียกช่างมาบริการถึงที่ 123 คน

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ 1 วัน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ 2 ชั่วโมง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ ½ วัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ 2 วันจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ 3 วัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ที่ใช้ระยะเวลารอคอยช่างมาบริการนอกสถานที่ 4-6 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และที่ใช้ระยะเวลามากกว่า 7 วันขึ้นไปจำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซ่อมเสร็จ

ระยะเวลาในการซ่อมเสร็จ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ได้ภายใน ½ วัน	52	19.6
ใช้ได้ภายใน 1 วัน	71	26.8
ใช้ได้ภายใน 2 วัน	39	14.7
ใช้ได้ภายใน 3 วัน	34	12.8
ใช้ได้ภายใน 4-7 วัน	48	18.1
ใช้ได้ภายใน 8 - 15 วัน	12	4.5
ใช้ได้หลังเข้าบริการ 15 วัน	9	3.5
รวม	265	100.0

หมายเหตุ จำนวน ผู้ตอบแบบสอบถาม 265 ราย เฉพาะผู้ที่ใช้บริการซ่อมที่ร้านและเรียกช่างบริการถึงที่

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการของช่างในระยะเวลาในการซ่อม โดยใช้ได้ภายใน 1 วัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ที่ใช้ได้ภายใน ½ วันจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ที่ใช้ได้ภายใน 4-7 วัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ที่ใช้ได้ภายใน 2 วัน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ที่ใช้ได้ภายใน 3 วัน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ที่ใช้ได้ภายใน 8-15 วัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และที่ใช้ได้หลังเข้าบริการ 15 วันจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการบริการที่ต้องการ

รูปแบบการบริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีเครื่องสำรองให้ใช้	89	29.7
เรียกบริการไปทันที	115	38.3
ฟรีค่าบริการ	58	19.3
เปลี่ยนอะไหล่ทันที	33	11.0
อื่นๆ	5	1.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ใช้บริการทางโทรศัพท์ แก้ปัญหาเอง

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบการบริการเรียกบริการไปทันทีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีเครื่องสำรองให้ใช้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ฟรีค่าบริการ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 เปลี่ยนอะไหล่ทันทีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้บริการนอกสถานที่ โดยจะต้องจ่ายค่าบริการ

ความต้องการการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้อย่างแน่นอน	26	8.7
อาจจะไม่ใช่	56	18.7
ยังไม่แน่ใจ	93	31.0
อาจจะใช่	94	31.3
ใช้อย่างแน่นอน	31	10.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จะต้องจ่ายค่าบริการในการใช้บริการนอกสถานที่ อาจจะใช่ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ยังไม่แน่ใจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 อาจจะไม่ใช่ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ใช้อย่างแน่นอนจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และไม่ใช้อย่างแน่นอน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าบริการในกรณีที่เรียก
ช่างบริการนอกสถานที่

อัตราค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
400 บาท	154	51.3
401 - 500 บาท	47	15.7
501 - 600 บาท	12	4.0
มากกว่า 600 บาท	4	1.3
อื่นๆ	83	27.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ จำนวนเงิน 200 บาท 300 บาท ตามระยะทาง แล้วแต่กรณี คิดตามชั่วโมงแล้ว แต่อากรเสีย
น้อยกว่า 400 บาท อยู่ที่ฝีมือช่าง

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้คิดอัตราค่าบริการในการเรียกช่างบริการ
นอกสถานที่จำนวนเงิน 400 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.3 อื่นๆ จำนวน 83 คน คิดเป็น
ร้อยละ 27.7 จำนวนเงิน 401-500 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 จำนวนเงิน 501-600 บาท
จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ มากกว่า 600 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการบริการด่วน ภายใน 1 ชั่วโมงและมีเครื่องสำรองให้ใช้ในกรณีที่ไม่สามารถซ่อมเครื่องให้เสร็จได้

ความต้องการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้อย่างแน่นอน	96	32.0
อาจจะใช้	89	29.7
ยังไม่แน่ใจ	57	19.0
อาจจะไม่ใช้	30	10.0
ไม่ใช้อย่างแน่นอน	28	9.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการบริการด่วนภายใน 1 ชั่วโมงและมีเครื่องสำรองให้ใช้ในกรณีที่ไม่สามารถซ่อมให้เสร็จได้ ใช้อย่างแน่นอนจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 อาจจะไม่ใช่ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ยังไม่แน่ใจจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 อาจจะไม่ใช่จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ไม่ใช้อย่างแน่นอน จำนวน 28 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.3

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าบริการด่วนนอกสถานที่ ภายใน 1 ชั่วโมงและการมีเครื่องสำรองให้ใช้

อัตราค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
400 บาท	135	45.0
401 - 500 บาท	65	21.7
501 - 600 บาท	24	8.0
มากกว่า 600 บาท	8	2.7
อื่นๆ	68	22.6
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อัตราค่าบริการ 200 บาท 300 บาท 100-150 บาท ต่ำกว่า 400 บาท แล้วแต่ระยะทาง อยู่ที่ฝีมือแล้วแต่กรณีแล้วแต่ปัญหา

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้คิดอัตราค่าบริการด่วนนอกสถานที่ภายใน 1 ชั่วโมงและการมีเครื่องสำรองให้ใช้ จำนวนเงิน 400 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 อื่นๆ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 จำนวนเงิน 401-500 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 จำนวนเงิน 501-600 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และมากกว่า 600 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังขาย ของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์	133 (44.3)	98 (32.7)	69 (23.0)	- -	- -	4.21 (มาก)	1
2. การรับประกันในการซ่อม	127 (42.3)	108 (36.0)	54 (18.0)	9 (3.0)	2 (0.7)	4.16 (มาก)	2
3. ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม	76 (25.3)	134 (44.7)	77 (25.7)	9 (3.0)	4 (1.3)	3.90 (มาก)	3
4. ความรวดเร็วในการซ่อม	86 (28.7)	116 (38.7)	79 (26.3)	15 (5.0)	4 (1.3)	3.88 (มาก)	4
5. ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ	47 (15.7)	123 (41.0)	103 (34.3)	23 (7.7)	4 (1.3)	3.62 (มาก)	6
6. การติดตามผลของการบริการ	66 (22.0)	113 (37.7)	88 (29.3)	23 (7.7)	10 (3.3)	3.67 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

$$\frac{(133 \times 5) + (98 \times 4) + (69 \times 3)}{30}$$

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.21) การรับประกันในการซ่อม (4.16) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.90) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.88) การติดตามผลของการบริการ (3.67) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.62)

All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

๑ ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ค่าบริการ	60 (20.0)	117 (39.0)	110 (36.7)	8 (2.7)	5 (1.7)	3.73 (มาก)	2
2. ค่าอะไหล่	66 (22.0)	112 (37.3)	108 (36.0)	9 (3.0)	5 (1.7)	3.75 (มาก)	1
3. การชำระเงินให้ เครดิต	29 (9.7)	75 (25.0)	115 (38.3)	38 (12.7)	43 (14.3)	3.03 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ย
โดยรวมในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.75)
ค่าบริการ (3.73) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การชำระเงินให้เครดิต (3.03)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

3 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การให้บริการนอกสถานที่	75 (25.0)	100 (33.3)	90 (30.0)	23 (7.7)	12 (4.0)	3.68 (มาก)	3
2. การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์	64 (21.3)	131 (43.7)	75 (25.0)	20 (6.7)	10 (3.3)	3.73 (มาก)	2
3. การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์	62 (20.7)	88 (29.3)	89 (29.7)	27 (9.0)	34 (11.3)	3.39 (ปานกลาง)	5
4. การให้บริการระหว่างเวลา 08.00 - 17.00 น.	53 (77.7)	118 (39.3)	109 (36.3)	10 (3.3)	10 (3.3)	3.65 (มาก)	4
5. การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	35 (11.7)	100 (33.3)	100 (33.3)	36 (12.0)	29 (9.7)	3.25 (ปานกลาง)	6
6. สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว	113 (37.6)	95 (31.7)	62 (20.7)	18 (6.0)	12 (4.0)	3.93 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.61 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.93) การให้บริการทางโทรศัพท์ (3.73) การให้บริการนอกสถานที่ (3.68) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น. (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การให้บริการทุกวันหยุดไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (3.39) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น. (3.25)

All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ	43 (14.3)	115 (38.3)	101 (33.8)	28 (9.3)	13 (4.3)	3.49 (ปานกลาง)	1
2. มีเพื่อน คนที่รู้จัก แนะนำ	44 (14.7)	116 (38.7)	93 (31.0)	31 (10.3)	16 (5.3)	3.47 (ปานกลาง)	2
3. ป้าย โฆษณาติดตาม ถนน	11 (3.7)	70 (23.3)	125 (41.7)	73 (24.3)	21 (7.0)	2.92 (ปานกลาง)	3
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	11 (3.7)	70 (23.3)	125 (41.7)	72 (24.0)	22 (7.3)	2.92 (ปานกลาง)	3
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่ง ทางไปรษณีย์	11 (3.7)	65 (21.7)	109 (36.3)	87 (29.0)	28 (9.3)	2.81 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.12 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.12) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือโฆษณา
สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.49) มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ (3.47) ป้ายโฆษณาติดตามถนนและ
แผ่นปลิวสอดหนังสือพิมพ์เท่ากัน (2.92) และแผ่นพับปลิวส่งทางไปรษณีย์ (2.81)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

5 ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกต้อง	55 (18.3)	75 (25.0)	65 (21.7)	46 (15.3)	59 (19.7)	3.07 (ปานกลาง)	12
2. สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน	61 (20.3)	65 (21.7)	68 (22.7)	51 (17.0)	55 (18.3)	3.09 (ปานกลาง)	11
3. ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน	91 (30.3)	111 (37.0)	78 (26.0)	15 (5.0)	5 (1.7)	3.89 (มาก)	5
4. ความสุภาพและการแต่งตัวเรียบร้อยของพนักงาน	52 (17.3)	111 (37.0)	107 (35.7)	24 (8.0)	6 (2.0)	3.60 (มาก)	9
5. ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม	87 (29.0)	126 (42.0)	70 (23.3)	14 (4.7)	3 (1.0)	3.93 (มาก)	4
6. สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้	106 (35.3)	104 (34.7)	68 (22.7)	17 (5.7)	5 (1.7)	3.96 (มาก)	3
7. การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง	101 (33.7)	109 (36.3)	78 (26.0)	9 (3.0)	3 (1.0)	3.99 (มาก)	2
8. การเสนอบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ	68 (22.7)	133 (44.3)	84 (28.0)	13 (4.3)	2 (0.7)	3.84 (มาก)	7
9. ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี	120 (40.0)	113 (37.7)	54 (18.0)	10 (3.3)	3 (1.0)	4.12 (มาก)	1
10. การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	61 (20.3)	131 (43.7)	87 (29.0)	17 (5.7)	4 (1.3)	3.76 (มาก)	8
11. สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา	57 (19.0)	109 (36.3)	96 (32.0)	30 (10.0)	8 (2.7)	3.59 (มาก)	10
12. การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน	85 (28.3)	110 (36.7)	85 (28.3)	15 (5.0)	5 (1.7)	3.85 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำ อย่างดี (4.12) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.99) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.96) ความน่าเชื่อถือของช่าง (3.93) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.89) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.85) การเสนอบริการเหมาะสมกับความต้องการ (3.84) การให้บริการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.76) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.60) และสามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.09) และการวิเคราะห์และสามารถ แก้ปัญหาได้ถูกต้อง (3.07)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกายภาพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้ง ตั้งอย่างเป็นทางการ	62 (20.7)	112 (37.3)	91 (30.3)	21 (7.0)	14 (4.7)	3.62 (มาก)	1
2. สถานที่จอดรถเพียง พอ	23 (7.7)	110 (36.7)	115 (38.3)	40 (13.3)	12 (4.0)	3.31 (ปานกลาง)	3
3. การตกแต่งภายใน ร้าน	23 (7.7)	91 (30.3)	148 (49.3)	28 (9.3)	10 (3.3)	3.30 (ปานกลาง)	4
4. ความสะอาดภายใน ร้าน	32 (10.7)	125 (41.7)	117 (39.0)	19 (6.3)	7 (2.3)	3.52 (มาก)	2
5. ความเป็นระเบียบ ภายในร้าน	6 (2.0)	16 (5.3)	117 (39.0)	129 (43.0)	32 (10.7)	2.45 (น้อย)	6
6. มีที่นั่งหรือห้องรับ รองลูกค้า	9 (3.0)	32 (10.7)	118 (39.3)	115 (38.3)	26 (8.7)	2.61 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.13 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม มี
ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.13) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่
ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.62) และความสะอาด
ภายในร้าน (3.52) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.31)
และการตกแต่งภายในร้าน (3.30) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ มีที่นั่งหรือห้อง
รับรองลูกค้า (2.61) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.45)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผก)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การติดต่อสื่อสารทาง โทรศัพท์สะดวกในการ รับหรือโอนสาย	72 (24.0)	130 (43.3)	86 (28.7)	9 (3.0)	3 (1.0)	3.86 (มาก)	2
2. ระยะเวลาารรับบริการ ภายในร้าน	46 (15.3)	133 (44.3)	99 (33.0)	19 (6.3)	3 (1.0)	3.67 (มาก)	7
3. ความรวดเร็วในการให้ บริการภายในร้าน	73 (24.3)	117 (39.0)	90 (30.0)	15 (5.0)	5 (1.7)	3.79 (มาก)	4
4. ความรวดเร็วในการ ซ่อม	62 (20.7)	130 (43.3)	92 (30.7)	14 (4.7)	2 (0.7)	3.79 (มาก)	5
5. การตรงต่อเวลานัด หมาย	109 (36.3)	98 (32.7)	67 (22.3)	22 (7.3)	4 (1.3)	3.95 (มาก)	1
6. การแจ้งล่วงหน้าถึง ระยะเวลาในการซ่อม	62 (22.7)	130 (43.3)	76 (25.3)	26 (8.7)	6 (2.0)	3.72 (มาก)	6
7. สามารถเข้าไปดูขณะ ช่างซ่อมได้	48 (16.0)	96 (32.0)	100 (33.3)	35 (11.7)	21 (7.0)	3.38 (ปาน กลาง)	10
8. การแจ้งข้อมูลการซ่อม และค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนซ่อม	85 (28.3)	115 (38.3)	67 (22.3)	22 (7.3)	11 (3.7)	3.80 (มาก)	3
9. มีการบันทึกและเก็บ ประวัติลูกค้าที่ซ่อม	39 (13.0)	123 (41.0)	90 (30.0)	39 (13.0)	9 (3.0)	3.48 (ปาน กลาง)	9
10. มีการออกไปกำกับ ภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว	52 (17.3)	105 (35.0)	97 (32.3)	33 (11.0)	13 (4.3)	3.50 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.69 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.95) การติดต่อสื่อสารโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.86) การแจ้งข้อมูลการซ่อมหรือค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.80) ความรวดเร็วในการให้บริการในร้าน ความรวดเร็วในการซ่อมเท่ากัน (3.79) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.72) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.67) และมีการออกไปกำกับภายในและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (3.48) สามารถเข้าไปดูเวลาช่างซ่อมได้ (3.38)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการเลือกใช้บริการหลังขายของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. คุณภาพงานซ่อมที่ไม่สมบูรณ์	13 (4.3)	44 (14.7)	115 (38.3)	86 (28.7)	42 (14.0)	2.67 (ปานกลาง)	4
2. ไม่มีการรับประกันการซ่อม	21 (7.0)	58 (19.3)	112 (37.3)	80 (26.7)	29 (9.7)	2.87 (ปานกลาง)	3
3. การซ่อมไม่สะอาดเรียบร้อย	22 (7.3)	58 (19.3)	138 (46.0)	66 (22.0)	16 (5.3)	3.01 (ปานกลาง)	1
4. การซ่อมซ้ำใช้เวลานาน	12 (4.0)	38 (12.7)	113 (37.7)	101 (33.7)	36 (12.0)	2.63 (ปานกลาง)	5
5. ไม่มีรูปแบบการบริการให้เลือก	25 (8.3)	50 (16.7)	114 (38.0)	91 (30.3)	20 (6.7)	2.90 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						2.82 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.82) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การซ่อมไม่สะอาดเรียบร้อย (3.01) ไม่มีรูปแบบการบริการให้เลือก (2.90) ไม่มีการรับประกันการซ่อม (2.87) คุณภาพงานซ่อมที่ไม่สมบูรณ์ (2.67) และการซ่อมซ้ำใช้เวลานาน (2.63)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ค่าซ่อมแซมไม่มี ราคาที่แน่นอน	17 (5.7)	29 (9.7)	89 (29.7)	116 (38.6)	49 (16.3)	2.50 (ปานกลาง)	2
2. ค่าอะไหล่แพง	12 (4.0)	26 (8.7)	101 (33.7)	123 (41.0)	38 (12.7)	2.50 (ปานกลาง)	3
3. การชำระเงินไม่ ให้เครดิต	39 (13.0)	41 (13.7)	112 (37.3)	79 (26.3)	29 (9.7)	2.94 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.65 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ย
ในระดับปานกลาง (2.65) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับคือ การชำระเงินไม่
ให้เครดิต (2.94) ค่าซ่อมแซมไม่มีราคาที่แน่นอน และค่าอะไหล่แพง (2.50) เท่ากัน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ไม่มีช่างออกไปให้บริการนอกสถานที่	35 (11.7)	47 (15.7)	98 (32.6)	87 (29.0)	33 (11.0)	2.88 (ปานกลาง)	3
2. โทรศัพท์ติดต่อได้ยาก	35 (11.7)	62 (20.7)	105 (35.0)	79 (26.3)	19 (6.3)	3.05 (ปานกลาง)	1
3. ระยะเวลาให้บริการไม่สะดวก	29 (9.7)	45 (15.0)	110 (36.6)	92 (30.7)	24 (8.0)	2.88 (ปานกลาง)	4
4. ติดต่อช่างยากและล่าช้า	35 (11.7)	46 (15.3)	109 (36.3)	77 (25.7)	33 (11.0)	2.91 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						2.93 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.93) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ โทรศัพท์ติดต่อได้ยาก (3.05) ติดต่อช่างยากและล่าช้า (2.91) ไม่มีช่างออกไปให้บริการนอกสถานที่ และระยะเวลาให้บริการไม่สะดวก (2.88) เท่ากัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ไม่มีโฆษณาหรือการ โฆษณาไม่น่าสนใจ	33 (11.7)	53 (17.6)	122 (40.7)	74 (24.7)	16 (5.3)	3.06 (ปานกลาง)	2
2. สื่อต่าง ๆ ส่งไปไม่ถึง	32 (10.7)	55 (18.3)	128 (42.7)	75 (25.0)	10 (3.3)	3.08 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.07 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.07) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ สื่อต่าง ๆ ส่งไปไม่ถึง (3.08) และไม่มีโฆษณาหรือการโฆษณาไม่น่าสนใจ (3.06)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ช่างไม่สามารถวิเคราะห์และ แก้ไขได้ถูกต้อง	33 (11.0)	52 (17.3)	103 (34.3)	77 (25.7)	35 (11.7)	2.90 (ปานกลาง)	9
2. พนักงานไม่สามารถอธิบาย ปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้	28 (9.3)	63 (21.0)	108 (36.0)	73 (24.3)	28 (9.3)	2.97 (ปานกลาง)	8
3. พนักงานไม่สนใจในการให้ บริการ	32 (10.7)	80 (26.7)	115 (38.3)	54 (18.0)	19 (6.3)	3.17 (ปานกลาง)	5
4. พนักงานไม่สุภาพและแต่ง กายไม่เรียบร้อย	40 (13.3)	88 (29.3)	126 (42.0)	34 (11.3)	12 (4.0)	3.37 (ปานกลาง)	1
5. ช่างซ่อม ไม่น่าเชื่อถือ	39 (13.0)	72 (24.0)	115 (38.3)	60 (20.0)	14 (4.7)	3.21 (ปานกลาง)	3
6. พนักงานไม่สามารถอธิบาย เหตุของการเสียได้	40 (13.3)	71 (23.7)	104 (34.7)	64 (21.3)	21 (7.0)	3.15 (ปานกลาง)	6
7. ช่างไม่มีความรู้เพียงพอ	41 (13.7)	83 (27.7)	91 (30.3)	65 (21.7)	20 (6.7)	3.20 (ปานกลาง)	4
8. พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส	48 (16.0)	69 (23.0)	125 (41.7)	51 (17.0)	7 (2.3)	3.33 (ปานกลาง)	2
9. ช่างไม่ตรงต่อเวลานัดหมาย	33 (11.0)	62 (20.7)	113 (37.7)	64 (21.3)	28 (9.3)	3.03 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.15 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.15) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ พนักงาน
ไม่สุภาพและแต่งกายไม่เรียบร้อย (3.37) พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส (3.33) ช่างซ่อมไม่น่าเชื่อถือ
(3.21) ช่างไม่มีความรู้เพียงพอ (3.20) พนักงานไม่สนใจในการให้บริการ (3.17) พนักงานไม่สามารถ
อธิบายเหตุของการเสียได้ (3.15) ช่างไม่ตรงต่อเวลานัดหมาย (3.03) พนักงานไม่สามารถอธิบาย
ปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ (2.97) และช่างไม่สามารถวิเคราะห์และแก้ไขได้ถูกต้อง (2.90)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกายภาพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถานที่จอดรถไม่สะดวก	43 (14.3)	63 (21.0)	101 (33.7)	79 (26.3)	14 (4.7)	3.14 (ปานกลาง)	4
2.การตกแต่งร้านไม่สวยงามและไม่สะอาด	46 (15.3)	75 (25.0)	131 (43.7)	43 (14.3)	5 (1.7)	3.38 (ปานกลาง)	1
3. ภายในร้านขาดความเป็นระเบียบ	45 (15.0)	67 (22.3)	128 (42.7)	50 (16.7)	10 (3.3)	3.29 (ปานกลาง)	2
4. ไม่มีที่นั่งหรือห้องรับรอง	48 (16.0)	67 (22.3)	112 (37.3)	60 (20.0)	13 (4.3)	3.26 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.27 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.27) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การตกแต่งร้านไม่สวยงาม (3.38) ภายในร้านขาดความเป็นระเบียบ (3.29) ไม่มีที่นั่งหรือห้องรับรอง (3.26) และสถานที่จอดรถไม่สะดวก (3.14)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ระยะเวลาารับบริการหรือคิยาว	35 (11.7)	53 (17.7)	97 (32.3)	80 (26.7)	35 (11.7)	2.91 (ปานกลาง)	4
2. ช่อมช้า	27 (9.0)	41 (13.7)	94 (31.3)	92 (30.7)	46 (15.3)	2.70 (ปานกลาง)	8
3. บริการภายในร้านช้า	29 (9.7)	46 (15.3)	116 (38.7)	77 (25.7)	32 (10.7)	2.88 (ปานกลาง)	6
4. ไม่แจ้งระยะเวลาการช่อม	28 (9.3)	60 (20.0)	103 (34.3)	69 (23.0)	40 (13.3)	2.89 (ปานกลาง)	5
5. ไม่ยอมให้เข้าไปดูขณะช่อม	44 (14.7)	62 (20.7)	109 (36.3)	65 (21.7)	20 (6.7)	3.15 (ปานกลาง)	2
6. ไม่แจ้งข้อมูลการช่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนช่อม	33 (11.0)	57 (19.0)	89 (29.7)	73 (24.3)	48 (16.0)	2.85 (ปานกลาง)	7
7. ไม่มีการบันทึกเก็บประวัติลูกค้า	41 (13.7)	68 (22.7)	103 (34.3)	69 (23.0)	19 (6.3)	3.14 (ปานกลาง)	3
8. ออกใบกำกับภาษีและใบเสร็จช้า	52 (17.3)	71 (23.7)	118 (39.3)	47 (15.7)	12 (4.0)	3.35 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.98 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาในปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.98) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ออกใบกำกับภาษีและใบเสร็จช้า (3.35) ไม่ยอมให้เข้าไปดูขณะช่อม (3.15) ไม่มีการบันทึกเก็บประวัติลูกค้า (3.14) ระยะเวลาารับบริการหรือคิยาว (2.91) ไม่แจ้งระยะเวลาการช่อม (2.89) บริการภายในร้านช้า (2.88) ไม่แจ้งข้อมูลการช่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนช่อม (2.85) และช่อมช้า (2.70)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังการขาย จำแนกตามเพศ ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการ หลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์	4.26 (มาก)	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)
2. การรับประกันในการซ่อม	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)	4.16 (มาก)
3. ความสะอาดเรียบร้อยหลัง การซ่อม	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการซ่อม	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
5. ความหลากหลายของรูปแบบ การบริการ	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)
6. การติดตามผลของ การบริการ	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.26) การรับประกันในการซ่อม (4.24) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.85) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.82) การติดตามผลของการบริการ (3.66) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.57)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.18) การรับประกันในการซ่อม (4.11) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.93) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.93) การติดตามผลของการบริการ (3.68) และความหลากหลายของรูปแบบบริการ (3.66)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ชาย	หญิง	
1. ค่าบริการ	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)
2. ค่าอะไหล่	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การชำระเงินให้เครดิต	2.98 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.77) ค่าบริการ (3.74) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.98)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.73) ค่าบริการ (3.72) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.07)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. การให้บริการนอกสถานที่	3.54 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)
2. การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)
3. การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกณ์	3.25 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
4. การให้บริการระหว่างเวลา 08.00 - 17.00 น.	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)
5. การให้บริการระหว่างเวลา 18.00 - 21.00 น.	3.19 (ปานกลาง)	3.30 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
6. สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.89) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.57) การให้บริการนอกสถานที่ (3.54) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น. (3.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกณ์ (3.25) และการให้บริการระหว่างเวลา 18.00-21.00 น. (3.19)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.95) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.84) การให้บริการนอกสถานที่ (3.77) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00 – 17.00 น. (3.66) การให้บริการระหว่างเวลา 18.00 – 21.00 น. (3.30) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกณ์ (3.49)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
3. ป้าย โฆษณาติดตามถนน	2.86 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	2.92 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์	2.73 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
รวม	3.09 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.44) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.92) แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.73) และป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.86)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.49) โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.48) ป้าย โฆษณาติดตามถนน (2.97) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.92) แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.87)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ ถูกต้อง	3.01 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
2. สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้ เข้าใจได้ของพนักงาน	3.06 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
3. ความกระตือรือร้นการให้บริการของ พนักงานทุกคน	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ความสุภาพและการแต่งตัวเรียบร้อย ของพนักงาน	3.43 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
5. ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
6. สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้	4.01 (มาก)	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)
7. การมีประสบการณ์สูงของพนักงาน ช่าง	3.95 (มาก)	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)
8. การเสนอบริการได้เหมาะสมกับ ความต้องการ	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
9. ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี	4.05 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)
10. การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)
11. สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)
12. การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)
รวม	3.67 (มาก) ๖	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)

658.812

๖๓๔๒

เลขหมู่.....๕:๓.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากตารางที่ 38 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.05) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.01) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.95) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.95) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.84) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ (3.76) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.76) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.71) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งตัวเรียบร้อยของพนักงาน (3.43) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.06) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.01)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.18) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.01) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.93) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.93) ความสุภาพและการแต่งตัวเรียบร้อยของพนักงานทุกคน (3.71) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.92) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.91) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ (3.90) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.80) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.11) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.11)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกายภาพ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)
2. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.25 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายในร้าน	3.30 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดภายในร้าน	3.51 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)
5. ความเป็นระเบียบภายในร้าน	2.45 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)
6. มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า	2.63 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
รวม	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน (3.30) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.25) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.63) ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.45)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.66) และความสะอาดภายในร้าน (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.34) การตกแต่งภายในร้าน (3.29) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.60) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.45)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
1. การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ สะดวกในการรับหรือโอนสาย	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)
2. ระยะเวลาารอรับบริการภายใน ร้าน	3.61 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการให้บริการ ภายในร้าน	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการซ่อม	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
5. การตรงต่อเวลานัดหมาย	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)
6. การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาใน การซ่อม	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
7. สามารถเข้าไปดูขณะช่างซ่อมได้	3.29 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
8. การแจ้งข้อมูลการซ่อมและ ค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)
9. มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้า ที่ซ่อม	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
10. มีการออกไปกำกับภาษีและใบ เสร็จที่รวดเร็ว	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.02) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.84) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.78) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.78) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.75) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.70) และระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.61) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.48) มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (3.46) และสามารถเข้าไปดูขณะช่างซ่อมได้ (3.29)

เพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.92) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.91) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.81) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.80) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.78) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.73) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.71) และมีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (3.49) และสามารถเข้าไปดูขณะช่างซ่อมได้ (3.45)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	4.37 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)
2. การรับประกันในการซ่อม	3.60 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.30 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
3. ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการซ่อม	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	4.19 (มาก)	3.88 (มาก)
5. ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)
6. การติดตามผลของการบริการ	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (3.85) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.75) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.70) และการรับประกันในการซ่อม (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.45) และการติดตามผลของการบริการ (3.45)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.78) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การรับประกันในการซ่อม (4.04) คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (3.94) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.80) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.76) และความรวดเร็วในการซ่อม (3.67) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การติดตามผลของการบริการ (3.47)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.13) การรับประกันงานซ่อม (4.06) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (4.02) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.87) การติดตามผลของการบริการ (3.75) และความหลากหลายของรูปแบบบริการ (3.58)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.98) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.37) การรับประกันในการซ่อม (4.30) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.93) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.91) การติดตามผลของการบริการ (3.74) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.60)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.19) การรับประกันในการซ่อม (4.19) ความรวดเร็วในการซ่อม (4.19) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.90) การติดตามผลของการบริการ (3.74) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.71)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
1. ค่าบริการ	3.20 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)
2. ค่าอะไหล่	3.35 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การชำระเงินให้เครดิต	2.95 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.17 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.17) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.35) ค่าบริการ (3.20) และการชำระเงินให้เครดิต (2.95)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.38) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ค่าอะไหล่ (3.61) ค่าบริการ (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.96)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.54) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ (3.71) ค่าอะไหล่ (3.71) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.19)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ (3.82) ค่าอะไหล่ (3.82) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.05)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.54) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (4.00) ค่าบริการ (3.90) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.71)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้าน ช่องทางการให้ บริการ	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล) (แปดผล)
	ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี	
1. การให้บริการ นอกสถานที่	2.80 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.94 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)
2. การให้บริการ ปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)
3. การให้บริการ ทุกวัน ไม่เว้นวัน หยุดราชการหรือ นักชดถุกษ์	2.75 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
4. การให้บริการ ระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.95 (มาก)	3.65 (มาก)
5. การให้บริการ ระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	3.05 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
6. สามารถติดต่อ ช่างได้โดยตรง และรวดเร็ว	3.30 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
รวม	3.13 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.85 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 43 ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.13) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากคือ การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.40) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.30) การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.05) การบริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชดถุกษ์ (2.75) และการให้บริการนอกสถานที่ (2.80)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับกลาง (3.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อย ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.82) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.61) การให้บริการนอกสถานที่ (3.59) และการให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.04) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (2.94)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ สามารถติดต่อช่าง ได้โดยตรงและรวดเร็ว (4.15) การให้บริการนอกสถานที่ (3.94) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.79) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง คือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.46) และการให้บริการ ระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.21)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (3.66) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ สามารถติดต่อช่างได้ โดยตรงและรวดเร็ว (3.96) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.74) การให้บริการนอกสถานที่ (3.72) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.68) ส่วนปัจจัยย่อยที่ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง คือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.49) และการ ให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.35)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การให้บริการ ปรึกษาทางโทรศัพท์ (4.00) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (4.00) การให้บริการระหว่าง เวลา 08.00-17.00น. (3.95) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.86) การให้บริการนอกสถานที่ (3.71) การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.57)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้
บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ประถม ศึกษา/ มัธยม ศึกษาดอน ต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
1. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์, วิทยุ	3.45 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีเพื่อน คนที่รู้จัก แนะนำ	3.40 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
3. ป้ายโฆษณาติดตาม ถนน	3.10 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	3.05 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์	2.55 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
รวม	3.11 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละ
ปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.45) มีเพื่อน คนที่รู้จัก
แนะนำ (3.40) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.10) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (3.05) แผ่นพับ
แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.55)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.97) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ
โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.29) มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.16) ป้ายโฆษณา
ติดตามถนน (2.86) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.78) แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์
(2.78)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.48) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.98) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.8) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.88)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.17) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.56) และมีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.54) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.95) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.94) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.85)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.67) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.48) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.86) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.81) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.67)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการ
หลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษาตอน ต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
1.การวิเคราะห์และ สามารถแก้ไขได้ถูกจุด	3.10 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.สามารถอธิบาย ปัญหาและแก้ไขให้เข้า ใจได้ของพนักงาน	2.85 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
3. ความกระตือรือร้น การให้บริการของ พนักงานทุกคน	3.10 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)	4.29 (มาก)	3.89 (มาก)
4. ความสุภาพและการ แต่งกายเรียบร้อยของ พนักงาน	3.45 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)
5.ความน่าเชื่อถือของ ช่างซ่อม	3.20 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	4.43 (มาก)	3.93 (มาก)
6. สามารถอธิบายเหตุ ผลของการเสียได้	3.15 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)	3.96 (มาก)
7. การมีประสบการณ์ สูงของพนักงานช่าง	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.24 (มาก)	3.99 (มาก)
8. การเสนอบริการ ได้ เหมาะสมกับการ บริการ	3.40 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)
9. ช่างมีความรู้ในงานที่ ทำอย่างดี	3.30 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.38 (มาก)	4.12 (มาก)
10. การให้การต้อนรับ อย่างเป็นกันเอง	3.30 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)
11. สามารถทำงานต่อ เนื่องได้เกินเวลา	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)	3.90 (มาก)	3.59 (มาก)
12. การยิ้มแย้มแจ่มใส ของพนักงาน	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
รวม	3.28 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.28) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากคือ การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.75) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.45) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.40) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (3.30) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.30) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.25) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.20) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.15) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.10) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.10) และสามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (2.85)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (3.96) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.88) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.86) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.82) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.78) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.73) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.73) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.43) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.02) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.94)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.04) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.00) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.98) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.94) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.87) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.81) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.81) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.75) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.67) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.15) และสามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.02)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.79) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.27) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.05) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (4.02) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (4.02) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.02) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.91) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.91) การให้การต้อนรับ

อย่างเป็นกันเอง (3.80) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.66) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.16) และการวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.10)

ผู้ที่จับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (4.43) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.38) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.33) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (4.29) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.24) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (4.00) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.95) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.90) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.86) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.71) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.05) และการวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.90)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านกายภาพ ในการเลือกใช้บริการ หลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้าน กายภาพ	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี	
1. ศูนย์ที่รับ การแต่งตั้งอย่าง เป็นทางการ	3.25 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
2. สถานที่จอดรถ เพียงพอ	3.10 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายใน ร้าน	3.35 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
4. ความสะอาด ภายในร้าน	3.35 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
5. ความเป็น ระเบียบภายใน ร้าน	2.70 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.45 (น้อย)
6. มีที่นั่งหรือ ห้องรับรองลูกค้า	3.15 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
รวม	3.15 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.15) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การตกแต่งภายในร้าน (3.35) ความสะอาดภายในร้าน (3.35) ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.25) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (3.15) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.10) ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.70)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะอาดภายในร้าน (3.65) การตกแต่งภายในร้าน (3.53) และศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.47) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ

สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.12) และมีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้
 ความสำคัญในระดับน้อย คือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.29)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับปานกลาง (3.15) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่ให้
 ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.69) ความสะอาดภายในร้าน
 (3.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน (3.31) สถานที่
 จอดรถเพียงพอ (3.27) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับ
 น้อย คือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.35)

ผู้ที่จบปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ
 ปานกลาง (3.16) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยย่อยที่ให้ค่าเฉลี่ย
 ในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.72) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ค่าเฉลี่ย
 ในระดับปานกลางคือ ความสะอาดภายในร้าน (3.49) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.42) การตกแต่ง
 ภายในร้าน (3.26) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.54) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.51)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ
 ปานกลาง (3.02) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ
 (3.48) ความสะอาดภายในร้าน (3.38) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.19) การตกแต่งภายในร้าน
 (2.95) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.71) ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.43) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้
 ความสำคัญในระดับน้อยคือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.43)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	การศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวท./ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
1.การติดต่อสื่อสารทาง โทรศัพท์สะดวกในการ รับหรือโอนสาย	3.35 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)
2.ระยะเวลาารอรับ บริการภายในร้าน	3.30 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ใช้เวลาในการซ่อม	3.10 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการ ให้บริการภายในร้าน	3.15 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)	4.10 (มาก)	3.79 (มาก)
5. การตรงต่อเวลานัด หมาย	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	4.12 (มาก)	4.33 (มาก)	3.95 (มาก)
6. การแจ้งล่วงหน้าถึง ระยะเวลาในการซ่อม	3.25 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)
7. สามารถเข้าไปดู ขณะซ่อมได้	2.90 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
8. การแจ้งข้อมูลการ ซ่อมและค่าบริการที่ชัด เจนก่อนซ่อม	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)	3.80 (มาก)
9. มีการบันทึกและเก็บ ประวัติของลูกค้าที่ ซ่อม	2.90 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
10. มีการออกไปกำกับ ภาณีและใบเสร็จที่รวด เร็ว	3.25 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)
รวม	3.18 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ที่จบประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.35) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.30) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.25) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.25) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.15) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.10) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.00) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (2.90) และมีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (2.90)

ผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.71) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.63) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.61) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.55) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.49) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.49) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.49) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.37) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.08)

ผู้ที่จบอนุปริญญา/ปวท./ปวส.ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.79) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.12) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.97) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.94) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.04) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.88) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.85) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.76) มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (3.55) และมีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.48) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถเข้าไปดูในขณะซ่อมได้ (3.42)

ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.95) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.33) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (4.10) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (4.10) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.05) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (4.05) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.95) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.86)

การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.71) การบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.71)
มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.62)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของกิจ การ	
1.คุณภาพงานซ่อมที่ สมบูรณ์	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)
2. การรับประกันในการ ซ่อม	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)
3. ความสะอาดเรียบร้อย หลังการซ่อม	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการ ซ่อม	3.86 (มาก)	4.06 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
5. ความหลากหลายของ รูปแบบการบริการ	3.69 (มาก)	3.97 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)
6. การติดตามผลของการ บริการ	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	4.03 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.24) การรับประกันในการซ่อม (4.21) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.98) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.86) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.69) และการติดตามผลของการบริการ (3.67)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.03) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.32) การรับประกันในการซ่อม (4.13) ความรวดเร็วในการซ่อม (4.06) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.97) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.94) และการติดตามผลของการบริการ (3.77)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.79) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การรับประกันในการซ่อม (4.18) คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.09) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.82) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.64) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.64) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การติดตามผลของการบริการ (3.36)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.19) การรับประกันในการซ่อม (4.19) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.87) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.86) การติดตามผลของการบริการ (3.62) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.53)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.30) การรับประกันในการซ่อม (4.14) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.84) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.81) การติดตามผลของการบริการ (3.76) และความหลากหลายของรูปแบบบริการ (3.54)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย ของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของกิจการ	
1. ค่าบริการ	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
2. ค่าอะไหล่	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การชำระเงินให้ เครดิต	2.95 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.49 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.49) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ค่าอะไหล่ (3.79) ค่าบริการ (3.74) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.95)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.39) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ค่าบริการ (3.61) ค่าอะไหล่ (3.61) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.94)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (3.61) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.82) ค่าบริการ (3.73) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.27)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (3.52) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ (3.78) ค่าอะไหล่ (3.73) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.05)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ (3.73) ค่าอะไหล่ (3.73) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.03)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	เจ้าของกิจการ	
1. การให้บริการนอกสถานที่	3.55 (มาก)	4.03 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.51 (มาก)	3.68 (มาก)
2. การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์	3.52 (มาก)	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.73 (มาก)
3. การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตฤกษ์	3.12 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
4. การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.65 (มาก)
5. การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	3.21 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
6. สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว	3.76 (มาก)	4.03 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.42 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.42) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.76) การให้บริการนอกสถานที่ (3.55) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.52) ปัจจัยที่ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.38) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตฤกษ์ (3.12) การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.21)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (4.06) การให้บริการนอกสถานที่ (3.55) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (4.03) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (4.00) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.42) การให้บริการไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.32) พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.82) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.82) การให้บริการนอกสถานที่ (3.64) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.55) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.0-21.00น. (3.45) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.27)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.97) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.75) การให้บริการนอกสถานที่ (3.66) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.65) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.48) การให้บริการระหว่างเวลา 17.0-21.00น. (3.21)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.84) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.76) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.57) การให้บริการนอกสถานที่ (3.51) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตฤกษ์ (3.32) การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.27)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของกิจการ	
1. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ	3.40 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
3. ป้ายโฆษณาติดตามถนน	3.10 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	2.76 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์	2.64 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
รวม	3.08 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.08) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.40) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.10) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.76) และแผ่นพับ แผ่นปลิวส่งทางไปรษณีย์ (2.64)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.59) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.61) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

คือโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.42) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.03) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (3.03) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.87)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.61) โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.55) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.09) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.64) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.64)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.54) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.45) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.93) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.89) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.85)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.16) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.35) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (3.05) แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.92) และป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.84)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของกิจการ	
1.การวิเคราะห์และ สามารถแก้ไขได้ถูกต้อง	2.86 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	2.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.สามารถอธิบายปัญหา และแก้ไขให้เข้าใจได้ ของพนักงาน	2.76 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	2.27 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
3. ความกระตือรือร้น การให้บริการของ พนักงานทุกคน	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)
4. ความสุภาพและการ แต่งกายเรียบร้อยของ พนักงาน	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
5.ความน่าเชื่อถือของ ช่างซ่อม	3.86 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)
6. สามารถอธิบายเหตุ ผลของการเสียได้	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
7. การมีประสบการณ์ สูงของพนักงานช่าง	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.18 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)
8. การเสนอบริการได้ เหมาะสมกับการบริการ	4.10 (มาก)	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)
9. ช่างมีความรู้ในงานที่ ทำอย่างดี	4.07 (มาก)	4.26 (มาก)	3.82 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)
10. การให้การต้อนรับ อย่างเป็นกันเอง	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	3.55 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
11. สามารถทำงานต่อ เนื่องได้เกินเวลา	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)
12. การยิ้มแย้มแจ่มใส ของพนักงาน	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	4.05 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า นักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (4.14) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (4.10) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.07) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.07) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (4.00) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.95) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.90) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.86) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.83) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.71) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.86) และสามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจของพนักงาน (2.76)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.26) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (4.19) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (4.19) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.16) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (4.10) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (4.06) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (4.06) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (4.03) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.00) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.87) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.87) และความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.81)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (4.18) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (4.00) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.00) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.82) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (3.82) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.82) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.73) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.64) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.64) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.55) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (2.27) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.09)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.13) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.99) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.96) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.95) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.88) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.80) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.70) การยิ้มแย้มแจ่มใส

ของพนักงาน (3.70) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.52) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.49) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.12) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.07)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.64) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.08) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (4.00) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.92) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.84) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.78) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.78) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.73) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.73) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.41) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.95) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (2.86)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของารให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพ ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน กายภาพ	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของกิจการ	
1. ศูนย์ที่ได้รับการ แต่งตั้งอย่างเป็นทางการ	3.76 (มาก)	3.52 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
2. สถานที่จอดรถ เพียงพอ	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายใน ร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
4. ความสะอาด ภายในร้าน	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
5. ความเป็น ระเบียบภายใน ร้าน	2.40 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)
6. มีที่นั่งหรือ ห้องรับรองลูกค้า	2.69 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
รวม	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม มี ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.20) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.76) ความสะอาดภายในร้าน (3.69) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน (3.40) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.26) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.69) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.40)

ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ ความสะอาดภายในร้าน (3.74) ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.52) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.45) การตกแต่งภายในร้าน

(3.45) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.39) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.26)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญแบปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.21) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (4.00) ความสะอาดภายในร้าน (3.91) การตกแต่งภายในร้าน (3.64) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.45) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.27) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.00)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.17) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.60) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ ความสะอาดภายในร้าน (3.46) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.35) การตกแต่งภายในร้าน (3.23) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.60) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.50)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.12) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ ความสะอาดภายในร้าน (3.32) การตกแต่งภายในร้าน (3.22) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.35) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า (2.86) และความเป็นระเบียบภายในร้าน (2.68)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในการเลือกใช้
บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ การบริการ	อาชีพ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอก ชน	เจ้าของกิจการ	
1.การติดต่อสื่อสาร ทางโทรศัพท์สะดวก ในการรับหรือโอน สาย	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)
2.ระยะเวลาเข้ารับ บริการภายในร้าน	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ใช้เวลาในการซ่อม	3.60 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการ ให้บริการภายในร้าน	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.59 (มาก)	3.79 (มาก)
5. การตรงต่อเวลานัด หมาย	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)	3.70 (มาก)	3.95 (มาก)
6. การแจ้งล่วงหน้าถึง ระยะเวลาในการซ่อม	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)
7. สามารถเข้าไปดู ขณะซ่อมได้	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
8. การแจ้งข้อมูลการ ซ่อมและค่าบริการที่ ชัดเจนก่อนซ่อม	3.57 (มาก)	4.23 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
9. มีการบันทึกและเก็บ ประวัติของลูกค้าที่ ซ่อม	3.24 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
10. มีการออกไปกำกับ ภายในและใบเสร็จที่รวด เร็ว	3.48 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รวม	3.63 (มาก)	3.87 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า นักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ
การบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ
การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.93) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.86)
ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.86) ระยะเวลาเข้ารับบริการภายในร้าน (3.67) การแจ้ง
ล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.67) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.60) การแจ้งข้อมูล
การซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.57) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

คือ มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.48) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.45) และมีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.24)

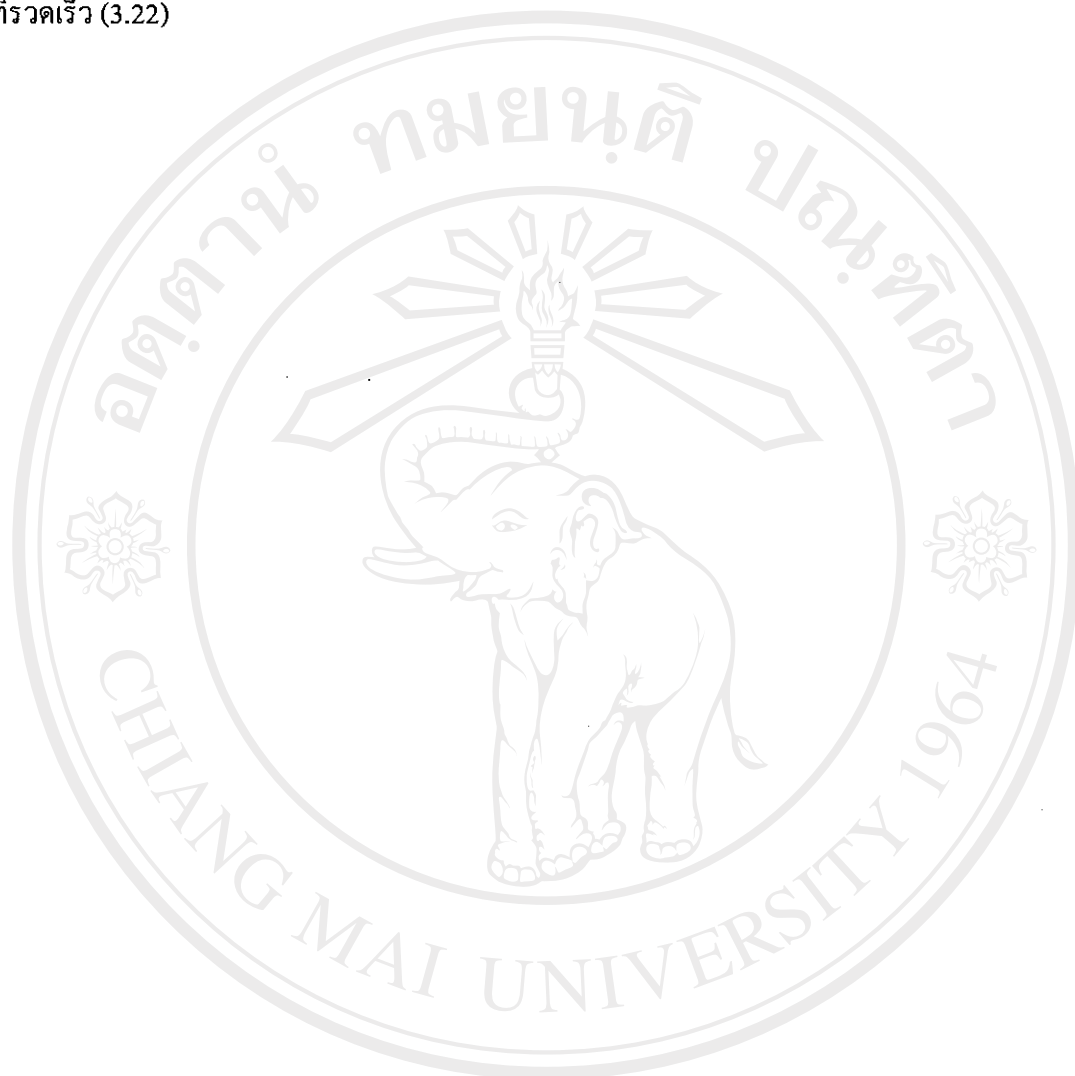
ข้าราชการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.87) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (4.23) การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.13) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.00) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.90) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.87) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.87) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.81) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.74) มีการบันทึกและเก็บประวัติลูกค้าที่ซ่อม (3.61) และสามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.52)

พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.91) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.73) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.73) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.73) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.64) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.64) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.64) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.55) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.45) และสามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (2.91)

พนักงานเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.98) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.87) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.87) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.84) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.79) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.70) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.68) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.47) และสามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.40)

เจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.95) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.73) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.70) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.70) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (3.65) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.59) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับ

ปานกลางคือ การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.46) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.46) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.22) และมีการออกใบกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.22)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	
1. คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	3.75 (มาก)	4.21 (มาก)
2. การรับประกันในการซ่อม	4.21 (มาก)	4.07 (มาก)	4.29 (มาก)	4.30 (มาก)	3.38 (มาก)	4.16 (มาก)
3. ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.50 (มาก)	3.90 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการซ่อม	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	4.08 (มาก)	3.25 (มาก)	3.88 (มาก)
5. ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.62 (มาก)
6. การติดตามผลของการบริการ	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.52 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การรับประกันในการซ่อม (4.21) คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.17) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (4.00) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.83) การติดตามผลของการบริการ (3.69) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.62)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.15) การ

รับประกันในการซ่อม (4.07) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.90) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.87) การติดตามผลของการบริการ (3.70) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.65)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.29) การรับประกันในการซ่อม (4.29) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.95) ความรวดเร็วในการซ่อม (3.85) การติดตามผลของการบริการ (3.63) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.55)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.04) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.38) การรับประกันในการซ่อม (4.30) ความรวดเร็วในการซ่อม (4.08) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.86) การติดตามผลของการบริการ (3.86) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.73)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (3.75) การติดตามผลของการบริการ (3.75) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.50) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ (3.50) การรับประกันในการซ่อม (3.38) และความรวดเร็วในการซ่อม (3.25)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	
1. ค่าบริการ	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)
2. ค่าอะไหล่	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การชำระเงิน ให้เครดิต	3.03 (มาก)	2.98 (ปานกลาง)	3.14 (มาก)	3.03 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.44 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.76) ค่าบริการ (3.72) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.03)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่ (3.81) ค่าบริการ (3.70) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.98)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ (3.81) ค่าอะไหล่ (3.72) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.14)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.44) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ค่าบริการ (3.65) ค่าอะไหล่ (3.65) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (3.03)

ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.25) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ค่าบริการ (3.63) ค่าอะไหล่ (3.63) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.50)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ในการเลือก
หลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	
1.การให้บริการนอกสถานที่	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
2.การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	4.08 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
3. การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์	2.90 (ปานกลาง)	3.39 (มาก)	3.60 (มาก)	3.49 (มาก)	2.25 (น้อย)	3.39 (ปานกลาง)
4. การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.38 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	4.05 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
5. การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	3.10 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
6. สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว	3.69 (มาก)	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	4.24 (มาก)	3.00 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.85 (มาก)	2.81 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.35) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.69) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.59) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การให้บริการนอกสถานที่ (3.45) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.38) การให้บริการ

ระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.10) และการให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (2.90)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.91) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.78) การให้บริการนอกสถานที่ (3.75) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.59) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (3.39) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.27)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.64) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.99) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (3.67) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.65) การให้บริการนอกสถานที่ (3.64) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (3.60) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.29)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (4.42) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (4.08) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น. (4.05) การให้บริการนอกสถานที่ (3.89) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (3.49) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (3.32)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในปานกลาง (2.81) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.0น. (3.38) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว (3.00) การให้บริการนอกสถานที่ (2.75) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ (2.75) การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น. (2.75) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (2.25)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	
1. โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ	3.24 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
3. ป้ายโฆษณาติดตามถนน	3.17 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	2.76 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์	2.59 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
รวม	3.05 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.05) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.45) มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ (3.24) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.17) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.76) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.59)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.08) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ (3.46) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.85) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.82) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.78)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.34) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.52) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (3.40) ป้ายโฆษณา ติดตามถนน (2.99) แผ่นพับ แผ่นปลิวสอดหนังสือพิมพ์ (2.98) และแผ่นพับ แผ่นปลิวส่งทางไปรษณีย์(2.81)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.34) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (4.00) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.43) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (3.16) แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (3.16) และป้ายโฆษณาติดตามถนน (2.95)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ มีเพื่อน คนที่รู้จักแนะนำ (2.88) ป้ายโฆษณาติดตามถนน(2.75) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.75) และแผ่นพับ แผ่นปลิวส่งทางไปรษณีย์ (2.63)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการหลังการขาย
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ขึ้น ไป	
1.การวิเคราะห์และ สามารถแก้ไขได้ถูกต้อง	2.93 (ปาน กลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.สามารถอธิบายปัญหา และแก้ไขให้เข้าใจได้ ของพนักงาน	2.72 (ปาน กลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
3. ความกระตือรือร้น การให้บริการของ พนักงานทุกคน	3.97 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)
4. ความสุภาพและการ แต่งกายเรียบร้อยของ พนักงาน	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
5.ความน่าเชื่อถือของ ช่างซ่อม	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
6. สามารถอธิบายเหตุ ผลของการเสียได้	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	4.24 (มาก)	3.50 (มาก)	3.96 (ปานกลาง)
7. การมีประสบการณ์ สูงของพนักงานช่าง	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	4.38 (มาก)	3.50 (มาก)	3.99 (มาก)
8. การเสนอบริการได้ เหมาะสมกับการบริการ	4.07 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	4.11 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
9. ช่างมีความรู้ในงานที่ ทำอย่างดี	4.03 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.30 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.12 (มาก)
10. การให้การต้อนรับ อย่างเป็นกันเอง	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)	3.76 (มาก)
11. สามารถทำงานต่อ เนื่องได้เกินเวลา	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	4.03 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
12. การยิ้มแย้มแจ่มใส ของพนักงาน	4.17 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	4.22 (มาก)	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)
รวม	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(4.17) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(4.14) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(4.07) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.03) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(4.00) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.97) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.83) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(3.83) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.83) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (2.93) และสามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(2.72)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี (4.11) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง (3.92) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม (3.90) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้ (3.89) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (3.78) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ (3.78) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน (3.76) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.75) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.59) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.11) และสามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.11)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.18) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.03)ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.98) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.97) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(3.92) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.80) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.77) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.71) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา (3.55) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.49) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(2.99) และการวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.89)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การมีประสบการณ์สูงของพนักงาน(4.38) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.30) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.24) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(4.22) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(4.16) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(4.11) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(4.11) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา

(4.03) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.95) ความสุขภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน (3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.49) และการวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.43)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.41) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.50) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(3.50) การมีประสบการณ์สูงของพนักงาน(3.50) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (3.50) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์สามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.38)สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.38) ความสุขภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.38) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.38) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.38) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.25) และช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(3.25)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน กายภาพ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	
1. ศูนย์ที่ได้รับ การแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ เป็นทางการ	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
2. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
3. การตกแต่ง ภายในร้าน	3.48 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
4. ความสะอาด ภายในร้าน	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)
5. ความเป็น ระเบียบภายใน ร้าน	2.45 (น้อย)	2.34 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)
6. มีที่นั่งหรือ ห้องรับรองลูกค้า	2.79 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	2.61 (มาก)
รวม	3.25 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.25) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (3.72) ความสะอาดภายในร้าน (3.72) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน(3.48) สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.34) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.79) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.45)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด คือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.65) ความสะอาดภายในร้าน (3.56) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.29) การตกแต่งภายใน

ร้าน(3.29) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ ความ เป็นระเบียบภายในร้าน (2.34)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง (3.13) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อย ในระดับมากคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.62) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อย ในระดับปานกลางคือ ความสะอาดภายในร้าน(3.37) สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.24) การตกแต่งภายใน ร้าน(3.17) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.74) และความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.64)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง (3.15) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อย ระดับมาก คือ ความสะอาดภายในร้าน(3.57) ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.54) สถานที่ จอดรถเพียงพอ(3.54) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน (3.46) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อยคือ มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.49) และความ เป็นระเบียบภายในร้าน(2.30)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง(3.15) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญ ปัจจัยย่อยในระดับมากคือ ความสะอาดภายในร้าน(3.63) การตกแต่งภายในร้าน(3.50) ปัจจัยที่ให้ ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.25) สถานที่ จอดรถเพียงพอ(3.13) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.75) และความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.63)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในการเลือกใช้
บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	
1. การติดต่อสื่อสารทาง โทรศัพท์สะดวกในการ รับหรือโอนสาย	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)
2. ระยะเวลาารอรับ บริการภายในร้าน	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ใช้เวลาในการซ่อม	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการ ให้บริการภายในร้าน	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
5. การตรงต่อเวลานัด หมาย	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)
6. การแจ้งล่วงหน้าถึง ระยะเวลาในการซ่อม	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	2.63 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
7. สามารถเข้าไปดู ขณะซ่อมได้	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
8. การแจ้งข้อมูลการ ซ่อมและค่าบริการที่ชัด เจนก่อนซ่อม	3.48 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
9. มีการบันทึกและเก็บ ประวัติของลูกค้าที่ซ่อม	3.17 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
10. มีการออกไปกำกับ ภายในและใบเสร็จที่รวด เร็ว	3.45 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ
การบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ
การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.00) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.90)

ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.83) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน(3.69) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.69) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม(3.52) ปัจจัยที่ทำให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม(3.48) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.45) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.38) และมีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.17)

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.83) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.78) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.73) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.72) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.70) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.64) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.60) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.58) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.51) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.50)

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.17) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.97) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.95) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.94) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.94) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.87) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.86) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.77) ปัจจัยที่ทำให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.47) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.41) และสามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.22)

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อน (4.14) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.03) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.97) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.97) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.89) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.86) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.86) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.76) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.51) ปัจจัยที่ทำให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้(3.46)

ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับคือ การติดต่อสื่อสาร

ทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย(3.38) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.38) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.25) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.13) มีการออกไปกำกับภายใน และใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.13) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.13) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการ ที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.13) ระยะเวลาารรับบริการภายในร้าน (2.88) มีการบันทึกและเก็บประวัติของ ลูกค้าที่ซ่อม (2.88) และการแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม(2.63)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้								ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	
1.คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์	4.31 (มาก)	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	4.32 (มาก)	4.03 (มาก)	4.33 (มาก)	4.36 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)
2.การรับประกันในการซ่อม	4.17 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
3. ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม	4.03 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
4.ความรวดเร็วในการซ่อม	4.03 (มาก)	3.56 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)
5. ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)	3.29 (มาก)	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
6. การติดตามผลของการบริการ	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.54 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	4.03 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(4.03) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.31) การรับประกันในการซ่อม(4.17) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(4.03) ความรวดเร็วในการซ่อม(4.03) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.83) และการติดตามผลของการบริการ(3.81)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือคุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์

(3.94) การรับประกันในการซ่อม(3.89) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(3.78) การติดตามผลของการบริการ(3.72) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.67) และความรวดเร็วในการซ่อม(3.56)

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.75) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์(4.02) การรับประกันในการซ่อม(3.96) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม (3.82) ความรวดเร็วในการซ่อม(3.73) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.51) ปัจจัยที่ให้สำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การติดตามผลของการบริการ(3.46)

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.97) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์(4.32) การรับประกันในการซ่อม(4.25) ความรวดเร็วในการซ่อม(3.95) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(3.93) การติดตามผลของการบริการ(3.75) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.46)

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.95) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การรับประกันในการซ่อม(4.32) คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์(4.03) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(3.90) การติดตามผลของการบริการ(3.87) ความรวดเร็วในการซ่อม(3.81) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.73)

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์(4.33) การรับประกันในการซ่อม(4.17) ความรวดเร็วในการซ่อม(4.04) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(3.92) ความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.63) และการติดตามผลของการบริการ(3.54)

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.95) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ การรับประกันในการซ่อม(4.50) ปัจจัยที่ให้ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (4.36) ความรวดเร็วในการซ่อม(4.07) การติดตามผลของการบริการ (3.79) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(3.71) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.58)

ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(4.04) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยที่ให้ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์(4.53) ปัจจัยที่ให้ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ การรับประกันในการซ่อม (4.33) ความรวดเร็วในการซ่อม(4.03) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการซ่อม(4.00) การติดตามผลของการบริการ(3.75) และความหลากหลายของรูปแบบการบริการ(3.58)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้								ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	
1. ค่าบริการ	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)
2. ค่าอะไหล่	3.69 (มาก)	3.83 (มาก)	3.66 (มาก)	3.81 (มาก)	3.52 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การชำระเงินให้เครดิต	2.83 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.40) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ค่าอะไหล่(3.69) ค่าบริการ(3.67) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การชำระเงินให้เครดิต (2.83)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.56) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่(3.83) ค่าบริการ(3.67) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต(3.17)

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.42)โดยค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ ค่าอะไหล่(3.66) ค่าบริการ(3.63) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การชำระเงินให้เครดิต(2.98)

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.54) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าอะไหล่(3.81) ค่าบริการ(3.73) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การชำระเงินให้เครดิต(3.08)

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.48) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญ

ปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ ค่าบริการ(3.61) ค่าอะไหล่(3.52) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต(3.32)

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ(4.07) ค่าอะไหล่ (3.93) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง คือ การชำระเงินให้เครดิต (3.29)

ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.52) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ค่าบริการ(3.86) ค่าอะไหล่ (3.86) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การชำระเงินให้เครดิต (2.83)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant's head.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ในการเลือกใช้ บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านช่อง ทางการให้ บริการ	รายได้								รวม (แปล ผล)
	ไม่มีราย ได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	
1.การให้บริการ นอกสถานที่	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
2.การให้บริการ ปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)
3. การให้บริการ ทุกวันไม่เว้นวัน หยุดราชการหรือ วันนักขัตฤกษ์	3.28 (ปาน กลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)
4.การให้บริการ ระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.33 (ปาน กลาง)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)
5.การให้บริการ ระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	3.25 (ปาน กลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.25 (ปาน กลาง)
6.สามารถติดต่อ ช่างได้โดยตรง และรวดเร็ว	3.81 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	4.29 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.47 (ปาน กลาง)	3.60 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.47) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัย ที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(3.81) การให้บริการนอกสถานที่(3.58) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.58) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญ ปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.33) การให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(2.38) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.25)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.60) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่าง ได้โดยตรงและรวดเร็ว(4.06) การให้บริการนอกสถานที่(3.72) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.72) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.61) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อย

ในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.28) และการให้บริการไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(3.22)

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.53) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(3.83) การให้บริการนอกสถานที่(3.78) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.73) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.46) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(3.23) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.15)

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.65) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(3.98) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.85) การให้บริการนอกสถานที่(3.75) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.(3.75) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(3.32) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.24)

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.75) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.87) สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(3.87) การให้บริการนอกสถานที่(3.81) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.74) การให้ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(3.71) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.48)

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.63) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(4.04) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.75) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.71) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์ (3.58) การให้บริการนอกสถานที่(3.50) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.21)

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.74) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(4.29) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(4.00) การให้บริการนอกสถานที่(3.71) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์(3.71) การ

ให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.64) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา17.00-21.00น.(3.07)

ผู้ที่มีรายมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.65) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถติดต่อช่างได้โดยตรงและรวดเร็ว(3.97) การให้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์(3.78) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00น.(3.78) การให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตดุกษ์ (3.53) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00น.(3.42) และการให้บริการนอกสถานที่(3.39)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้								ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	
1. โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ	3.33 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
3. ป้ายโฆษณาติดตามถนน	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
4. แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์	2.72 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
5. แผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์	2.56 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
รวม	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.33) มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ (3.33) ป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.08) แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (2.72) และแผ่นพับ แผ่นปลิว ส่งทางไปรษณีย์ (2.56)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.38) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดคือ โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ (3.83) มีเพื่อนคนที่รู้จักแนะนำ(3.61) ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ แผ่นพับ แผ่นปลิว สอดหนังสือพิมพ์ (3.22) แผ่นพับ แผ่นปลิวส่งทางไปรษณีย์ (3.22) และป้ายโฆษณาติดตามถนน (3.00)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร ในการเลือกใช้
บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน บุคลากร	รายได้								ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่มี รายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	
1.การวิเคราะห์ และสามารถแก้ไข ได้ถูกต้อง	2.81 (ปาน กลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.57 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	3.07 (ปาน กลาง)
2.สามารถอธิบาย ปัญหาและแก้ไข ให้เข้าใจได้ของ พนักงาน	2.78 (ปาน กลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.09 (ปาน กลาง)
3. ความกระตือ - ร้อนในการให้ บริการของ พนักงานทุกคน	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)
4. ความสุภาพ และการแต่งกาย เรียบร้อยของ พนักงาน	3.97 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
5.ความน่าเชื่อถือ ของช่างซ่อม	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	3.71 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)
6. สามารถ อธิบายเหตุผล ของการเสียได้	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)	3.96 (มาก)
7. การมีประสบ การณ์สูงของ พนักงานช่าง	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)	3.99 (มาก)
8. การเสนอบริการ ได้เหมาะสมกับ การบริการ	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	4.21 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)
9. ช่างมีความรู้ ในงานที่ทำอย่าง ดี	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)
10. การให้การ ต้อนรับอย่างเป็น กันเอง	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
11. สามารถ ทำงานต่อเนื่อง ได้เป็นเวลา	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	3.59 (มาก)
12. การยิ้มแย้ม แจ่มใสของ พนักงาน	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	4.03 (มาก)	3.74 (มาก)	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)
รวม	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ไม่มีรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(4.17) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.14) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(4.11) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(4.08) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.97) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.92) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.89) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.86) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(3.86) สามารถทำงานต่อเนื่องเกินเวลา(3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(2.81) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (2.78)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.66) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.00) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.89) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(3.83) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(3.83) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.78) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.72) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.72) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.67) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.61) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.33) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.28) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน (3.28)

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.57) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(3.90) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(3.79) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.77) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(3.71) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.67) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.65) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.60) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.59) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.35) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.18) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.16)

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.79) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.24) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(4.08) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.03) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(4.03) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(4.02) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(4.02) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.86) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.76) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.68) สามารถ

ทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.10) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.08)

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.80) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.16) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(4.13) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.03) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(4.06) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(3.97) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.90) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.74) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.71) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.68) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.29) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด (3.26)

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.75) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.17) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(4.00) สามารถอธิบายเหตุผลการเสียได้(4.00) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.92) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.92) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(3.83) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.79) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(3.71) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.71) ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.21) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.21)

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.97) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(4.36) สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.36) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.36) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง(4.29) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(4.21) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(4.07) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(4.07) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.93) การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกจุด(3.57) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.43)

ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก(3.77) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ สามารถอธิบายเหตุผลของการเสียได้(4.36) ช่างมีความรู้ในงานที่ทำอย่างดี(4.32) การมีประสบการณ์สูงของพนักงานช่าง

(4.19) ความน่าเชื่อถือของช่างซ่อม(4.17) ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน(4.08) การเสนอบริการได้เหมาะสมกับการบริการ(3.94) สามารถทำงานต่อเนื่องได้เกินเวลา(3.92) การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน(3.86) การให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง(3.75) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญให้ระดับปานกลางคือ ความสุภาพและการแต่งกายเรียบร้อยของพนักงาน(3.42) สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ของพนักงาน(2.67)และ การวิเคราะห์และสามารถแก้ไขได้ถูกต้อง (2.53)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพ ในการเลือกใช้บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกด้านรายได้

ปัจจัยด้านกายภาพ	รายได้								ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	
1. ศูนย์ที่ให้บริการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.51 (มาก)	3.75 (มาก)	3.42 (มาก)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
2. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.31 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายในร้าน	3.42 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดภายในร้าน	3.64 (มาก)	3.33 (มาก)	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.33 (มาก)	3.52 (มาก)
5. ความเป็นระเบียบภายในร้าน	2.42 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)
6. มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า	2.69 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.62 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
รวม	3.21 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.21) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ศูนย์ที่ให้บริการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.75) ความสะอาดภายในร้าน(3.64) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน(3.42) สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.31) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.69) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.42)

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ

ในระดับมากที่สุดคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.79) สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.71) ความสะอาดภายในร้าน(3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่สำคัญในระดับปานกลางคือ การตกแต่งภายในร้าน (3.21) ความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.50) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.50)

ผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง(3.06) โดยมีค่าเฉลี่ยแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยย่อยที่สำคัญในระดับมากที่สุดคือ ศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ(3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่สำคัญในระดับปานกลางคือ ความสะอาดภายในร้าน(3.33) สถานที่จอดรถเพียงพอ(3.11) การตกแต่งภายในร้าน(3.06) มีที่นั่งหรือห้องรับรองลูกค้า(2.67) ความเป็นระเบียบภายในร้าน(2.61)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในการเลือกใช้
บริการหลังการขายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน กระบวนการ บริการ	รายได้								ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ไม่มีราย ได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	
1.การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ สะดวกในการรับ หรือโอนสาย	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	3.86 (มาก)
2.ระยะเวลาอ รับบริการภายใน ร้าน	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
3. ความรวดเร็ว ในการใช้เวลาใน การซ่อม	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ความรวดเร็ว ในการให้บริการ ภายในร้าน	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.79 (มาก)
5. การตรงต่อ เวลานัดหมาย	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	3.63 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)
6. การแจ้งล่วง หน้าถึงระยะเวลา ในการซ่อม	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)
7. สามารถเข้าไป ดูขณะซ่อมได้	3.36 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (ปาน กลาง)
8. การแจ้งข้อมูล การซ่อมและค่า บริการที่ชัดเจน ก่อนซ่อม	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	4.10 (มาก)	3.77 (มาก)	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)
9. มีการบันทึก และเก็บประวัติ ของลูกค้าที่ซ่อม	3.17 (ปาน กลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)
10. มีการออกใบ กำกับภาษีและใบ เสร็จที่รวดเร็ว	3.39 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รวม	3.60 (มาก)	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ที่ไม่มีรายได้อื่นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.60) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.94) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.89) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.81) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.69) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.64) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.58) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.39) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.36) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.17)

ผู้ที่มีรายได้อื่นไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.83) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.72) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.67) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.50) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.50) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.50) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.44) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.39) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.28)

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.78) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.65) การตรงต่อเวลานัดหมาย (3.63) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.59) ความรวดเร็วในการใช้บริการภายในร้าน (3.57) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.56) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.46) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.44) สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.22)

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.85) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.15) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (4.10) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.95) ระยะเวลารอรับบริการภายในร้าน (3.88) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.88) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.88) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.85) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.66) มีการบันทึกและ

เก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.64) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.49)

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.06) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.97) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.90) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.87) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.77) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.77) ระยะเวลาการรับบริการภายในร้าน (3.68) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.58) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.45)

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับคือ การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (4.13) การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.08) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (4.00) ระยะเวลาการรับบริการภายในร้าน (3.92) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.79) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (3.75) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.75) ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.75) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.33) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.29)

ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.21) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (4.21) ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (4.14) การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.14) ระยะเวลาการรับบริการภายในร้าน (4.00) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (4.00) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (4.00) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.86) มีการออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.79) ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.29)

ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การตรงต่อเวลานัดหมาย (4.17) การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์สะดวกในการรับหรือโอนสาย (4.06) ความรวดเร็วในการให้บริการภายในร้าน (3.94) การแจ้งข้อมูลการซ่อมและค่าบริการที่ชัดเจนก่อนซ่อม (3.94)

ความรวดเร็วในการใช้เวลาในการซ่อม (3.92) การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาในการซ่อม (3.75) ระยะเวลาารอรับบริการภายในร้าน (3.69) มีการบันทึกและเก็บประวัติของลูกค้าที่ซ่อม (3.53) ส่วน ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สามารถเข้าไปดูขณะซ่อมได้ (3.47) มีการออก ใบกำกับภาษีและใบเสร็จที่รวดเร็ว (3.17)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved