

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปตาราง ประกอบคำบรรยายตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ และความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อร้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการใช้บริการ และข้อเสนอแนะของผู้ที่มารับบริการ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการ

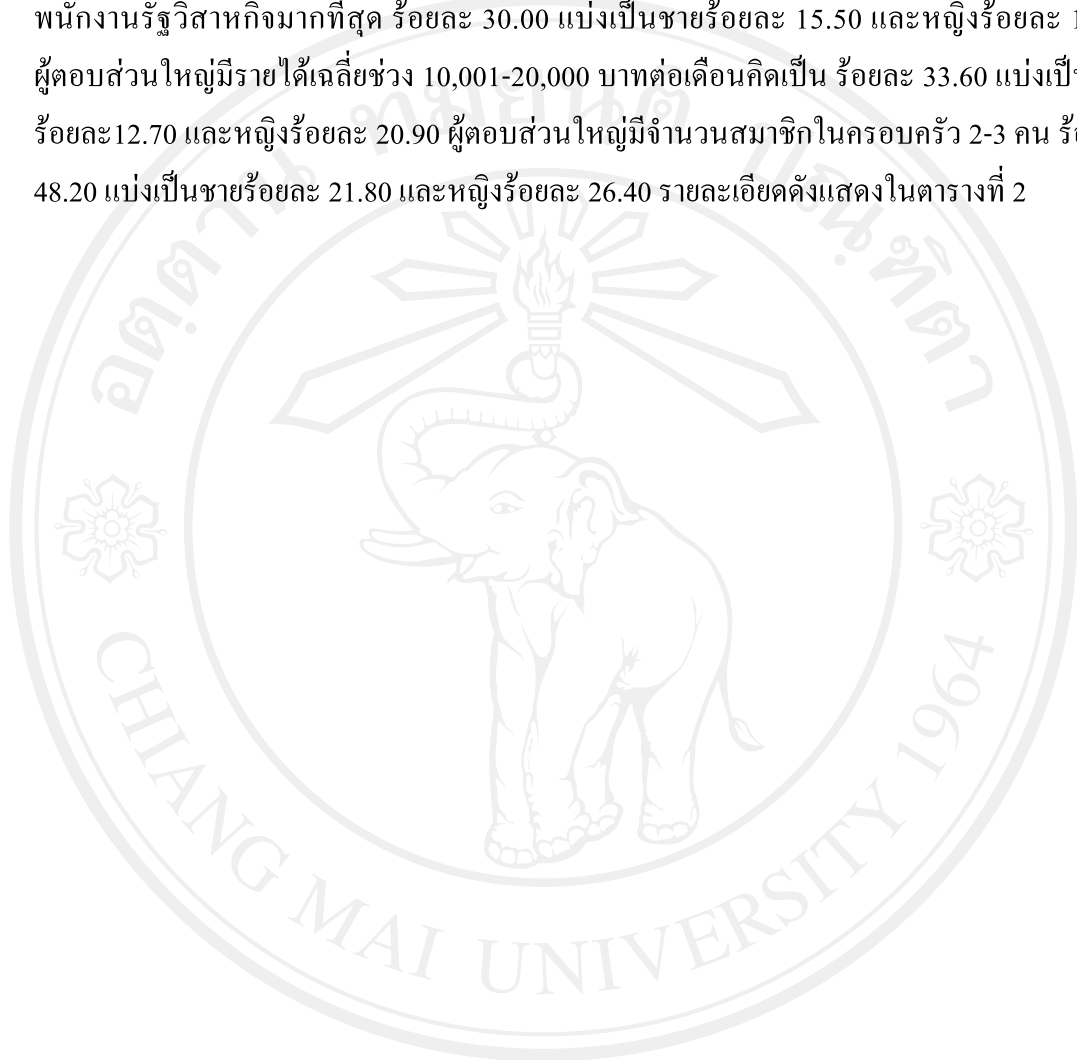
ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมเป็นชายร้อยละ 46.40 หญิงร้อยละ 53.60 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.80 โดยมีอายุเฉลี่ย 43.33 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี เป็นชายร้อยละ 24.50 เป็นหญิงร้อยละ 27.30 ผู้ตอบส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสร้อยละ 59.10 แบ่งเป็นชายร้อยละ 31.80 และหญิงร้อยละ 27.30 ผู้ตอบมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 37.30 ชายร้อยละ 15.50 และหญิงร้อยละ 21.80 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

### ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา  
(n=110)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	51	46.40	59	53.60	110	100
อายุ (ปี)						
น้อยกว่า 20 ปี	1	0.90	0	0	1	0.90
20-40 ปี	18	16.40	27	24.50	45	40.90
41-60 ปี	27	24.50	30	27.30	57	51.80
60 ปีขึ้นไป	5	4.60	2	1.80	7	6.40
(Range 18-86 ปี, $\bar{x}$ =43.33 ,SD= 12.34)						
สถานภาพสมรส						
โสด	14	12.70	23	20.90	37	33.60
สมรส	35	31.80	30	27.30	65	59.10
หย่า/แยกกันอยู่	2	1.80	6	5.50	8	7.30
ระดับการศึกษา						
ประถม	6	5.40	9	8.20	15	13.60
มัธยม	11	10.00	5	4.50	16	14.50
อนุปริญญา/ปวส.	7	6.40	10	9.10	17	15.50
ปริญญาตรี	18	15.50	24	21.80	41	37.30
สูงกว่าปริญญาตรี	9	9.10	11	10.00	21	19.10

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีอาชีพรับราชการ/ข้าราชการบำนาญและพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ร้อยละ 30.00 แบ่งเป็นชายร้อยละ 15.50 และหญิงร้อยละ 14.50 ผู้ตอบส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยช่วง 10,001-20,000 บาทต่อเดือนคิดเป็น ร้อยละ 33.60 แบ่งเป็นชายร้อยละ 12.70 และหญิงร้อยละ 20.90 ผู้ตอบส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน ร้อยละ 48.20 แบ่งเป็นชายร้อยละ 21.80 และหญิงร้อยละ 26.40 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ตารางที่ 2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ						
ข้าราชการ/ข้าราชการบำนาญ/รัฐวิสาหกิจ	17	15.50	16	14.50	33	30.00
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	14	12.70	17	15.50	31	28.20
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	13	11.80	18	16.40	31	28.20
นักเรียน/นักศึกษา	4	3.60	5	4.60	9	8.20
แม่บ้าน	0	0	3	2.70	3	2.70
เกษตรกร	2	1.80	0	0	2	1.80
พระสงฆ์	1	0.90	0	0	1	0.90
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณ						
ไม่เกิน 10,000 บาท	14	12.70	15	13.70	29	26.40
10,001-20,000 บาท	14	12.70	23	20.90	37	33.60
20,001-30,000 บาท	10	9.10	10	9.10	20	18.20
30,001-40,000 บาท	6	5.50	1	0.90	7	6.40
มากกว่า 40,000 บาท	7	6.40	10	9.10	17	15.50
จำนวนสมาชิกในครอบครัว						
1 คน	2	1.80	3	2.70	5	4.50
2-3 คน	24	21.80	29	26.40	53	48.20
4-5 คน	22	20.00	20	18.20	42	38.20
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	3	2.70	7	6.40	10	9.10

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ร้อยละ 61.80 รู้จักร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส จากการบอกปากต่อปากโดยแบ่งเป็นชายร้อยละ 31.10 หญิงร้อยละ 30.50 ผู้ตอบอาศัยอยู่ใน อำเภอเมืองมากที่สุด ร้อยละ 69.20 แบ่งเป็นชายร้อยละ 33.70 และหญิงร้อยละ 35.50 ผู้ตอบ มีเครื่องปรับอากาศภายในบ้านพักอาศัยจำนวน 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 39.10 แบ่งเป็นผู้ตอบชายร้อยละ 20.90 และหญิงร้อยละ 18.20 และมีเครื่องปรับอากาศภายในบ้านพักอาศัย 2 เครื่อง ร้อยละ 34.50 แบ่งเป็นชายร้อยละ 13.60 และหญิงร้อยละ 20.90 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English and Thai script. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ตารางที่ 3

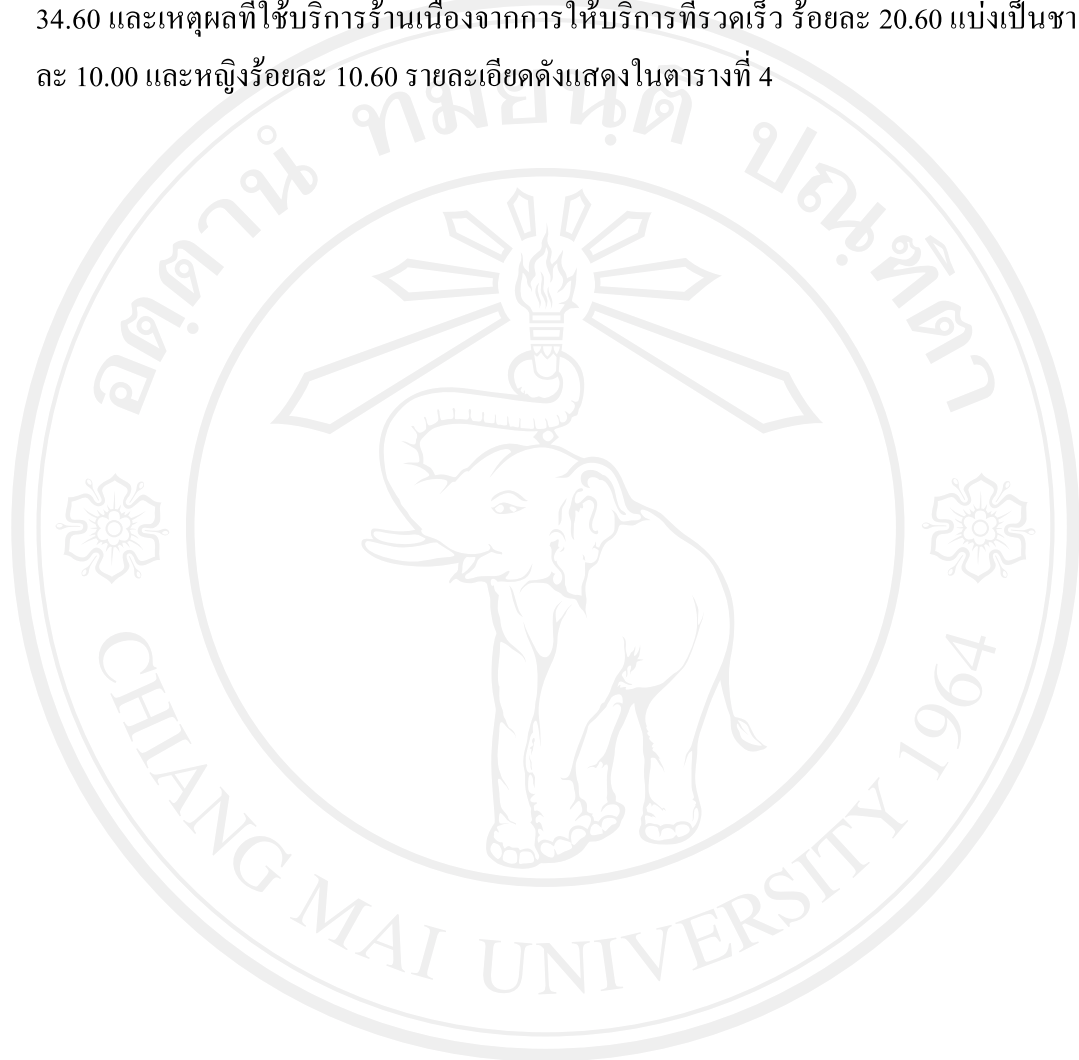
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส อำเภอที่ลูกค้าอาศัยอยู่ และจำนวนเครื่องปรับอากาศภายในบ้านพักอาศัย (n=110)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้จักร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสจากสื่อใด						
การบอกปากต่อปาก	36	31.30	30.50	71	61.80	
การแนะนำของพนักงานของร้าน	7	6.10	10.40	19	16.50	
เห็นชื่อร้านจากป้ายหน้าร้าน	6	5.20	5.20	12	10.40	
เห็นชื่อร้านจากรถยนต์ของร้าน	5	4.40	2.60	8	7.00	
วิทยุกระจายเสียง						
2. อำเภอที่ลูกค้าอาศัยอยู่						
เมือง	37	33.70	35.50	76	69.20	
หางดง	6	5.50	4.50	11	10.00	
สันทราย	4	3.70	2.70	7	6.40	
สารภี	1	0.90	2.70	4	3.60	
แม่ริม	1	0.90	2.70	4	3.60	
ดอยสะเก็ด	1	0.90	1.80	3	2.70	
สันกำแพง	1	0.90	1.80	3	2.70	
สันป่าตอง	1	0.90	0.90	2	1.80	
3. จำนวนเครื่องปรับอากาศภายในบ้านพักอาศัยของท่าน						
1 เครื่อง	23	20.90	18.20	43	39.10	
2 เครื่อง	15	13.60	20.90	38	34.50	
3 เครื่อง	4	3.60	5.50	10	9.10	
4 เครื่อง	9	8.20	9.10	19	17.30	

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่าง 110 คน

: ข้อ 1 สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ใช้บริการร้านช่างทองแอร์เซอร์วิสประมาณ ปีละ 1 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 49.20 ของผู้ตอบและเป็นชายร้อยละ 14.60 และคิดเป็นหญิงร้อยละ 34.60 และเหตุผลที่ใช้บริการร้านเนื่องจากการให้บริการที่รวดเร็ว ร้อยละ 20.60 แบ่งเป็นชายร้อยละ 10.00 และหญิงร้อยละ 10.60 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### ตารางที่ 4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และเหตุผลที่เลือกรับบริการของร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส (n=110)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ความถี่ในการใช้บริการร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส						
ปีละ 1 ครั้ง	18	14.60	38	34.60	54	49.20
ปีละ 2 ครั้ง	21	19.10	17	15.40	38	34.50
ปีละ 3 ครั้ง	7	6.40	2	1.80	9	8.20
ปีละ 4 ครั้ง	1	0.90	3	2.70	4	3.60
ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป	4	3.60	1	0.90	5	4.50
2.เหตุผลที่เลือกรับบริการของร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส						
การให้บริการที่รวดเร็ว	18	10.00	19	10.60	37	20.60
คำแนะนำจากเพื่อน และญาติ	14	7.70	20	11.10	34	18.80
ราคาค่าบริการมีความยุติธรรม/ไม่แพงจนเกินไป	22	11.10	11	6.10	31	17.20
ทำเลที่ตั้งสะดวกใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน/สถานประกอบการ	14	7.80	13	7.20	27	15.00
พนักงานสุภาพและน่าเชื่อถือ	10	5.50	12	6.70	22	12.20
ที่จอดรถกว้างขวางสะดวก	4	2.20	8	4.50	12	6.70
คำชักชวนของพนักงาน	4	2.20	6	3.40	10	5.60
ร้านมีภาพพจน์ที่ดี/มีความมั่นคง	1	0.60	4	2.20	5	2.80
ชื่อเสียงต่อลูกค้า	0	0	2	1.10	2	1.10

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่าง 110 คน

: ข้อ 2 สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



ส่วนที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แปลผล และวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการ ความสำคัญ และความพึงพอใจโดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance – Satisfaction Analysis) ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส คือด้านร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.18 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.50 (ข้อ 4) ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้มีค่าเฉลี่ย 4.03 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 5) รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 4.02 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 41.80 (ข้อ 3) พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.97 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านนี้ระดับมาก ร้อยละ 42.70 (ข้อ 2) และพนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.95 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านนี้ระดับมาก ร้อยละ 51.80 (ข้อ 1) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านรูปลักษณ์	ระดับความสำคัญ					$\bar{x}$ (SD)	ระ ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.พนักงานมีอุปกรณ์และ เครื่องมือที่ใหม่สะอาด	25 (22.70)	57 (51.80)	25 (22.70)	3 (2.80)	0	3.95 (0.75)	มาก
2.พนักงานแต่งกายเรียบร้อย และสะอาด	32 (29.10)	47 (42.70)	27 (24.50)	4 (3.70)	0	3.97 (0.82)	มาก
3.รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ ของร้านที่ชัดเจนและดู น่าเชื่อถือ	37 (33.60)	46 (41.80)	19 (17.30)	8 (7.30)	0	4.02 (0.90)	มาก
4.ร้านมีเอกสารแนะนำการใ้ งานและใบรับประกันสินค้าที่ ครบถ้วน	50 (45.50)	38 (34.50)	15 (13.60)	6 (5.50)	1 (0.90)	4.18 (0.93)	มาก
5.ร้านมีเอกสารรับงานซ่อม หรือการบริการที่มีรายละเอียด ชัดเจนและเชื่อถือได้	36 (32.70)	49 (44.50)	19 (17.30)	4 (3.60)	2 (1.90)	4.03 (0.90)	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส คือด้านร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 40.90 (ข้อ 4) ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้มีค่าเฉลี่ย 3.83 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 46.40 (ข้อ 5) และรถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 3.82 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 40.00 (ข้อ 3) พนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.78 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ระดับมาก ร้อยละ 50.00 (ข้อ 1) และพนักงานแต่งกายเรียบร้อยสะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.65 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ระดับมาก ร้อยละ 41.80 (ข้อ 2) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5

#### ตารางที่ 6

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.พนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาด	17 (15.50)	55 (50.00)	35 (31.80)	3 (2.70)	0	3.78 (0.73)	มาก
2.พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสะอาด	17 (15.50)	46 (41.80)	38 (34.50)	9 (8.20)	0	3.65 (0.84)	มาก
3.รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ	27 (24.50)	44 (40.00)	31 (28.20)	8 (7.30)	0	3.82 (0.90)	มาก
4.ร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน	37 (33.60)	45 (40.90)	20 (18.20)	8 (7.30)	0	4.01 (0.90)	มาก
5.ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้	24 (21.70)	51 (46.40)	28 (25.50)	6 (5.50)	1 (0.90)	3.83 (0.90)	มาก

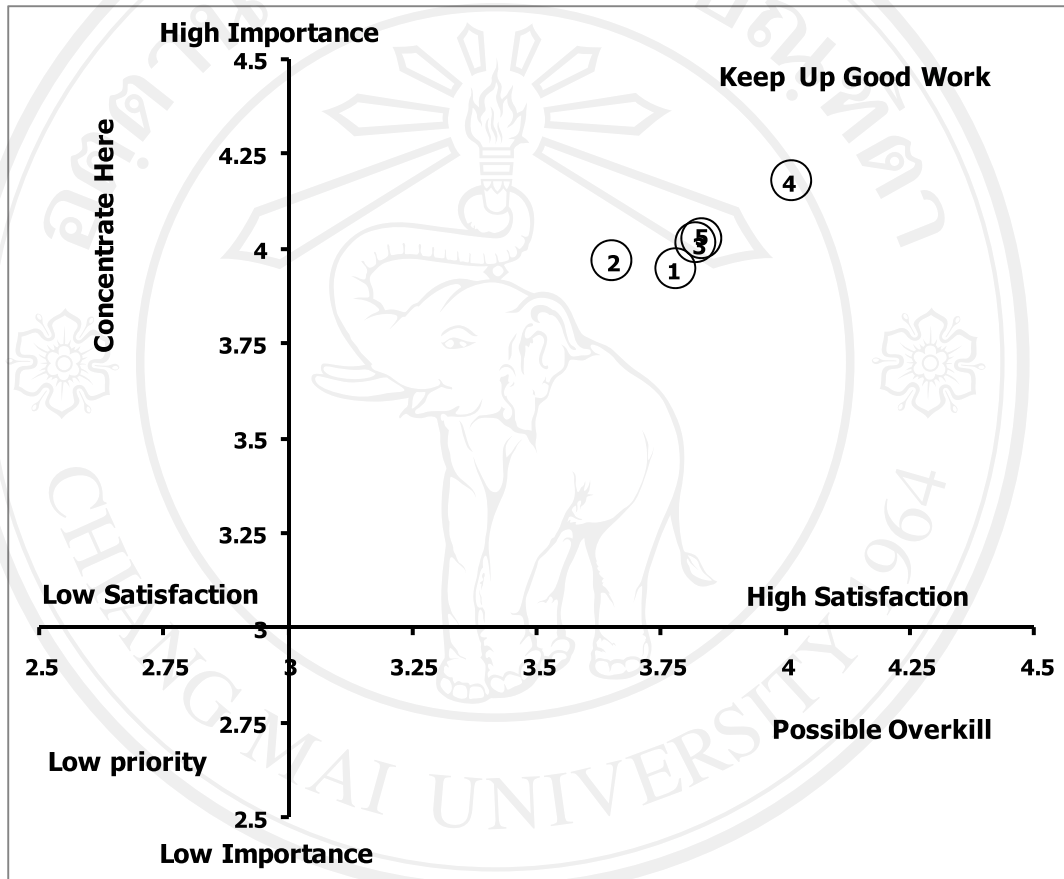
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และการแปลผลความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์ กับความพึงพอใจต่อร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิสพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับความพึงพอใจคือระดับมากในปัจจุบันย่อยด้าน พนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาด พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสะอาด รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ ร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน และร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้ ยอดคงแสดงในตารางที่ 7

#### ตารางที่ 7

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์	ระดับความสำคัญของคุณภาพบริการ			ระดับความพึงพอใจที่ได้รับต่อการบริการ		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1.พนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาด	3.95	0.75	มาก	3.78	0.73	มาก
2.พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสะอาด	3.97	0.82	มาก	3.65	0.84	มาก
3.รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ	4.02	0.90	มาก	3.82	0.90	มาก
4.ร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน	4.18	0.93	มาก	4.01	0.90	มาก
5.ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้	4.03	0.90	มาก	3.83	0.90	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.03</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>	<b>3.82</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>

จากข้อมูลของค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้



รูปที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ โดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 2 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของปัจจัยย่อยคุณภาพการบริการของร้านดังนี้ 1) พนักงานมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใหม่สะอาด 2) พนักงานแต่งกายเรียบร้อยและสะอาด 3) รถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ 4) ร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน 5) ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้ จากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ในปัจจัยย่อยทั้ง 5 ด้านในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ

ของร้านอยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของร้านที่ต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส คือร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานมีค่าเฉลี่ย 4.52 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากร้อยละ 40.00 (ข้อ 10) พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.40 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50.00 (ข้อ 5) พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป มีค่าเฉลี่ย 4.38 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุดร้อยละ 53.60 (ข้อ 4) และพนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศมีค่าเฉลี่ย 4.38 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 51.80 (ข้อ 3) พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมามีค่าเฉลี่ย 4.33 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 49.10 (ข้อ 9) ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาท และมีการนัดหมายเวลาให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.25 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 46.40 (ข้อ 1) พนักงานท่าทางมีความรู้และมีบุคลิกดีมีค่าเฉลี่ย 4.22 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 43.60 (ข้อ 2) พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.16 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากร้อยละ 40.00 (ข้อ 6) พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจมีค่าเฉลี่ย 4.16 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากร้อยละ 40.00 (ข้อ 7) ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.10 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากร้อยละ 47.30 (ข้อ 11) ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากร้อยละ 40.90 (ข้อ 8) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 8

## ตารางที่ 8

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ  
ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจ	ระดับความสำคัญ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้ง พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีการ นัดหมายเวลาให้บริการ	51 (46.40)	42 (38.20)	12 (10.90)	4 (3.60)	1 (0.90)	4.25 (0.86)	มาก
2.พนักงานท่าทางมีความรู้และมี บุคลิกดี	48 (43.60)	40 (36.40)	20 (18.20)	2 (1.80)	0	4.21 (0.80)	มาก
3.พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ	57 (51.80)	40 (36.40)	11 (10.00)	2 (1.80)	0	4.38 (0.74)	มาก
4.พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่ แจ้งไป	59 (53.60)	36 (32.80)	13 (11.80)	2 (1.80)	0	4.38 (0.76)	มาก
5.พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุง เครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่ กำหนดไว้	55 (50.00)	46 (41.80)	7 (6.40)	2 (1.80)	0	4.40 (0.70)	มาก
6.พนักงานสามารถแนะนำการใช้งาน และการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจน ครบถ้วน	43 (39.10)	44 (40.00)	21 (19.10)	2 (1.80)	0	4.16 (0.80)	มาก
7.พนักงานสามารถอธิบายอาการของ ปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจ	40 (36.40)	49 (44.50)	19 (17.30)	2 (1.80)	0	4.15 (0.76)	มาก
8.ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือ ซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ ลูกค้าอธิบายมาก	40 (36.40)	45 (40.90)	19 (17.30)	5 (4.50)	1 (0.90)	4.07 (0.90)	มาก
9.พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มี ปัญหาตามมา	54 (49.10)	40 (36.40)	14 (12.70)	2 (1.80)	0	4.33 (0.76)	มาก
10.ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุง ที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	42 (38.20)	44 (40.00)	23 (20.90)	1 (0.90)	0	4.15 (0.78)	มาก
11.ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	36 (32.70)	52 (47.30)	19 (17.30)	3 (2.70)	0	4.10 (0.77)	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมาก คือพนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 46.40 (ข้อ 5) พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป มีค่าเฉลี่ย 4.15 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 39.10 (ข้อ 4) พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศมีค่าเฉลี่ย 4.15 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 48.20 (ข้อ 3) ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาท และมีการนัดหมายเวลาให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.12 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 1) พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมามีค่าเฉลี่ย 4.06 ตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 42.70 (ข้อ 9) ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานมีค่าเฉลี่ย 4.04 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 46.40 (ข้อ 10) พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.00 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 53.60 (ข้อ 6) พนักงานทำทางมีความรู้และมีบุคลิกดีมีค่าเฉลี่ย 3.95 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 43.60 (ข้อ 2) พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจมีค่าเฉลี่ย 3.94 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 53.60 (ข้อ 7) ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการค่าเฉลี่ย 3.90 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 45.50 (ข้อ 11) และร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 8) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 9

## ตารางที่ 9

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจของร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีการนัดหมายเวลาให้บริการ	41 (37.40)	49 (44.50)	15 (13.60)	4 (3.60)	1 (0.90)	4.12 (0.85)	มาก
2.พนักงานท่าทางมีความรู้และมีบุคลิกดี	30 (27.30)	48 (43.60)	30 (27.30)	1 (0.90)	1 (0.90)	3.95 (0.81)	มาก
3.พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ	38 (34.50)	53 (48.20)	17 (15.50)	2 (1.80)	0 (0.74)	4.15 (0.74)	มาก
4.พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป	43 (39.10)	43 (39.10)	22 (20.00)	2 (1.80)	0 (0.80)	4.15 (0.80)	มาก
5.พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	41 (37.30)	51 (46.40)	16 (14.50)	2 (1.80)	0 (0.74)	4.19 (0.74)	มาก
6.พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วน	28 (25.50)	59 (53.60)	19 (17.30)	3 (2.70)	1 (0.90)	4.00 (0.79)	มาก
7.พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจ	23 (20.90)	59 (53.60)	26 (23.70)	2 (1.80)	0 (0.72)	3.94 (0.72)	มาก
8.ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมาก	25 (22.80)	49 (44.50)	26 (23.60)	9 (8.20)	1 (0.90)	3.80 (0.91)	มาก
9.พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมา	37 (33.70)	47 (42.70)	22 (20.00)	4 (3.60)	0 (0.82)	4.06 (0.82)	มาก
10.ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	32 (29.10)	51 (46.40)	26 (23.60)	1 (0.90)	0 (0.75)	4.04 (0.75)	มาก
11.ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	26 (23.60)	50 (45.50)	31 (28.20)	3 (2.70)	0 (0.79)	3.90 (0.79)	มาก



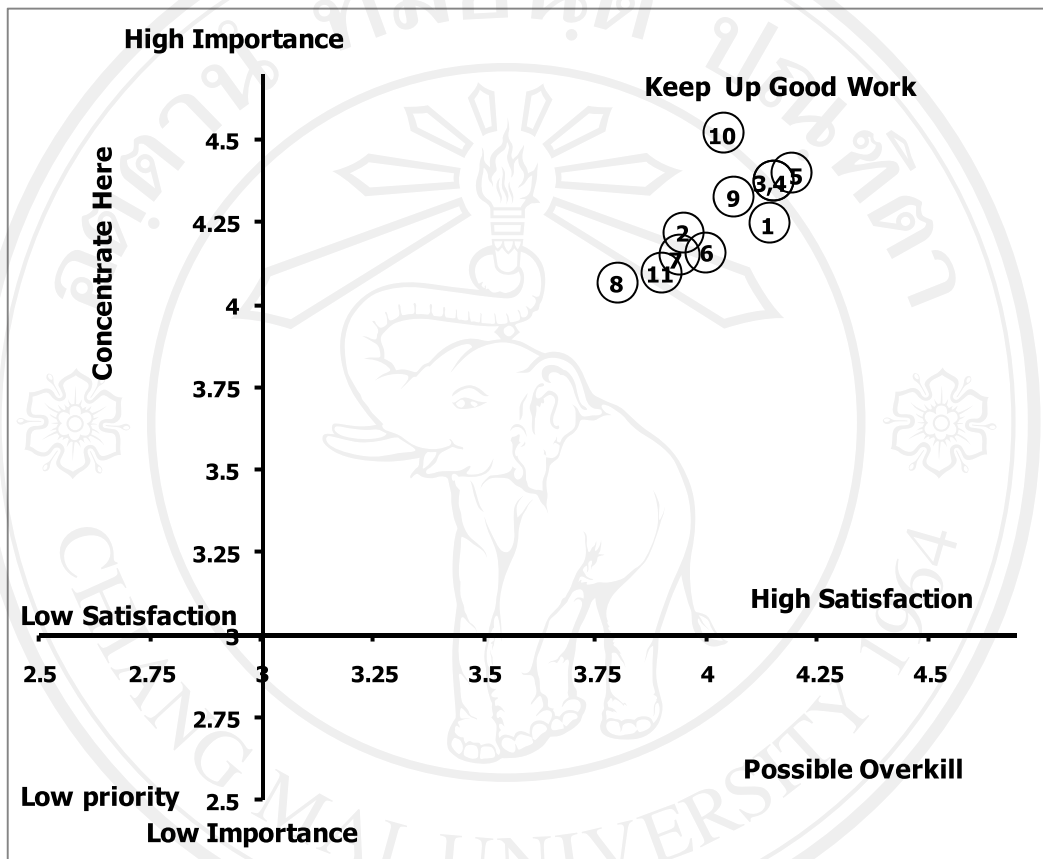
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และการแปลผลความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจ กับความพึงพอใจต่อร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิศพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับความพึงพอใจคือระดับมากในปัจจุบันย่อยด้านในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีการนัดหมายเวลาให้บริการ พนักงานท่าทางมีความรู้และมีบุคลิกดี พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วน พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจ ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมาก พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมา ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ รายละเอียดดังแสดงในตาราง ที่ 10

## ตารางที่ 10

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส

องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจ	ระดับความสำคัญของคุณภาพบริการ			ระดับความพึงพอใจที่ได้รับต่อการบริการ		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1. ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีกรนัดหมายเวลาให้บริการ	4.25	0.86	มาก	4.14	0.85	มาก
2. พนักงานท่าทางมีความรู้และมีบุคลิกดี	4.22	0.80	มาก	3.95	0.81	มาก
3. พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ	4.38	0.74	มาก	4.15	0.74	มาก
4. พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป	4.38	0.76	มาก	4.15	0.80	มาก
5. พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	4.40	0.70	มาก	4.19	0.74	มาก
6. พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วน	4.16	0.80	มาก	4.00	0.79	มาก
7. พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจ	4.15	0.76	มาก	3.94	0.72	มาก
8. ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมาก	4.07	0.90	มาก	3.80	0.91	มาก
9. พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมา	4.33	0.76	มาก	4.06	0.82	มาก
10. ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.52	0.78	มาก	4.04	0.75	มาก
11. ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	4.10	0.77	มาก	3.90	0.79	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>	<b>4.03</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากข้อมูลของค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้

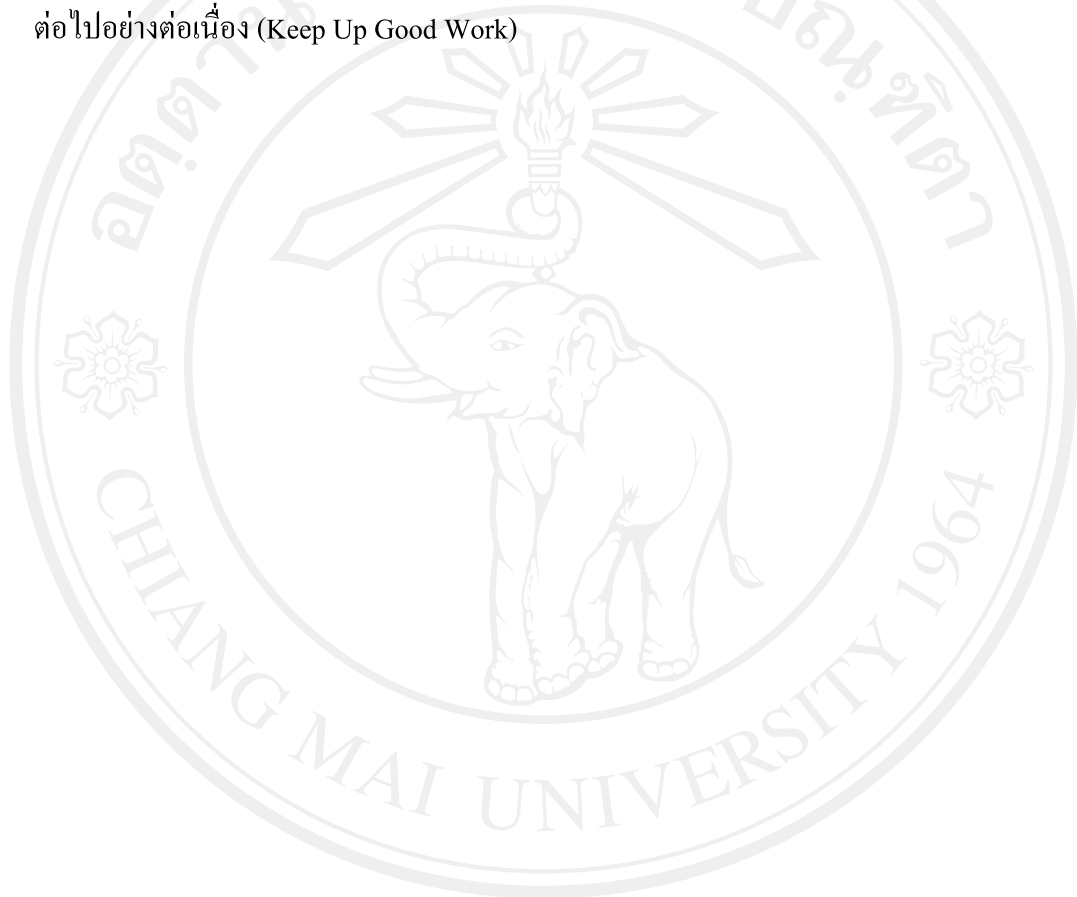


รูปที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจโดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 3 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของปัจจัยย่อยคุณภาพการบริการของร้านดังนี้

- 1) ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีการนัดหมายเวลาให้บริการ
- 2) ในการติดต่อแจ้งซ่อมบำรุงหรือติดตั้งพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีมารยาทและมีการนัดหมายเวลาให้บริการ
- 3) พนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ
- 4) พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป
- 5) พนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้
- 6) พนักงานสามารถแนะนำการใช้งานและการดูแลรักษาเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วน
- 7) พนักงานสามารถอธิบายอาการของปัญหาในทางเทคนิคได้เข้าใจ
- 8) ร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้า

อธิบายมาก 9) พนักงานทำงานได้เรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมา 10) ร้านมีอุปกรณ์การติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน 11) ร้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ จากรูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านความไว้วางใจในปีจ้อย่อยทั้ง 11 ด้านในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของร้านที่ต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมาก คือร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.30 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 46.40 (ข้อ 1) ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.21 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุดร้อยละ 43.60 (ข้อ 5) และร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.20 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 2) ร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่ายมีค่าเฉลี่ย 4.20 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 3) และร้านมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ย 4.15 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 42.70 (ข้อ 4) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง	ระดับความสำคัญ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	51 (46.40)	44 (40.00)	13 (11.80)	2 (1.80)	0	4.30 (0.75)	มาก
2.ร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา	43 (39.20)	49 (44.50)	15 (13.60)	3 (2.70)	0	4.20 (0.77)	มาก
3.ร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย	44 (40.00)	46 (41.80)	18 (16.40)	2 (1.80)	0	4.20 (0.77)	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว	42 (38.20)	47 (42.70)	16 (14.50)	5 (4.60)	0	4.15 (0.83)	มาก
5.ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ	48 (43.60)	43 (39.20)	14 (12.70)	4 (3.60)	1 (0.90)	4.21 (0.85)	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส คือร้าน ได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.08 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 3) ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.07 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 47.30 (ข้อ 1) ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 49.10 (ข้อ 2) ร้านมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.93 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 48.20 (ข้อ 4) และร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 43.60 (ข้อ 5) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 12

#### ตารางที่ 12

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	35 (31.80)	52 (47.30)	19 (17.30)	4 (3.60)	0	4.07 (0.80)	มาก
2.ร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา	30 (27.30)	54 (49.10)	23 (20.90)	3 (2.70)	0	4.01 (0.77)	มาก
3.ร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย	36 (32.70)	49 (44.50)	23 (20.90)	2 (1.90)	0	4.08 (0.78)	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว	26 (23.60)	53 (48.20)	28 (25.50)	3 (2.70)	0	3.93 (0.77)	มาก
5.ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ	27 (24.50)	48 (43.60)	28 (25.50)	7 (6.40)	0	3.86 (0.86)	มาก

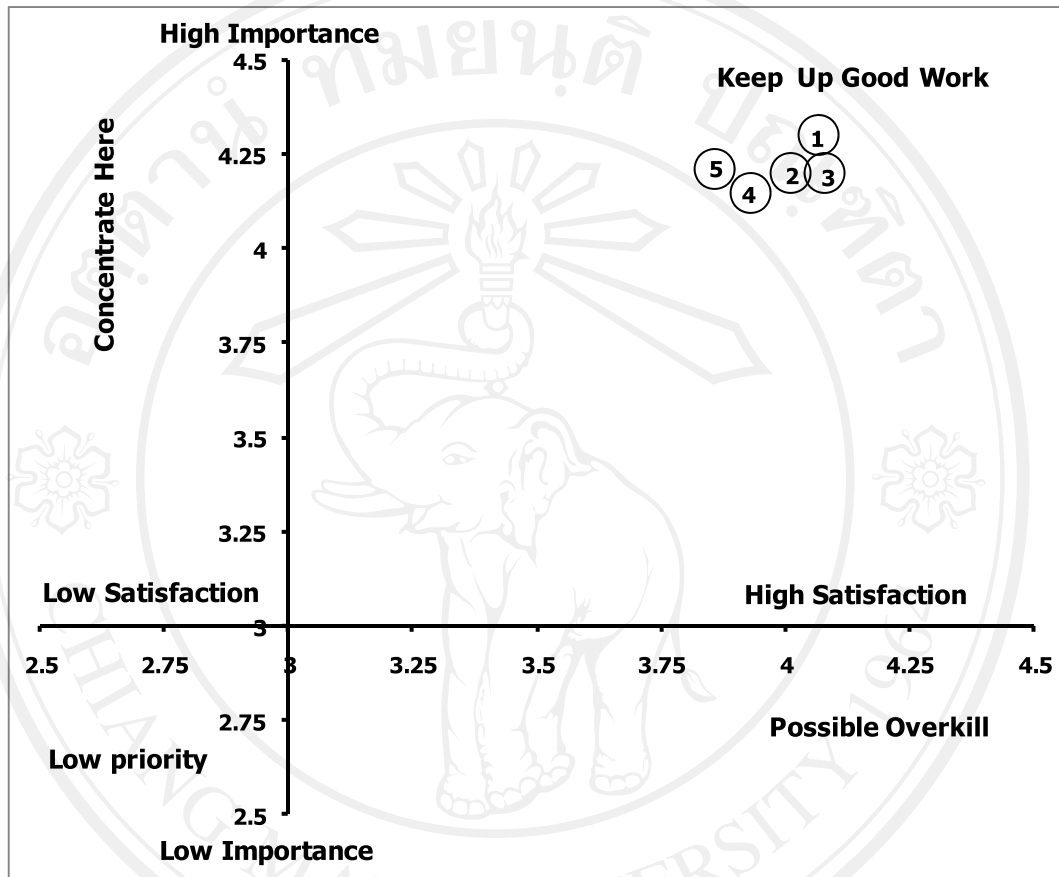
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และการแปลผลความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการตอบสนองกับความพึงพอใจต่อร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิศพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับความพึงพอใจคือระดับมากในปัจจุบันย่อยด้านร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา ร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา ร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย ร้านมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว และร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 13

### ตารางที่ 13

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทอง แอร์ เซอร์วิศ (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง	ระดับความสำคัญของ คุณภาพบริการ			ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ ต่อการบริการ		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1.ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้ อย่างรวดเร็วและตรงเวลา	4.30	0.75	มาก	4.07	0.80	มาก
2.ร้าน มี พนักงาน พร้อม ให้ คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา	4.20	0.77	มาก	4.01	0.77	มาก
3.ร้าน ได้ ให้คำแนะนำในการ ติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจ ได้ง่าย	4.20	0.77	มาก	4.08	0.78	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการทำงาน และให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.15	0.83	มาก	3.93	0.77	มาก
5.ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะ ให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ ต้องการ	4.21	0.85	มาก	3.86	0.86	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	<b>4.00</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

จากข้อมูลของค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้



รูปที่ 4 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองโดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 4 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของปัจจัยย่อยคุณภาพการบริการของร้าน ๆ ดังนี้

1) ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา 2) ร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา 3) ร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจ 4) ร้านมีพนักงานที่มึการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว 5) ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ ได้ จากรูปที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองในปัจจัยย่อยทั้ง 5 ด้านในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของร้าน ที่ต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)



กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.26 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 42.70 (ข้อ 3) ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 1) และพนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.23 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 43.60 (ข้อ 4) และร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.21 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 41.80 (ข้อ 2) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 14

ตารางที่ 14

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน	43 (39.10)	49 (44.50)	15 (13.60)	3 (2.80)	0	4.24 (0.78)	มาก
2.ร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ	44 (40.00)	46 (41.80)	18 (16.40)	2 (1.80)	0	4.21 (0.82)	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุภาพ	42 (38.20)	47 (42.70)	16 (14.50)	5 (4.60)	0	4.26 (0.80)	มาก
4.พนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ	48 (43.60)	43 (39.10)	14 (12.80)	4 (3.60)	1 (0.90)	4.23 (0.80)	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 44.50 (ข้อ 2) ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.04 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 49.10 (ข้อ 1) และร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 48.20 (ข้อ 3) และพนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.88 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 43.60 (ข้อ 4) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 15

ตารางที่ 15

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน	30 (27.30)	54 (49.10)	23 (20.90)	3 (2.70)	0	4.04 (0.80)	มาก
2.ร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ	36 (32.70)	49 (44.50)	23 (20.90)	2 (1.90)	0	4.13 (0.81)	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุภาพ	26 (23.60)	53 (48.20)	28 (25.50)	3 (2.70)	0	4.01 (0.75)	มาก
4.พนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ	27 (24.50)	48 (43.60)	28 (25.50)	7 (6.40)	0	3.88 (0.75)	มาก

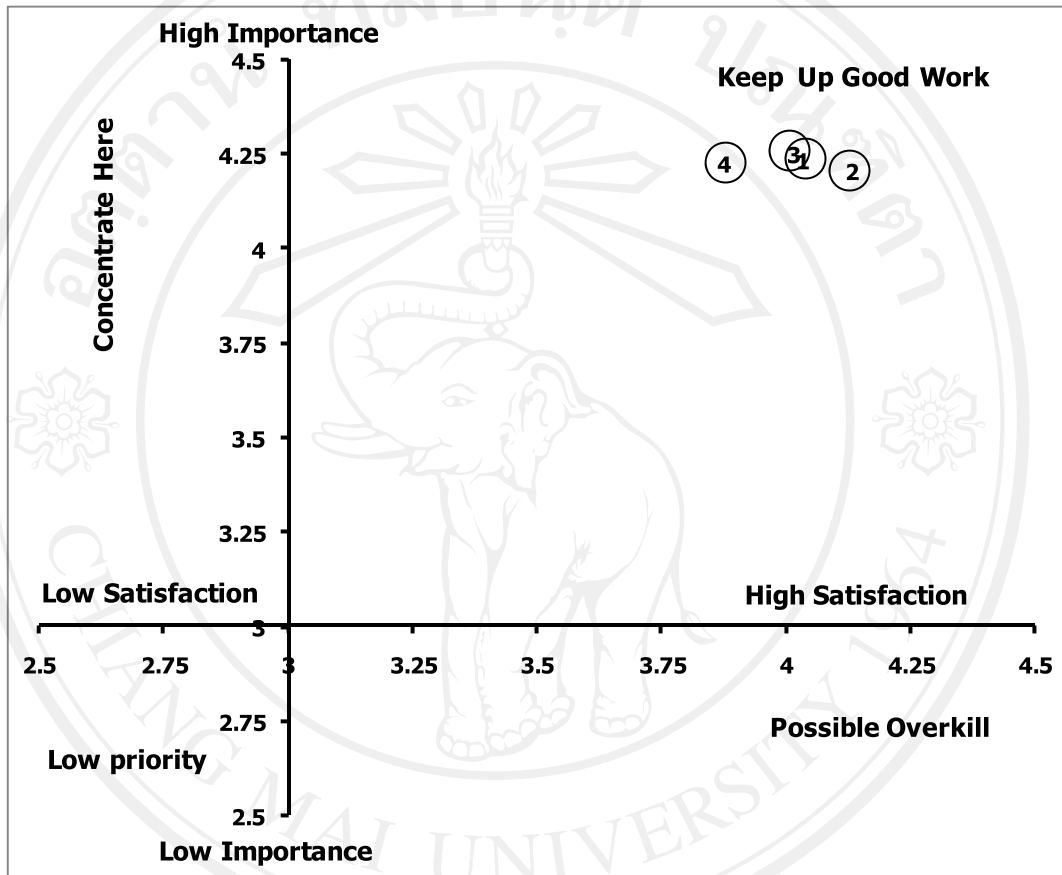
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และการแปลผลความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจกับความพึงพอใจต่อร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิศพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับความพึงพอใจคือระดับมากในปัจจุบันย่อยด้านร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน ร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ ร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุขภาพ และพนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการรายละเอียดดังแสดงในตาราง ที่ 16

ตารางที่ 16

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ และความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ	ระดับความสำคัญของ คุณภาพบริการ			ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ ต่อการบริการ		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1.ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน	4.24	0.78	มาก	4.04	0.80	มาก
2.ร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อม บำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและ รู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ	4.21	0.82	มาก	4.13	0.81	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความ สุภาพ	4.26	0.80	มาก	4.01	0.75	มาก
4.พนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ	4.23	0.80	มาก	3.88	0.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>	<b>4.02</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>

จากข้อมูลของค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้



รูปที่ 5 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจโดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 5 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของปัจจัยย่อยคุณภาพการบริการของร้าน ๆ ดังนี้

1) ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของบริษัท 2) ร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ 3) ร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุข 4) พนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ จากรูปที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจในปัจจัยย่อย ทั้ง 4 ด้านในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็น

จุดแข็งของร้าน ที่ต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมากในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.22 ในด้านร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 43.60 (ข้อ 4) และร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค่าสะดวกกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมากที่สุดร้อยละ 41.80 (ข้อ 2) ส่วนในด้านด้านพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงมีค่าเฉลี่ย 4.20 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 42.70 (ข้อ 3) และร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนมีค่าเฉลี่ย 4.19 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 43.60 (ข้อ 1) ดังแสดงรายละเอียดในตาราง ที่ 17

ตารางที่ 17

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน	43 (39.10)	48 (43.60)	16 (14.50)	3 (2.80)	0	4.19 (0.83)	มาก
2.ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค่าสะดวก	46 (41.80)	46 (41.80)	15 (13.70)	2 (1.80)	1 (0.90)	4.22 (0.81)	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง	44 (40.00)	47 (42.70)	16 (14.50)	3 (2.80)	0	4.20 (0.80)	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว	48 (43.60)	44 (40.00)	12 (10.90)	6 (5.50)	0	4.22 (0.85)	มาก

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค่าสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.13 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 43.60 (ข้อ 2) ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน มีค่าเฉลี่ย 4.04 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 45.50 (ข้อ 1) และร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงมีค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 53.60 (ข้อ 3) และร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้วมีค่าเฉลี่ย 3.88 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยนี้ในระดับมาก ร้อยละ 41.80 (ข้อ 4) ดังแสดงรายละเอียดในตาราง ที่ 18

#### ตารางที่ 18

ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (SD)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน	33 (30.00)	50 (45.50)	25 (22.7)	2 (1.80)	0	4.04 (0.78)	มาก
2.ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค่าสะดวก	41 (37.30)	48 (43.60)	16 (14.60)	4 (3.60)	1 (0.90)	4.13 (0.85)	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง	28 (25.50)	59 (53.60)	19 (17.30)	4 (3.60)	0	4.01 (0.76)	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว	30 (27.30)	46 (41.80)	26 (23.60)	7 (6.40)	1 (0.90)	3.88 (0.91)	มาก

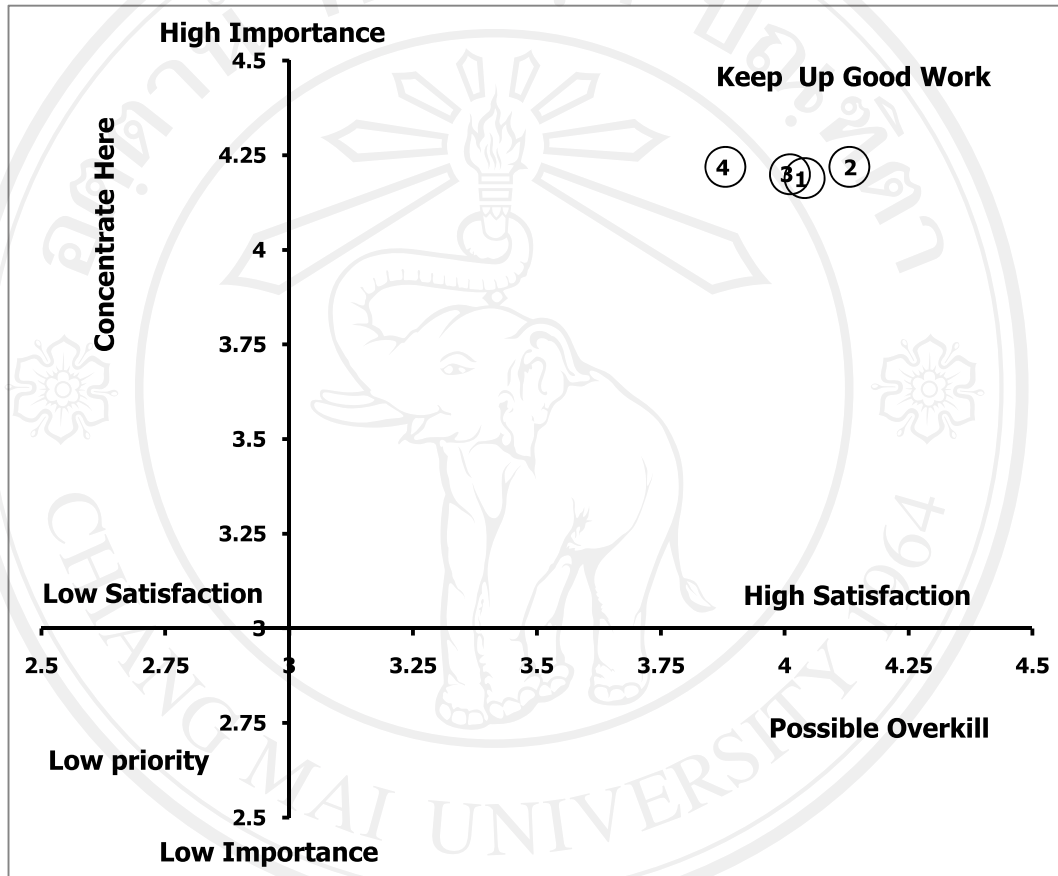
เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และการแปลผลความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่กับความพึงพอใจต่อร้านช่างทอง แอร์เซอร์วิศพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับความพึงพอใจคือระดับมากในปัจจุบันย่อยด้านร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค้าสะดวก ร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง และร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ และความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิศ (n=110)

องค์ประกอบคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระดับความสำคัญของ คุณภาพบริการ			ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ ต่อกรบริการ		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1.ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน	4.19	0.83	มาก	4.04	0.78	มาก
2.ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลา ที่ถูกค้าสะดวก	4.22	0.81	มาก	4.13	0.85	มาก
3.ร้านมีพนักงานที่สนใจและ เข้าใจในความต้องการของลูกค้า อย่างแท้จริง	4.20	0.80	มาก	4.01	0.76	มาก
4.ร้านมีพนักงานที่มีการติดตาม ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการ ติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว	4.22	0.85	มาก	3.88	0.91	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>	<b>4.02</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>

จากข้อมูลของค่าเฉลี่ยความสำคัญ และความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้



รูปที่ 6 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่โดยการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 6 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของปัจจัยย่อยคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้าน ฯ ดังนี้ 1) ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน 2) ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค่าสะดวก 3) ร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง 4) ร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว ให้บริการ จากรูปที่ 5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ในปัจจัยย่อยทั้ง 4 ด้านในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจาก



การใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของร้าน ที่ต้องรักษาคุณภาพ การบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส คือพนักงานไม่ได้แนะนำการใช้งานเครื่องปรับอากาศเบื้องต้นร้อยละ 17.70 แบ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายร้อยละ 6.90 และเพศหญิงร้อยละ 10.80 พนักงานแต่งกายไม่สุภาพร้อยละ 15.80 แบ่งเป็นชายร้อยละ 5.90 หญิงร้อยละ 9.90 พนักงานไม่ได้แนะนำอาการของปัญหาในทางเทคนิคให้เข้าใจร้อยละ 13.70 แบ่งเป็นชายร้อยละ 9.80 แบ่งเป็นหญิงร้อยละ 3.90 พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้ ร้อยละ 9.80 แบ่งเป็นชายร้อยละ 3.90 หญิงร้อยละ 5.90 พนักงานไม่รักษาความสะอาดร้อยละ 8.80 แบ่งเป็นชายร้อยละ 3.90 หญิงร้อยละ 4.90 การให้บริการหลังการขายไม่ตรงตามสัญญาร้อยละ 7.80 แบ่งเป็นชายร้อยละ 1.90 หญิงร้อยละ 5.90 การให้บริการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไม่เรียบร้อย ร้อยละ 7.80 แบ่งเป็นชายร้อยละ 2.90 หญิงร้อยละ 4.90 พนักงานไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าที่เกี่ยวกับระบบเครื่องปรับอากาศ ร้อยละ 4.90 แบ่งเป็นชายร้อยละ 2.00 หญิงร้อยละ 2.90 การเคลมอะไหล่ล่าช้า ร้อยละ 3.90 แบ่งเป็นชายร้อยละ 2.90 หญิงร้อยละ 1.00 การติดต่อสื่อสารยาก ร้อยละ 3.90 ผู้ตอบทั้งหมดเป็นหญิงร้อยละ 3.90 พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า ร้อยละ 2.90 ชายร้อยละ 1.00 หญิงร้อยละ 1.90 พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในการติดตั้ง และซ่อมแซม ร้อยละ 2.00 ผู้ตอบทั้งหมดเป็นชายร้อยละ 2.00 และการให้บริการมีความผิดพลาด จึงต้องแก้ไขภายหลัง ร้อยละ 1.00 ผู้ตอบเป็นหญิงร้อยละ 1.00 รายละเอียดคั้งแสดงในตาราง ที่ 20

## ตารางที่ 20

จำนวน ร้อยละ ของปัญหาที่พบในการใช้บริการของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส (n=102)

ปัญหาที่พบในการใช้บริการ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.พนักงานไม่ได้แนะนำการใช้ งานเครื่องปรับอากาศเบื้องต้น	7	6.90	11	10.80	18	17.70
2.พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	6	5.90	10	9.90	16	15.80
3.พนักงานไม่ได้แนะนำอาการ ของปัญหาในทางเทคนิคให้เข้าใจ	10	9.80	4	3.90	14	13.70
4.พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้	4	3.90	6	5.90	10	9.80
5.พนักงานไม่รักษาความสะอาด	4	3.90	5	4.90	9	8.80
6.การให้บริการหลังการขายไม่ ตรงตามสัญญา	2	1.90	6	5.90	8	7.80
7.การให้บริการติดตั้ง หรือซ่อม บำรุงไม่เรียบร้อย	3	2.90	5	4.90	8	7.80
8.พนักงานไม่สามารถตอบคำถาม ลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบ เครื่องปรับอากาศ	2	2.00	3	2.90	5	4.90
9.การเคลมอะไหล่ล่าช้า	3	2.90	1	1.00	4	3.90
10.การติดต่อสื่อสารยาก	0	0	4	3.90	4	3.90
11.พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า	1	1.00	2	1.90	3	2.90
12.พนักงานไม่มีความรู้ความ ชำนาญในการติดตั้ง และ ซ่อมแซม	2	2.00	0	0	2	2.00
13.การให้บริการมีความผิดพลาด จึงต้องแก้ไขภายหลัง	0	0	1	1.00	1	1.00

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่าง 110 คน มี 8 คนที่ไม่ได้ตอบ

### ข้อค้นพบจากปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นหญิงเห็นว่าปัญหาที่พบในการใช้บริการของร้านช่างทอง แอร์ เซอร์วิส มากที่สุดคือพนักงานไม่ได้แนะนำการใช้เครื่องปรับอากาศเบื้องต้นซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตอบสนองที่แนะนำว่าพนักงานควรอธิบายการใช้งาน และวิธีบำรุงรักษาแก่ลูกค้าให้เข้าใจได้ง่าย หลังติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ซึ่งทางร้านจะต้องนำไปปรับปรุงคุณภาพการบริการต่อไป

### ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในการให้บริการของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสดังนี้ **ด้านรูปลักษณ์** พนักงานควรแต่งกายให้สะอาด เช่น รองเท้า เสื้อผ้า ส่วนตัว หู รอยสักควรให้น้อยที่สุด และร้านควรมีเครื่องแบบของร้านที่มีตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และจดจำง่าย **ด้านความไว้วางใจ** ควรมีอุปกรณ์ให้ครบก่อนติดตั้ง มีการตรวจสอบเพิ่มประวัติลูกค้าเมื่อถึงเวลาที่ต้องล้างทำความสะอาดให้แจ้งไปที่ลูกค้าทุกครั้ง **ด้านการตอบสนอง** พนักงานควรอธิบายการใช้งาน และวิธีบำรุงรักษาแก่ลูกค้าให้เข้าใจได้ง่ายหลังติดตั้งเครื่องปรับอากาศ **ด้านการให้ความมั่นใจ** และควรมีข้อมูลให้กับลูกค้าอย่างมีมาตรฐาน และควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารการให้บริการลูกค้าให้ทันสมัยตลอดเวลา และแจ้งให้ลูกค้าทราบ **ด้านการดูแลเอาใจใส่** หลังการติดตั้งควรทำความสะอาดวัสดุที่เกิดจากการติดตั้งให้เรียบร้อยควรทำความสะอาดพื้น หรือตัวเครื่องเพราะมือพนักงาน เปื้อนน้ำมัน ผุ่นโดยเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดเอง ควรให้พนักงานออกเยี่ยมเยียนติดตามดูแล และควรมีระบบบริการติดตามลูกค้าหลังบริการ โดยการโทรศัพท์ติดตามหลังการขาย โดยไม่ต้องให้ลูกค้าโทรตาม ส่วนข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือจัดโปรแกรมบำรุงรักษาเครื่องเพื่อเป็นทางเลือกเพิ่มรายได้ และควรจัดโปรโมชั่นพิเศษที่ดึงดูดความสนใจ เช่น ล้างแอร์ 3 ตัวฟรี 1 ตัว คุปองส่วนลด เพื่อเพิ่มรายได้ ให้กับร้าน

## อภิปรายผลการศึกษา

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 110 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นหญิง กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยรวมมีอายุช่วง 40-60 ปีมากที่สุด สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/ข้าราชการบำนาญ และรัฐวิสาหกิจมากที่สุด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน สิ่งที่ทำให้รู้จักร้าน มากที่สุดคือการบอกปากต่อปาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเครื่องปรับอากาศอยู่ในบ้านพักอาศัย 1 เครื่อง ใช้บริการร้าน ปีละ 1 ครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะว่ามีบริการที่รวดเร็ว

**ด้านรูปลักษณ์ (Tangibility)** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือด้านร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้ และรถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ (ตารางที่ 5) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรกต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์ คือด้านร้านมีเอกสารแนะนำการใช้งานและใบรับประกันสินค้าที่ครบถ้วน ร้านมีเอกสารรับงานซ่อมหรือการบริการที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้ และรถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ของร้านที่ชัดเจนและดูน่าเชื่อถือ (ตารางที่ 6) ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ พรพิมล เถียรรุ่งเรืองชัย (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของบริษัท สมจิตรแอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมาต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ในปัจจุบัน ด้านบริษัทมีเอกสารรับงานซ่อมหรือบริการที่รายละเอียดชัดเจนเชื่อถือได้ และรถยนต์ที่ใช้มีตราสัญลักษณ์ชัดเจน

**ด้านความไว้วางใจ (Reliability)** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือด้านพนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป และพนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ (ตารางที่ 8) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความไว้วางใจของร้าน ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือด้านพนักงานสามารถติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ พนักงานได้ซ่อมแซมตรงตามอาการที่แจ้งไป และพนักงานมีความชำนาญในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศ (ตารางที่ 9) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของอนุรักษ์ อินชั้น (2545) ที่พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับ

มากในด้านพนักงานในการซ่อมบำรุงมีความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการซ่อมบำรุง ซึ่งการที่พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ และชำนาญในการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงเครื่องปรับอากาศทำให้มีความน่าเชื่อถือ ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจ

**ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการตอบสนองของร้านช่างทองแอร์เซอร์วิสในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือด้านร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าในทันทีที่ต้องการ และร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา (ตารางที่ 11) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการตอบสนองของร้าน อยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือร้านได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย ร้านสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา และร้านมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาลูกค้าตลอดเวลา (ตารางที่ 12) แตกต่างจากการศึกษา ของพรพิมล เกียรติรุ่งเรืองชัย (2548) ที่พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ของบริษัทสมจิตร แอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด ในด้านการตอบสนองในปัจจุบันย่อยทั้ง 5 ด้านคือบริษัทสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา บริษัทมีพนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา บริษัทได้ให้คำแนะนำในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่เข้าใจได้ง่าย บริษัทมีพนักงานที่มีการทำงานและให้บริการอย่างรวดเร็ว และบริษัทมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ทั้งนี้อาจเนื่องจากร้าน เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เจ้าของร้านเป็นผู้รับโทรศัพท์ และรับงานด้วยตัวเองลูกค้าสามารถโทรศัพท์ติดต่อกับเจ้าของร้าน นอกเวลาทำการได้ซึ่งลูกค้าสามารถปรึกษาปัญหาที่เกิดจากการใช้เครื่องปรับอากาศได้ตลอดเวลา และสามารถให้บริการนอกเวลาทำการได้เมื่อลูกค้าต้องการ แตกต่างจากระบบของบริษัทซึ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่จะมีพนักงานทำงานเฉพาะเวลาเปิดให้บริการเท่านั้น จะเห็นได้จากเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกรับบริการของร้าน มากที่เป็นลำดับแรกคือการให้บริการที่รวดเร็ว (ตารางที่ 4) ซึ่งหมายถึงว่าลูกค้าได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)** กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสในระดับมาก 3 อันดับแรก คือร้านมีพนักงานที่มีมารยาท และมีความสุภาพ ร้านมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน และพนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ (ตารางที่ 14) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการตอบสนองของร้าน อยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือด้านร้านมีข้อมูลเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกประทับใจเมื่อมาใช้บริการ ร้านมี

พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงของร้าน และร้านมีพนักงานที่มีมารยาทและมีความสุภาพ (ตารางที่ 15) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรพิมล เถียรรุ่งเรืองชัย (2548) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริษัทมีพนักงานที่มีมารยาท และสุภาพในระดับมาก เช่นเดียวกับการศึกษาของอนุรักษ์ อินชั้น (2545) ที่พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความสุภาพอ่อนโยนในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการ และความน่าเชื่อถือในตัวพนักงาน

**ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)** ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิสอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือด้านร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว ร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค้าสะดวก และร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน และร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (ตาราง ที่17)กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการตอบสนองของร้าน ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือร้านมีการเปิดให้บริการในเวลาที่ถูกค้าสะดวก ร้านมีพนักงานที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน และร้านมีพนักงานที่สนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (ตารางที่ 18) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ สุภา (2540) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในกรณีซื้อเครื่องปรับอากาศ สำหรับใช้ในบ้านพักอาศัย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคด้านสถานที่จัดจำหน่ายมากที่สุดได้แก่การบริการที่ดีของพนักงาน

### เปรียบเทียบผลการศึกษาความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของร้าน ช่างทองแอร์ เซอร์วิส

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพบริการของร้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยให้ความสำคัญในด้านความไว้วางใจเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 21

ตารางที่ 21

ค่าเฉลี่ยความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการ

องค์ประกอบด้านคุณภาพบริการ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย	แปลผล
1.ด้านรูปลักษณ์	4.03	สำคัญมาก
2.ด้านความไว้วางใจ	4.27	สำคัญมาก
3.ด้านการตอบสนอง	4.21	สำคัญมาก
4.ด้านการให้ความมั่นใจ	4.24	สำคัญมาก
5.ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.21	สำคัญมาก
รวม	4.19	สำคัญมาก

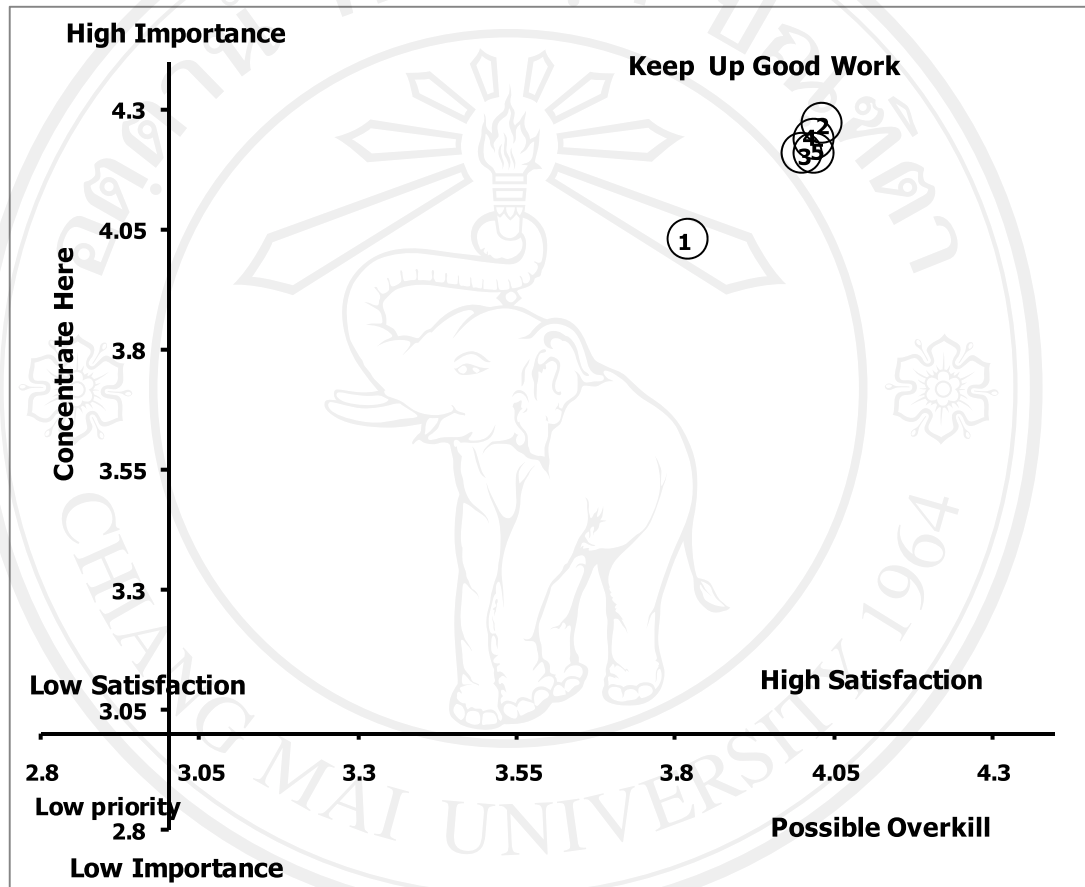
ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพบริการของร้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยมีความพึงพอใจในด้านความไว้วางใจเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง และด้านรูปลักษณ์ ตามลำดับดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 22

ตารางที่ 22

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการ

องค์ประกอบด้านคุณภาพบริการ	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย	แปลผล
1.ด้านรูปลักษณ์	3.82	พึงพอใจมาก
2.ด้านความไว้วางใจ	4.03	พึงพอใจมาก
3.ด้านการตอบสนอง	4.00	พึงพอใจมาก
4.ด้านการให้ความมั่นใจ	4.02	พึงพอใจมาก
5.ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.02	พึงพอใจมาก
รวม	3.98	พึงพอใจมาก

จากผลการศึกษาข้อมูลของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและความพึงพอใจขององค์ประกอบคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) ได้ดังนี้



รูปที่ 7 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน โดยวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ

จากรูปที่ 7 หมายเลขที่เป็นตัวแทนของคุณภาพการบริการของร้าน ฯ ดังนี้ 1) ด้านรูปลักษณ์ 2) ด้านความไว้วางใจ 3) ด้านการตอบสนอง 4) ด้านการให้ความมั่นใจ 5) ด้านการดูแลจากรูปที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลในระดับสูง และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของร้าน ที่ต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Keep Up Good Work)



จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ และมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส ระดับมากในด้านรูปลักษณ์ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ และเมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ และความพึงพอใจที่ได้มาวิเคราะห์โดย วิธีการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Satisfaction Analysis) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการของ และได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการของร้าน อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งหมายถึงว่าเป็นจุดแข็งของร้านที่จะต้องรักษาคุณภาพการบริการให้อยู่ระดับนี้ต่อไป (Keep Up Good Work) แต่เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจต่ำสุด พบว่า**ด้านรูปลักษณ์** ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือพนักงานแต่งกายเรียบร้อยสะอาด (ตารางที่ 7) สอดคล้องกับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบในการใช้บริการของร้าน เป็นลำดับ 2 คือพนักงานแต่งกายไม่สุภาพ (ตารางที่ 20) อาจจะเป็นเนื่องจากว่าร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่ได้บังคับให้พนักงานต้องใส่เครื่องแบบที่มีตราสัญลักษณ์ของร้านทำงานทุกวัน พนักงานแต่งตัวตามสบายซึ่งทำให้ดูไม่เป็นระเบียบสะอาดเรียบร้อย **ด้านความไว้วางใจ** ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือร้านมีการเก็บประวัติการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไว้ครบถ้วนโดยไม่ต้องให้ลูกค้าอธิบายมาก (ตารางที่ 10) อาจเนื่องมาจากว่าผู้ที่รับงาน และจ่ายงานเป็นเจ้าของกิจการซึ่งจะเป็นผู้ทราบประวัติของลูกค้าดีกว่าพนักงานที่ออกไปปฏิบัติงานทำให้ลูกค้าต้องอธิบายปัญหาของตัวเองซ้ำหลังจากที่แจ้งไปแล้ว **ด้านการตอบสนอง** ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือ ร้านมีพนักงานพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ (ตารางที่ 13) อาจจะเนื่องจากว่าปัจจุบันธุรกิจเครื่องปรับอากาศมีการแข่งขันสูงลูกค้าต้องการการตอบสนองที่รวดเร็ว และมีห้างร้าน หรือบริษัทให้เลือกใช้บริการมากประกอบกับในฤดูร้อนที่ลูกค้าต้องการใช้เครื่องปรับอากาศมากพนักงานของร้าน อาจจะไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทันที **ด้านการให้ความมั่นใจ** ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือ พนักงานของร้านมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการ (ตารางที่ 16) สอดคล้องกับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบเป็นลำดับ 1 และลำดับ 3 คือพนักงานไม่ได้แนะนำการใช้งานเครื่องปรับอากาศเบื้องต้น และพนักงานไม่ได้แนะนำอาการของปัญหาเทคนิคให้เข้าใจ (ตารางที่ 20) การที่ลูกค้าไม่ได้รับคำอธิบายแนะนำการใช้งาน และปัญหาด้านเทคนิคนั้นทำให้ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อพนักงานมีน้อย **ด้านการดูแลเอาใจใส่** ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือร้านมีพนักงานที่มีการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ตารางที่ 19) ส่วนในด้าน**ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างประสบจากการใช้บริการของร้าน** พบว่าปัญหาที่พบในการใช้บริการของร้านช่างทองแอร์ เซอร์วิส 3 ลำดับแรกคือพนักงานไม่ได้แนะนำการใช้งานเครื่องปรับอากาศเบื้องต้น พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ และพนักงานไม่ได้แนะนำอาการของปัญหา

ในทางเทคนิคให้เข้าใจ (ตาราง ที่ 20) ซึ่งผลการศึกษานี้ทางร้านให้ความสำคัญ และจะนำมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved