

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการจากสาขาทั้งหมด 74 แห่ง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด รายได้ของครอบครัวต่อเดือน และที่พักอาศัยปัจจุบัน (ตารางที่ 2 – 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 9 - 18)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผ่านสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้ (ตารางที่ 19 – 38)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด (ตารางที่ 39 – 45)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	132	66.00
ชาย	68	34.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	1.00
20 – 29 ปี	137	68.50
30 – 39 ปี	52	26.00
40 – 49 ปี	9	4.50
50 – 59 ปี	0	0.00
60 ปีหรือมากกว่า	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 26.00 และ อายุระหว่าง 40 – 49 ปี ร้อยละ 4.50

All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	150	75.00
สมรส	48	24.00
หม้ายหรือหย่า	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 75.00 และสถานภาพสมรส ร้อยละ 24.00 และอื่น ๆ ได้แก่ หม้ายหรือหย่า ร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	129	64.50
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	16.00
นักเรียน/นักศึกษา	16	8.00
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13	6.50
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราว	10	5.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.00 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 8.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
กำลังศึกษาปริญญาตรี หรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี	156	78.00
สูงกว่าปริญญาตรี	32	16.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	6.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาปริญญาตรี หรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	17	8.50
10,000 – 20,000 บาท	70	35.00
20,001 – 30,000 บาท	41	20.50
มากกว่า 30,000 บาท	72	36.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 35.00 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 20.50

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่ ในเขต อำเภอเมือง	122	61.00
จังหวัดเชียงใหม่ แต่อยู่ต่างอำเภอ	49	24.50
ต่างจังหวัด	29	14.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยปัจจุบันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาพักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ แต่อยู่ต่างอำเภอ ร้อยละ 24.50 และ พักอาศัยต่างจังหวัด ร้อยละ 14.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้บริการแต่ละประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามลักษณะการให้บริการ

ประเภทของบริการ	ลักษณะการให้บริการ				
	เคยใช้			ไม่เคยใช้	รวม
	เป็นประจำ	บางครั้ง	รวมเคยใช้		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	58 (29.00)	98 (49.00)	156 (78.00)	44 (22.00)	200 (100.00)
ชำระค่าบริการเครดิต	57 (28.50)	44 (22.00)	101 (50.50)	99 (49.50)	200 (100.00)
ชำระค่างวดสินค้าใน การเช่าซื้อ	40 (20.00)	48 (24.00)	88 (44.00)	112 (56.00)	200 (100.00)
ชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	22 (11.00)	59 (29.50)	81 (40.50)	119 (59.50)	200 (100.00)
ชำระค่าเบี้ยประกันภัย/ ประกันชีวิต	8 (4.00)	21 (10.50)	29 (14.50)	171 (85.50)	200 (100.00)
บริการโอนเงิน	9 (4.50)	18 (9.00)	27 (13.50)	173 (86.50)	200 (100.00)
ชำระค่าภาษีอากร	8 (4.00)	2 (1.00)	10 (5.00)	190 (95.00)	200 (100.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	4 (2.00)	4 (2.00)	196 (98.00)	200 (100.00)

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ บริจาคการกุศล (4)

จากตารางที่ 8 พบว่า ประเภทของบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

เคยใช้จากสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด คือ ชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ ชำระค่าบัตรเครดิต ร้อยละ 50.50 และชำระค่างวด สิ้นค้าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 44.00

ใช้เป็นประจำ คือ ชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 29.00 รองลงมาคือ ชำระค่าบัตรเครดิต ร้อยละ 28.50 และชำระค่างวดสิ้นค้าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ส่วนบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ คือ บริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการการ กุศล ร้อยละ 98.00 รองลงมาคือ ชำระค่าภาษีอากร ร้อยละ 95.00 และบริการ โอนเงิน ร้อยละ 86.50

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด

เหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ	164	82.00
มีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง	128	64.00
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก	121	60.50
บริการรวดเร็ว ไม่เสียเวลาในการรอ	110	55.00
ช่วงเวลาการเปิดบริการเหมาะสม	92	46.00
มีบริการหลากหลาย ครบวงจร	44	22.00
มีที่จอดรถ	31	15.50
ค่าบริการเหมาะสม	24	12.00
จำเป็นเพราะบริษัทบัตรเครดิตบังคับให้ชำระผ่านบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด	2	1.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด เพราะสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาเพราะมีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 64.00 และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 60.50



ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบสาขาของบริษัท เคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่เข้าไปใช้บริการบ่อยที่สุด

รูปแบบสาขาของ บริษัท เคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่เข้าไปใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สาขาในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น	184	92.00
สาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น	16	8.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าไปใช้บริการสาขาของบริษัท เคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในสาขาที่อยู่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 92.00 และสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 8.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด

วันที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	146	73.00
เสาร์	34	17.00
อาทิตย์	20	10.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการในวันจันทร์ - ศุกร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาใช้บริการในวันเสาร์ ร้อยละ 17.00 และใช้บริการในวันอาทิตย์ ร้อยละ 10.00

All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด

ช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
07.01 – 11.00 น.	9	4.50
11.01 – 16.00 น.	37	18.50
16.01 – 20.00 น.	107	53.50
20.01 – 24.00 น.	46	23.00
24.01 – 07.00 น.	1	0.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 23.00 และใช้บริการในช่วงเวลา 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	66	33.00
1 – 2 ครั้ง	110	55.00
3 – 4 ครั้ง	11	5.50
มากกว่า 4 ครั้ง	13	6.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 33.00 และใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน ร้อยละ 6.50

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ

จำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 บิล	106	53.00
2 บิล	66	33.00
มากกว่า 2 บิล ขึ้นไป	28	14.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 บิลต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาใช้บริการ 2 บิลต่อครั้ง ร้อยละ 33.00 และใช้บริการมากกว่า 2 บิลต่อครั้ง ร้อยละ 14.00

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจุดบริการอื่นที่เคยใช้บริการนอกเหนือจาก บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

จุดบริการอื่น นอกเหนือจาก บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
จากเครื่อง ATM	73	36.50
เคาน์เตอร์ธนาคาร	72	36.00
จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง	69	34.50
ไปรษณีย์	61	30.50
อินเทอร์เน็ต	5	2.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการจากเครื่อง ATM มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาใช้บริการเคาน์เตอร์ธนาคาร ร้อยละ 36.00 ใช้บริการที่จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ร้อยละ 34.50

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น

ความถี่ในการใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดบริการอื่น	88	44.00
ใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่าจุดบริการอื่น	75	37.50
ใช้บริการใกล้เคียงกัน	37	18.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่นมากที่สุด ร้อยละ 44.00 รองลงมาใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่าจุดให้บริการอื่น ร้อยละ 37.50 ใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ใกล้เคียงกันกับจุดให้บริการอื่น ร้อยละ 18.50

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	137	68.50
สื่อโฆษณา	50	25.00
เพื่อน	19	9.50
เพื่อนร่วมงาน	17	8.50
พ่อแม่	3	1.50
พี่น้อง	3	1.50
อื่น ๆ	3	1.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ สามี (1) ตัวแทน/บริษัทที่จำหน่ายสินค้า (2)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการประกอบการตัดสินใจ ร้อยละ 25.00 และตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยเพื่อนเป็นผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร้อยละ 9.50

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผ่านสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้

### 3.1 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผ่านสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการที่เคยใช้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

บริการที่เคยใช้	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	55	80.89	101	76.52
ชำระค่าบัตรเครดิต	25	45.46	66	50.00
ชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	23	33.83	58	43.94
ชำระค่าเบี้ยประกันภัย/ประกันชีวิต	9	8.83	20	15.16
ชำระค่าวงกตสินค้าในการเช่าซื้อ	24	35.30	64	48.49
บริการ โอนเงิน	7	10.30	20	15.16
ชำระค่าภาษีอากร	2	2.95	8	6.06
อื่น ๆ	1	1.47	5	3.79

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 80.89 รองลงมาใช้บริการชำระค่าบัตรเครดิต ร้อยละ 45.46 และ ใช้บริการชำระค่าวงกตสินค้าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 35.30

ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 76.52 รองลงมาใช้บริการชำระค่าบัตรเครดิต ร้อยละ 50.00 และใช้บริการชำระค่าวงกตสินค้าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 48.49

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการจาก บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ	55	80.89	109	82.58
มีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง	47	69.12	81	61.37
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก	38	55.89	83	62.88
บริการรวดเร็ว ไม่เสียเวลาในการรอ	32	47.06	78	59.09
ช่วงเวลาการเปิดบริการเหมาะสม	33	48.53	59	44.70
มีบริการหลากหลาย ครบวงจร	9	13.24	35	26.52
มีที่จอดรถ	5	7.36	26	19.70
ค่าบริการเหมาะสม	6	8.83	18	13.64
จำเป็นเพราะบริษัทบัตรเครดิตบังคับให้ชำระ ผ่านบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	1	1.47	1	0.76

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 80.89 รองลงมาเลือกใช้บริการ เนื่องจากมีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 69.12 และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 55.89

ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 82.58 รองลงมาเลือกใช้บริการเนื่องจากขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 62.88 และมีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 61.37



ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่นิยมไปใช้บริการบ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ

รูปแบบสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่นิยมไปใช้บริการบ่อยที่สุด	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาขาในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น	64	94.12	120	90.91
สาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น	4	5.89	12	9.09
รวม	68	100.00	132	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 94.12 และใช้บริการจากสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 5.89

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 90.91 และใช้บริการจากสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 9.09



ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด จำแนกตามเพศ

วันที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	49	72.06	97	73.49
เสาร์	9	13.24	25	18.94
อาทิตย์	10	14.71	10	7.58
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการในวันจันทร์ - ศุกร์ ร้อยละ 72.06 รองลงมานิยมไปใช้บริการในวันอาทิตย์ ร้อยละ 14.71 และวันเสาร์ ร้อยละ 13.24

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการในวันจันทร์ - ศุกร์ ร้อยละ 73.49 รองลงมานิยมไปใช้บริการในวัน วันเสาร์ ร้อยละ 18.94 และวันอาทิตย์ ร้อยละ 7.58

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
07.01 – 11.00 น.	2	2.95	7	5.31
11.01 – 16.00 น.	11	16.18	26	19.70
16.01 – 20.00 น.	35	51.47	72	54.55
20.01 – 24.00 น.	19	27.95	27	20.46
24.01 – 07.00 น.	1	1.47	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการมากที่สุดในช่วง 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 51.47 รองลงมานิยมไปใช้บริการในช่วง 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 27.95 และ นิยมไปใช้บริการในช่วง 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 16.18

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการมากที่สุดในช่วง 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 54.55 รองลงมานิยมไปใช้บริการในช่วง 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 20.46 และ นิยมไปใช้บริการในช่วง 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 19.70

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	26	38.24	40	30.31
1 – 2 ครั้ง	31	45.59	79	59.85
3 – 4 ครั้ง	5	7.36	6	4.55
มากกว่า 4 ครั้ง	6	8.83	7	5.31
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 45.59 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 38.24 และใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.83

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 59.85 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 30.31 และใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 5.31

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

จำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 บิล	42	61.77	64	48.49
2 บิล	17	25.00	49	37.13
มากกว่า 2 บิล ขึ้นไป	9	13.24	19	14.40
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 1 บิล ร้อยละ 61.77 รองลงมาใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 2 บิล ร้อยละ 25.00 และ ใช้บริการเฉลี่ยมากกว่าครั้งละ 2 บิลขึ้นไป ร้อยละ 13.24

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 1 บิล ร้อยละ 48.49 มากที่สุด รองลงมาใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 2 บิล ร้อยละ 37.13 และใช้บริการเฉลี่ยมากกว่าครั้งละ 2 บิลขึ้นไป ร้อยละ 14.40

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของจุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามเพศ

จุดบริการอื่น นอกเหนือจาก บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากเครื่อง ATM	26	38.24	47	35.61
เคาน์เตอร์ธนาคาร	24	35.30	48	36.37
จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง	23	33.83	46	34.85
ไปรษณีย์	22	32.36	39	29.55
อื่น ๆ	3	100.00	2	1.52

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 พบว่า นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเคยใช้บริการจากเครื่อง ATM มากที่สุด ร้อยละ 38.24 รองลงมาเคยใช้บริการจากเคาน์เตอร์ธนาคาร ร้อยละ 35.30 และเคยใช้บริการที่จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ร้อยละ 33.83

ส่วนเพศหญิงเคยใช้บริการจากเคาน์เตอร์ธนาคารมากที่สุด ร้อยละ 36.37 รองลงมาเคยใช้บริการจากเครื่อง ATM ร้อยละ 35.61 และเคยใช้บริการที่จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ร้อยละ 34.85

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า	27	39.71	61	46.22
ใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า	26	38.24	49	37.13
ใช้บริการใกล้เคียงกัน	15	22.06	22	16.67
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>100.00</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่นมากที่สุด ร้อยละ 39.71 รองลงมาใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า ร้อยละ 38.24 และใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ใกล้เคียงกับจุดให้บริการอื่น ร้อยละ 22.06

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่นมากที่สุด ร้อยละ 46.22 รองลงมาใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า ร้อยละ 37.13 ตามลำดับ และใช้บริการจากบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ใกล้เคียงกับจุดให้บริการอื่น ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
จำแนกตามเพศ

ผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เพศ			
	ชาย (n = 68)		หญิง (n = 132)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	49	72.06	88	66.67
สื่อโฆษณา	18	26.47	32	24.25
เพื่อน	3	4.42	16	12.13
เพื่อนร่วมงาน	3	4.42	14	10.61
พ่อแม่	0	0.00	3	2.28
พี่น้อง	1	1.47	2	1.52
อื่น ๆ	1	1.47	2	1.52

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 72.06 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการประกอบการตัดสินใจ ร้อยละ 26.47 และเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้อยละ 4.42

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 66.67 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการประกอบการตัดสินใจ ร้อยละ 24.25 และเพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้อยละ 12.13

3.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส  
จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการที่เคยใช้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

บริการที่เคยใช้	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 17)		10,000 – 20,000 บาท (n = 70)		20,001 – 30,000 บาท (n = 41)		มากกว่า 30,000 บาท (n = 72)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	12	70.59	53	75.72	34	82.93	57	79.17
ชำระค่าบัตรเครดิต	7	41.18	28	40.00	21	51.22	45	62.50
ชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่	4	23.53	30	42.86	10	24.39	31	43.06
ชำระค่าบริการประกันภัย/ ประกันชีวิต	1	5.89	10	14.29	9	21.96	9	12.50
ชำระค่างวดสินค้าใน การเช่าซื้อ	9	52.95	33	47.15	21	51.22	25	34.73
บริการโอนเงิน	2	11.77	8	11.43	10	24.39	7	9.73
ชำระค่าภาษีอากร	1	5.89	3	4.29	6	14.64	0	0.00
อื่น ๆ	2	11.77	0	0.00	2	4.88	2	2.78

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



จากตารางที่ 28 พบว่า ด้านบริการที่เคยใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 70.59 รองลงมาเคยใช้บริการชำระค่าวงเงินค่าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 52.95 และชำระค่าบริการเครดิต ร้อยละ 41.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 75.72 รองลงมาเคยใช้บริการชำระค่าวงเงินค่าในการเช่าซื้อ ร้อยละ 47.15 และชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 42.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 82.93 รองลงมาเคยใช้บริการชำระค่าบริการเครดิตและชำระค่าวงเงินค่าในการเช่าซื้อในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 51.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้อยละ 79.17 รองลงมาเคยใช้บริการชำระค่าบริการเครดิต ร้อยละ 62.50 และชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 43.06

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามรายได้

เหตุผลที่เลือกใช้ บริการสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 17)		10,000 – 20,000 บาท (n = 70)		20,001 – 30,000 บาท (n = 41)		มากกว่า 30,000 บาท (n = 72)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการเดินทาง เพื่อไปใช้บริการ	13	76.47	62	88.58	32	78.05	57	79.17
มีสาขาให้บริการ กระจายทั่วถึง	8	47.06	48	68.58	27	65.86	45	62.50
ขั้นตอนการใช้บริการ ไม่ยุ่งยาก	14	82.36	41	58.58	20	48.78	46	63.89
บริการรวดเร็ว ไม่ เสียเวลาในการรอ	9	52.95	37	52.86	23	56.10	41	56.95
ช่วงเวลาการเปิดบริการ เหมาะสม	8	47.06	28	40.00	18	43.91	38	52.78
มีบริการหลากหลาย ครบวงจร	5	29.42	16	22.86	10	24.39	13	18.06
มีที่จอดรถ	2	11.77	12	17.15	5	12.20	12	16.67
ค่าบริการเหมาะสม	5	29.42	5	7.15	4	9.76	10	13.89
จำเป็นเพราะบริษัทบัตร เครดิตบังคับให้ชำระ ผ่านบริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด	0	0.00	1	1.43	1	2.44	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 82.36 รองลงมาสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 76.47 และบริการรวดเร็ว ไม่เสียเวลาในการรอ ร้อยละ 52.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 88.58 รองลงมามีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 68.58 และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 58.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 78.05 รองลงมามีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 65.86 และบริการรวดเร็ว ไม่เสียเวลาในการรอ ร้อยละ 56.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 79.17 รองลงมาขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 63.89 และมีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง ร้อยละ 63.89

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่นิยมใช้บริการบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้

รูปแบบสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด ที่นิยม ใช้บริการบ่อยที่สุด	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สาขาในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	17	100.00	65	92.86	39	95.13	63	87.50
สาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่น อีเลฟเว่น	0	0.00	5	7.15	2	4.88	9	12.50
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>	<b>72</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่นิยมใช้บริการรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในรูปแบบร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในรูปแบบร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 92.86 และในรูปแบบสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 7.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในรูปแบบร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 95.13 และในรูปแบบสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 4.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการรูปแบบสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในรูปแบบร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 87.50 และในรูปแบบสาขาที่อยู่นอกร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 12.50

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่นิยมใช้บริการมากที่สุด จำแนกตามรายได้

วันที่นิยมใช้บริการมากที่สุด	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ – ศุกร์	11	64.71	50	71.43	31	75.61	54	75.00
เสาร์	4	23.53	11	15.72	9	21.96	10	13.89
อาทิตย์	2	11.77	9	12.86	1	2.44	8	11.12
รวม	17	100.00	70	100.00	41	100.00	72	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ นิยมใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 64.71 รองลงมาใช้บริการวันเสาร์ ร้อยละ 23.53 และใช้ บริการวันอาทิตย์ ร้อยละ 11.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการใน วันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 71.43 รองลงมาใช้บริการวันเสาร์ ร้อยละ 15.72 และใช้บริการวันอาทิตย์ ร้อยละ 12.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการใน วันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 75.61 รองลงมาใช้บริการวันเสาร์ ร้อยละ 21.96 และใช้บริการวันอาทิตย์ ร้อยละ 2.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการใน วันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 75.00 รองลงมาใช้บริการวันเสาร์ ร้อยละ 13.89 และใช้บริการวันอาทิตย์ ร้อยละ 11.12

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการมากที่สุด จำแนกตามรายได้

ช่วงเวลาที่นิยมใช้ บริการมากที่สุด	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
07.01 – 11.00 น.	1	5.89	6	8.58	1	2.44	1	1.39
11.01 – 16.00 น.	1	5.89	13	18.58	6	14.64	17	23.62
16.01 – 20.00 น.	11	64.71	31	44.29	24	58.54	41	56.95
20.01 – 24.00 น.	4	23.53	20	28.58	10	24.39	12	16.67
24.01 – 07.00 น.	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.39
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>	<b>72</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 64.71 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 23.53 และใช้บริการในช่วงเวลา 07.01 – 11.00 น. และ 11.01 – 16.00 น. ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 5.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 44.29 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 28.58 และใช้บริการในช่วงเวลา 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 18.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 58.54 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 24.39 และใช้บริการในช่วงเวลา 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 14.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 56.59 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 11.01 – 16.00 น. ร้อยละ 23.62 และใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการใช้ บริการต่อเดือน	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	7	41.18	24	34.29	10	24.39	25	34.73
1 – 2 ครั้ง	9	52.95	39	55.72	25	60.98	37	51.39
3 – 4 ครั้ง	0	0.00	3	4.29	2	4.88	6	8.34
มากกว่า 4 ครั้ง	1	5.89	4	5.72	4	9.76	4	5.56
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>	<b>72</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 52.95 รองลงมาน้อยกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 41.18 และมากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 5.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 55.72 รองลงมาน้อยกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 34.29 และมากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 5.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 60.98 รองลงมาน้อยกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 24.39 และมากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 9.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 51.39 รองลงมาน้อยกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 34.73 และ 3 - 4 ครั้ง ร้อยละ 8.34



ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ จำแนกตามรายได้

จำนวนบิลเฉลี่ย ต่อครั้งที่ใช้บริการ	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 บิล	9	52.95	42	60.00	19	46.35	36	50.00
2 บิล	4	23.53	26	37.15	12	29.27	24	33.34
มากกว่า 2 บิล ขึ้นไป	4	23.53	2	2.86	10	24.39	12	16.67
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>	<b>72</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่มีจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ 1 บิล ร้อยละ 52.95 รองลงมามีจำนวนบิล 2 บิล หรือมากกว่า 2 บิลขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 23.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ 1 บิล ร้อยละ 60.00 รองลงมามีจำนวนบิล 2 บิล ร้อยละ 37.15 และมากกว่า 2 บิลขึ้นไป ร้อยละ 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ 1 บิล ร้อยละ 46.35 รองลงมามีจำนวนบิล 2 บิล ร้อยละ 29.27 และมากกว่า 2 บิลขึ้นไป ร้อยละ 24.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ 1 บิล ร้อยละ 50.00 รองลงมามีจำนวนบิล 2 บิล ร้อยละ 33.34 และมากกว่า 2 บิลขึ้นไป ร้อยละ 16.67



ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของจุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามรายได้

จุดบริการอื่น นอกเหนือจาก บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 17)		10,000 – 20,000 บาท (n = 70)		20,001 – 30,000 บาท (n = 41)		มากกว่า 30,000 บาท (n = 72)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากเครื่อง ATM	2	11.77	22	31.43	17	41.47	32	44.45
เคาน์เตอร์ธนาคาร	2	11.77	18	25.72	12	29.27	40	55.56
จุดให้บริการของ หน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง	7	41.18	25	35.72	13	31.71	24	33.34
ไปรษณีย์	8	47.06	18	25.72	10	24.39	25	34.73
อื่น ๆ	0	0.00	2	2.86	1	2.44	2	2.78

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เคยใช้จุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด คือ ใช้บริการที่ไปรษณีย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมาใช้จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ร้อยละ 41.18 และใช้บริการจากเครื่อง ATM และเคาน์เตอร์ธนาคารในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 11.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท เคยใช้จุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด คือ จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.72 รองลงมาใช้บริการใช้บริการจากเครื่อง ATM ร้อยละ 31.43 และที่เคาน์เตอร์ธนาคาร และไปรษณีย์ ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 25.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เคยใช้จุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด คือ จากเครื่อง ATM มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.47 รองลงมาใช้จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ร้อยละ 31.71 และเคาน์เตอร์ธนาคาร ร้อยละ 29.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เคยใช้จุดบริการอื่นนอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด คือ เคาน์เตอร์ธนาคาร ร้อยละ 55.56 รองลงมาจากเครื่อง ATM ร้อยละ 44.45 และไปรษณีย์ ร้อยละ 34.73

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท  
เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า	8	47.06	35	50.00	16	39.03	29	40.28
ใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า	5	29.42	22	31.43	17	41.47	31	43.06
ใช้บริการใกล้เคียงกัน	4	23.53	13	18.58	8	19.52	12	16.67
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>	<b>72</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น โดยใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมาใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า ร้อยละ 29.42 และใช้บริการใกล้เคียงกัน ร้อยละ 23.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น โดยใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า ร้อยละ 31.43 และใช้บริการใกล้เคียงกัน ร้อยละ 18.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น โดยใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.47 รองลงมาใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า ร้อยละ 39.03 และใช้บริการใกล้เคียงกัน ร้อยละ 19.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด กับจุดให้บริการอื่น โดยใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.06 รองลงมาใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า ร้อยละ 40.28 และใช้บริการใกล้เคียงกัน ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
จำแนกตามรายได้

ผู้แนะนำหรือมี ส่วนร่วม ในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการ	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 17)		10,000 – 20,000 บาท (n = 70)		20,001 – 30,000 บาท (n = 41)		มากกว่า 30,000 บาท (n = 72)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	9	52.95	45	64.29	30	73.17	53	73.62
สื่อโฆษณา	7	41.18	18	25.72	11	26.83	14	19.45
เพื่อน	0	0.00	3	4.29	8	19.52	8	11.12
เพื่อนร่วมงาน	0	0.00	6	8.58	4	9.76	7	9.73
พ่อแม่	1	5.89	0	0.00	0	0.00	2	2.78
พี่น้อง	0	0.00	0	0.00	1	2.44	2	2.78
อื่นๆ	0	0.00	1	1.43	0	0.00	2	2.78

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่  
ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 52.95 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการตัดสินใจ ร้อยละ 41.18 และพ่อแม่  
มีส่วนในการตัดสินใจ ร้อยละ 5.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง  
ร้อยละ 64.29 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการตัดสินใจ ร้อยละ 25.72 และเพื่อนร่วมงานมีส่วนใน  
การตัดสินใจ ร้อยละ 8.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง  
ร้อยละ 73.17 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการตัดสินใจ ร้อยละ 26.83 และเพื่อนมีส่วนในการ  
ตัดสินใจ ร้อยละ 19.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง  
ร้อยละ 73.62 รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการตัดสินใจ ร้อยละ 19.45 และเพื่อนมีส่วนในการ  
ตัดสินใจ ร้อยละ 11.12

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

รายการปัญหาที่พบในการใช้บริการ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	พบ		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
คุณภาพการบริการไม่สม่ำเสมอ	152	76.00	48	24.00
สามารถรับชำระค่าบริการได้เฉพาะบางหน่วยงาน	165	82.50	35	17.50
ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้	176	88.00	24	12.00
ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่วันเกินจากใบแจ้งค่าบริการได้	169	84.50	31	15.50
ใบเสร็จที่ได้รับ เป็นแบบความร้อนมีอายุการเก็บรักษาน้อย	163	81.50	37	18.50
<b>ด้านราคา</b>				
ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมแพง ไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุสมผล	175	87.50	25	12.50
ไม่มีการแจ้งค่าบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน	167	83.50	33	16.50
ค่าบริการไม่มีมาตรฐาน	160	80.00	40	20.00
<b>ด้านสถานที่/ร้านค้า</b>				
ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	161	80.50	39	19.50
สถานที่ตั้ง ไป - มา ไม่สะดวก	150	75.00	50	25.00
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์	160	80.00	40	20.00
ไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล	171	85.50	29	14.50
ไม่มีส่วนลดพิเศษ	172	86.00	28	14.00
การส่งเสริมการขาย ไม่ตรงกับความต้องการ	163	81.50	37	18.50
ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	172	86.00	28	14.00

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

รายการปัญหาที่พบในการใช้บริการ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	พบ		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>				
ขาดการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการ	164	82.00	36	18.00
พื้นที่ในการรอใช้บริการคับแคบ	185	92.50	15	7.50
การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ	178	89.00	22	11.00
การตกแต่งในร้านไม่สวยงาม	171	85.50	29	14.50
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>				
บริการช้า	183	91.50	17	8.50
บริการผิดพลาด	166	83.00	34	17.00
ให้บริการไม่เรียงลำดับ ก่อน – หลัง	169	84.50	31	15.50
ไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อนให้บริการ	174	87.00	26	13.00
<b>ด้านพนักงานให้บริการ</b>				
พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	181	90.50	19	9.50
พนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการ	182	91.00	18	9.00
พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ	178	89.00	22	11.00
พนักงานไม่สุภาพ	163	81.50	37	18.50
พนักงานไม่แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ของบริษัทฯ	183	91.50	17	8.50

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาพื้นที่ในการรอใช้บริการคับแคบ ซึ่งเป็นปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ร้อยละ 92.50 รองลงมาคือบริการช้า ซึ่งเป็นปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ และพนักงานไม่แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นปัญหาด้านพนักงานให้บริการ โดยมีสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 91.50 และพนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการซึ่งเป็นปัญหาด้านพนักงานให้บริการ ร้อยละ 91.00



ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่สามารถรับชำระในกรณี ที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้	54 (30.69)	48 (27.28)	32 (18.19)	32 (18.19)	10 (5.69)	3.59 (มาก)
ไม่สามารถรับชำระในกรณี ที่วันเกินจากในใบแจ้ง ค่าบริการได้	53 (31.36)	37 (21.90)	39 (23.08)	26 (15.39)	14 (8.29)	3.53 (มาก)
ใบเสร็จที่ได้รับ เป็นแบบ ความร้อนมีอายุการเก็บ รักษาน้อย	15 (9.21)	37 (22.70)	52 (31.91)	43 (26.38)	16 (9.82)	2.94 (ปานกลาง)
สามารถรับชำระค่าบริการ ได้เฉพาะบางหน่วยงาน	7 (4.25)	32 (19.40)	59 (35.76)	49 (29.70)	18 (10.91)	2.76 (ปานกลาง)
คุณภาพการบริการ ไม่สม่ำเสมอ	3 (1.98)	21 (13.82)	56 (36.85)	65 (42.77)	7 (4.61)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.10
(แปลผล)						(ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10

โดยปัญหาที่พบในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้ ค่าเฉลี่ย 3.59 และไม่สามารถรับชำระในกรณีที่วันเกินจากในใบแจ้งค่าบริการได้ ค่าเฉลี่ย 3.53

ปัญหาที่พบในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ใบเสร็จที่ได้รับเป็นแบบความร้อนมีอายุการเก็บรักษาน้อย ค่าเฉลี่ย 2.94 สามารถรับชำระค่าบริการได้เฉพาะบางหน่วยงาน ค่าเฉลี่ย 2.76 และคุณภาพการบริการไม่สม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 2.66



ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมแพง ไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุสมผล	20 (11.43)	36 (20.58)	84 (48.00)	31 (17.72)	4 (2.29)	3.21 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งค่าบริการ แต่ละ ประเภทอย่างชัดเจน	10 (5.99)	40 (23.96)	50 (29.94)	55 (32.94)	12 (7.19)	2.89 (ปานกลาง)
ค่าบริการไม่มีมาตรฐาน	6 (3.75)	20 (12.50)	59 (36.88)	56 (35.00)	19 (11.88)	2.61 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.90 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านราคาโดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90

โดยปัญหาทุกด้านมีผลในระดับปานกลาง คือ ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมแพงไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 3.21 ไม่มีการแจ้งค่าบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 2.89 และค่าบริการไม่มีมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 2.61

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านสถานที่/ร้านค้า

ด้านสถานที่/ร้านค้า	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	20 (12.43)	30 (18.64)	41 (25.47)	52 (32.30)	18 (11.18)	2.89 (ปานกลาง)
สถานที่ตั้ง ไป – มา ไม่สะดวก	9 (6.00)	11 (7.34)	36 (24.00)	62 (41.34)	32 (21.34)	2.36 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						2.63 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านสถานที่ โดยรวมระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.63

โดยปัญหาที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 2.89 ขณะที่สถานที่ตั้ง ไป – มา ไม่สะดวก มีผลในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.36

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่มีส่วนลดพิเศษ	42 (24.42)	39 (22.68)	51 (29.66)	31 (18.03)	9 (5.24)	3.43 (ปานกลาง)
ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	37 (21.52)	32 (18.61)	56 (32.56)	34 (19.77)	13 (7.56)	3.27 (ปานกลาง)
ไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลก ของรางวัล	33 (19.30)	36 (21.06)	55 (32.17)	36 (21.06)	11 (6.44)	3.26 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ไม่ตรงกับ ความต้องการ	17 (10.43)	31 (19.02)	55 (33.75)	47 (28.84)	13 (7.98)	2.94 (ปานกลาง)
ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์	10 (6.25)	22 (13.75)	49 (30.63)	62 (38.75)	17 (10.63)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.11 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11

โดยทุกปัญหาพบในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีส่วนลดพิเศษ ค่าเฉลี่ย 3.43 ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.27 และไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.26 การส่งเสริมการขายไม่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 2.94 และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 2.66

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พื้นที่ในการรอให้บริการ คับแคบ	18 (9.73)	46 (24.87)	77 (41.63)	33 (17.83)	11 (5.95)	3.15 (ปานกลาง)
การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็น ระเบียบ	20 (11.24)	32 (17.98)	67 (37.64)	47 (26.41)	12 (6.75)	3.01 (ปานกลาง)
ขาดการเตรียมพร้อมในด้าน เครื่องมือ อุปกรณ์ในการ ให้บริการ	5 (3.05)	23 (14.03)	56 (34.15)	57 (34.76)	23 (14.03)	2.57 (ปานกลาง)
การตกแต่งในร้าน ไม่สวยงาม	4 (2.34)	22 (12.87)	55 (32.17)	69 (40.35)	21 (12.28)	2.53 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.82 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.82

โดยทุกปัญหาพบในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ พื้นที่ในการรอให้บริการ คับแคบ ค่าเฉลี่ย 3.15 การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย 3.01 ขาดการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.57 และการตกแต่งในร้านไม่สวยงาม ค่าเฉลี่ย 2.53

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อน ให้บริการ	25 (14.37)	39 (22.42)	42 (24.14)	49 (28.16)	19 (10.92)	3.01 (ปานกลาง)
บริการช้า	7 (3.83)	27 (14.76)	84 (45.91)	50 (27.33)	15 (8.20)	2.79 (ปานกลาง)
ให้บริการไม่เรียงลำดับ ก่อน - หลัง	2 (1.19)	13 (7.70)	60 (35.51)	71 (42.02)	23 (13.61)	2.41 (น้อย)
บริการผิดพลาด	0 (0.00)	13 (7.84)	55 (33.14)	70 (42.17)	28 (16.87)	2.33 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.64 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64

โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อนให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.01 และบริการช้า ค่าเฉลี่ย 2.79

ปัญหาที่พบในระดับน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ ให้บริการไม่เรียงลำดับ ก่อน - หลัง ค่าเฉลี่ย 2.41 และบริการผิดพลาด ค่าเฉลี่ย 2.33

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านพนักงานให้บริการ

ด้านพนักงานให้บริการ	ระดับของปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานไม่แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ของบริษัทฯ	26 (14.21)	42 (22.95)	58 (31.70)	46 (25.14)	11 (6.01)	3.15 (ปานกลาง)
พนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	14 (7.74)	48 (26.52)	63 (34.81)	41 (22.66)	15 (8.29)	3.03 (ปานกลาง)
พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ	13 (7.31)	33 (18.54)	60 (33.61)	52 (29.22)	20 (11.24)	2.82 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการ	7 (3.85)	35 (19.23)	72 (39.56)	52 (28.58)	16 (8.80)	2.81 (ปานกลาง)
พนักงานไม่สุภาพ	5 (3.07)	15 (9.21)	50 (30.68)	66 (40.49)	27 (16.57)	2.42 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.85 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านพนักงานให้บริการ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85

โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานไม่แนะนำหรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ของบริษัทฯ ค่าเฉลี่ย 3.15 พนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.03 พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.82 และพนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 2.81

ปัญหาที่พบในระดับน้อย คือ พนักงานไม่สุภาพ ค่าเฉลี่ย 2.42