

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่นำรถเข้าใช้บริการที่ร้านซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์รายใหญ่จำนวน 8 ราย ได้แก่ ร้านเคียมฮวดเจริญยนต์ ร้านปริชาทการ ร้านส.เจริญยนต์ ร้านเค.พี.เอ็น.พลัส ร้านสกลการวัฒนา ยามาฮ่าสแควร์ บริษัท สี่มิตรมหาชัย จำกัด บริษัท ชลธารอโต้ไบค์ และบริษัท ปิยะมิตรมอเตอร์ จำกัด ผลการศึกษานำเสนอได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่การเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	266	66.50
หญิง	128	32.00
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.50 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 32.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	72	18.00
21-30 ปี	198	49.50
31-40 ปี	87	21.75
41-50 ปี	36	9.00
51 ปีขึ้นไป	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.75 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.00 และน้อยที่สุด 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	28	7.00
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	69	17.25
ทำงานบริษัทเอกชน	94	23.50
รับจ้างทั่วไป	126	31.50
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	17	4.25
นักเรียน / นักศึกษา	66	16.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาทำงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17.25 นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.50 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 7.00 แม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	80	20.00
5,001-10,000 บาท	169	42.25
10,001-20,000 บาท	83	20.75
20,001-30,000 บาท	23	5.75
30,000-40,000 บาท	17	4.25
40,001 บาทขึ้นไป	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.75 ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.00 รายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.75 และน้อยที่สุด รายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาด ซี ซี รถจักรยานยนต์

ซีซี รถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 ซีซี	64	16.00
101-150 ซีซี	297	74.25
มากกว่า 150 ซีซี ขึ้นไป	39	9.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ขนาด 101-150 ซีซี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.25 รองลงมา ขนาดไม่เกิน 100 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 16.00 และขนาดมากกว่า 150 ซีซี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์
ที่เป็นเจ้าของ

รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
YAMAHA	170	42.50
HONDA	247	61.75
KAWASAKI	19	4.75
SUZUKI	21	5.25
CAGIVA	2	0.50
TIGER	3	0.75
JRD	3	0.75
อื่นๆ	4	1.00
รวม	469	

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. อื่นๆ ได้แก่ ยี่ห้อ BMW DUCATI

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ HONDA คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมา ยี่ห้อ YAMAHA คิดเป็นร้อยละ 42.50 ยี่ห้อ SUZUKI คิดเป็นร้อยละ 5.25 ยี่ห้อ KAWASAKI คิดเป็นร้อยละ 4.75 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ยี่ห้อ TIGER และยี่ห้อ JRD คิดเป็นร้อยละ 0.75 เท่ากัน และยี่ห้อ CAGIVA คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งานของรถ

อายุการใช้งานของรถ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	84	21.00
1-2 ปี	180	45.00
3-5 ปี	103	25.75
มากกว่า 5 ปี	33	8.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรถจักรยานยนต์ที่ใช้งานมาแล้ว 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาใช้งานมาแล้ว 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.75 ใช้งานมาแล้ว ไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 และใช้งานมาแล้วมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสการใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

โอกาสการใช้บริการร้านจำหน่าย อุปกรณ์และซ่อมบำรุง	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อประสบอุบัติเหตุและรถมีความเสียหาย	210	52.50
เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด	287	71.75
เมื่อต้องการตกแต่งเพิ่มเติมเพื่อความแรง และความสวยงาม	127	31.75
อื่นๆ	0	0.00
รวม	624	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มากที่สุด เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด คิดเป็นร้อยละ 71.75 รองลงมา เมื่อประสบอุบัติเหตุ และรถมีความเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 52.50 และเมื่อต้องการตกแต่งเพิ่มเติม เพื่อความแรงและความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 31.75

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของบริการที่เคยใช้

ประเภทของบริการที่เคยใช้	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	279	69.75
ตกแต่งให้สวยงาม	140	35.00
ตกแต่งให้แรงขึ้น	82	20.50
พ่นสีใหม่	29	7.25
เปลี่ยนสีใหม่	51	12.75
เปลี่ยนอะไหล่	245	61.25
อื่นๆ	0	0.00
รวม	826	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์มากที่สุด ได้แก่ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมาคือ เปลี่ยนอะไหล่ คิดเป็นร้อยละ 61.25 ตกแต่งให้สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตกแต่งให้แรงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 20.50 เปลี่ยนสีใหม่ คิดเป็นร้อยละ 12.75 พ่นสีใหม่ คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ภายใน 1 ปี

ความถี่ในการใช้บริการภายใน 1 ปี	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	64	16.00
2 ครั้ง	114	28.50
3 ครั้ง	76	19.00
4 ครั้ง	50	12.50
มากกว่า 5 ครั้ง	96	24.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการภายใน 1 ปี จากร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงมากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมามากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.00 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	195	48.75
501-1,000 บาท	134	33.50
1,001-2,000 บาท	49	12.25
2,001-3,000 บาท	10	2.50
3,000 บาทขึ้นไป	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง ไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.50 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.25 3,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน / ผู้ร่วมงาน	278	69.50
สมาชิกในครอบครัว	113	28.25
ตัวแทนหรือบริษัทประกันภัย	9	2.25
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ได้รับอิทธิพลจากเพื่อน / ผู้ร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 28.25 ตัวแทนหรือบริษัทประกันภัย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักทั่วไป	208	52.00
มีอะไหล่ให้เลือกหลากหลายและค่อนข้างครบ	227	56.75
คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี	210	52.50
อะไหล่มีอายุการใช้งานนาน	107	26.75
ราคาค่าซ่อมถูกกว่าร้านอื่น	119	29.75
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้มีความทันสมัย	125	31.25
มีการนัดหมายตรงเวลา	66	16.50
สถานที่สะดวกในการเดินทาง	136	34.00
มีส่วนลดมีการแจกของแถม	62	15.50
ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า	128	32.00
รวม	1,388	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะมีอะไหล่ให้เลือกหลากหลายและค่อนข้างครบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี คิดเป็นร้อยละ 52.50 ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 52.00 สถานที่สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 34.00 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 32.00 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้มีความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 31.25 ราคาค่าซ่อมถูกกว่าร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 29.75 อะไหล่มีอายุการใช้งานนาน คิดเป็นร้อยละ 26.75 มีการนัดหมายตรงเวลา คิดเป็นร้อยละ 16.50 และมีส่วนลดมีการแจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 15.50

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ที่เลือกใช้บริการ

แหล่งร้านซ่อมจักรยานยนต์ที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งที่เกิดอุบัติเหตุ / ที่รถเสียมากที่สุด	113	28.25
ร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ	230	57.50
ร้านที่มีผู้แนะนำ	35	8.75
ร้านที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้บริการจากแหล่งร้านซ่อมจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ จากร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา ใกล้แหล่งที่เกิดอุบัติเหตุ / ที่รถเสียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.25 ร้านที่มีผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.75 และร้านที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้จัดหอะไหล่ ในกรณีที่รถจักรยานยนต์ต้องเปลี่ยนอะไหล่

ผู้จัดหอะไหล่	จำนวน	ร้อยละ
จัดหาด้วยตนเอง	148	37.00
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์จัดหาให้	252	63.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้จัดหอะไหล่ในกรณีที่รถจักรยานยนต์ต้องเปลี่ยนอะไหล่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์จัดหาให้ คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา จัดหาด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.00

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน

ชนิดอะไหล่	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่แท้	355	88.75
อะไหล่เทียม	36	9.00
อะไหล่เก่า หรืออะไหล่มือสอง	9	2.25
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.75 รองลงมา อะไหล่เทียม คิดเป็นร้อยละ 9.00 และอะไหล่เก่าหรืออะไหล่มือสอง คิดเป็นร้อยละ 2.25

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ เจ้าของรถจักรยานยนต์ และผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่นำรถเข้าใช้บริการ จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้

ตารางที่ 17 แสดงโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอายุ

โอกาสในการใช้บริการ	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหาย	30	24.39	106	33.23	48	37.21	26	49.06
เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด	55	44.72	149	46.71	58	44.96	25	47.17
เมื่อต้องการตกแต่งเพิ่มความแรงและสวยงาม	38	30.89	64	20.06	23	17.83	2	3.77
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	123	100.00	319	100.00	129	100.00	53	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้บริการร้านๆ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.72 อายุ 21-30 ปี ใช้บริการร้านๆ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.71 อายุ 31-40 ปี ใช้บริการร้านๆ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.96 และอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการร้านๆ เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.06

ตารางที่ 18 แสดงโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอาชีพ

โอกาสในการใช้บริการ	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหาย	20	43.48	43	39.82	54	34.62	60	32.97	33	25.00
เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด	16	34.78	44	40.74	72	46.15	90	49.45	65	49.24
เมื่อต้องการตกแต่งเพิ่มความแรงและสวยงาม	10	21.74	21	19.44	30	19.23	32	17.58	34	25.76
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	46	100.00	108	100.00	156	100.00	182	100.00	132	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ใช้บริการร้านฯ เมื่อประสบอุบัติเหตุและเสียหายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.48 อาชีพค้าขาย ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.74 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 อาชีพรับจ้างทั่วไป ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.45 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.24

ตารางที่ 19 แสดงโอกาสในการใช้บริการจากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โอกาสในการใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อประสบอุบัติเหตุ และเสียหาย	38	29.92	82	33.61	49	35.25	41	35.96
เมื่ออะไหล่รถบาง รายการชำรุด	58	45.67	123	50.41	62	44.61	44	38.60
เมื่อต้องการตกแต่งเพิ่ม ความแรงและสวยงาม	31	24.41	39	15.98	28	20.14	29	25.44
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	127	100.00	244	100.00	139	100.00	114	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.67 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.41 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.61 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ใช้บริการร้านฯ เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.60

ตารางที่ 20 แสดงบริการที่เคยใช้จากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอายุ

บริการที่เคยใช้	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	44	26.99	148	34.34	62	36.39	25	39.68
ตกแต่งให้สวยงาม	44	26.99	66	15.31	26	15.38	4	6.35
ตกแต่งให้รถแรงขึ้น	23	14.11	43	9.98	12	7.10	4	6.35
พ่นสีใหม่ (สีเดิม)	5	3.07	18	4.18	5	2.96	1	1.58
เปลี่ยนสีใหม่	13	7.98	23	5.33	10	5.92	5	7.94
เปลี่ยนอะไหล่	34	20.86	133	30.86	54	31.95	24	38.10
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	163	100.00	431	100.00	169	100.00	63	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และตกแต่งให้สวยงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.99 อายุ 21-30 ปี ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.34 อายุ 31-40 ปี ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.39 และอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.68

ตารางที่ 21 แสดงบริการที่เคยใช้จากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามอาชีพ

บริการที่เคยใช้	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	24	35.29	55	34.59	69	35.94	82	35.81	49	27.53
ตกแต่งให้สวยงาม	10	14.71	26	16.35	29	15.10	33	14.41	42	23.59
ตกแต่งให้รถแรงขึ้น	6	8.82	19	11.95	11	5.73	20	8.73	26	14.61
พ่นสีใหม่ (สีเดิม)	5	7.36	7	4.40	3	1.56	8	3.49	6	3.37
เปลี่ยนสีใหม่	6	8.82	9	5.66	10	5.21	11	4.81	15	8.43
เปลี่ยนอะไหล่	17	25.00	43	27.05	70	36.46	75	32.75	40	22.47
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	68	100.00	159	100.00	192	100.00	229	100.00	178	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.29 อาชีพค้าขาย ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.59 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการเปลี่ยนอะไหล่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.46 อาชีพรับจ้างทั่วไป ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.81 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.53

ตารางที่ 22 แสดงบริการที่เคยใช้จากร้านซ่อมบำรุง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บริการที่เคยใช้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	52	33.55	108	35.41	68	34.52	51	30.18
ตกแต่งให้สวยงาม	34	21.93	44	14.42	28	14.21	34	20.12
ตกแต่งให้รถแรงขึ้น	18	11.61	22	7.21	20	10.15	22	13.02
พ่นสีใหม่ (สีเดิม)	2	1.29	7	2.30	9	4.57	11	6.51
เปลี่ยนสีใหม่	7	4.52	14	4.59	14	7.11	16	9.46
เปลี่ยนอะไหล่	42	27.10	110	36.07	58	29.44	35	20.71
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	155	100.00	305	100.00	197	100.00	169	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.55 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ใช้บริการเปลี่ยนอะไหล่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.07 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.52 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.18

ตารางที่ 23 แสดงความถี่ในการใช้บริการภายใน 1 ปี จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการ ใช้บริการ/ปี	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	9	12.50	32	16.16	17	19.54	6	13.95
2 ครั้ง	22	30.55	48	24.24	31	35.63	13	30.24
3 ครั้ง	11	15.28	35	17.68	18	20.69	12	27.91
4 ครั้ง	9	12.50	27	13.64	8	9.20	6	13.95
มากกว่า 5 ครั้ง	21	29.17	56	28.28	13	14.94	6	13.95
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี โดยมีความถี่มากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.55 สำหรับอายุ 21-30 ปี ใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี โดยมีความถี่มากที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.28 อายุ 31-40 ปี ใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี โดยมีความถี่มากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.63 อายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้บริการร้านฯ ภายใน 1 ปี โดยมีความถี่มากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.24

ตารางที่ 24 แสดงความถี่ในการใช้บริการภายใน 1 ปี จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการ ใช้บริการ/ปี	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	6	21.43	12	17.39	14	14.89	20	15.87	12	14.46
2 ครั้ง	11	39.29	18	26.09	25	26.59	41	32.54	19	22.89
3 ครั้ง	4	14.28	15	21.74	17	18.09	19	15.08	21	25.30
4 ครั้ง	2	7.14	12	17.39	12	12.77	15	11.91	9	10.84
มากกว่า 5 ครั้ง	5	17.86	12	17.39	26	27.66	31	24.60	22	26.51
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.29 อาชีพค้าขาย มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.09 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.66 อาชีพรับจ้างทั่วไป มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.54 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.51

ตารางที่ 25 แสดงความถี่ในการใช้บริการภายใน 1 ปี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ในการ ใช้บริการ/ปี	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	17	21.25	26	15.38	12	14.46	9	13.23
2 ครั้ง	18	22.50	51	30.18	20	24.10	25	36.76
3 ครั้ง	15	18.75	33	19.53	17	20.48	11	16.18
4 ครั้ง	8	10.00	21	12.43	11	13.25	10	14.70
มากกว่า 5 ครั้ง	22	27.50	38	22.48	23	27.71	13	19.12
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.18 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.71 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.76

ตารางที่ 26 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/ครั้ง	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	27	37.50	107	54.03	32	36.78	29	67.44
501-1,000 บาท	30	41.66	57	28.79	40	45.98	7	16.28
1,001-2,000 บาท	9	12.50	22	11.11	12	13.79	6	13.95
2,001-3,000 บาท	3	4.17	5	2.53	1	1.15	1	2.33
3,000 บาทขึ้นไป	3	4.17	7	3.54	2	2.30	0	0
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.66 อายุ 21-30 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.03 อายุ 31-40 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.98 อายุ 41 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ ไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.44

ตารางที่ 27 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/ครั้ง	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	5	17.85	23	33.33	47	50.00	76	60.32	44	53.01
501-1,000 บาท	11	39.29	27	39.13	35	37.23	37	29.37	24	28.92
1,001-2,000บาท	11	39.29	13	18.84	7	7.45	8	6.35	10	12.05
2,001-3,000 บาท	1	3.57	2	2.90	4	4.26	1	0.79	2	2.41
3,000 บาทขึ้นไป	0	0	4	5.80	1	1.06	4	3.17	3	3.61
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท และ 1,001-2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.29 เท่ากัน อาชีพค้าขาย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงิน 501-1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.13 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 อาชีพรับจ้างทั่วไปมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.32 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ จำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.01

ตารางที่ 28 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/ครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	55	68.75	87	51.48	30	36.14	23	33.83
501-1,000 บาท	20	25.00	68	40.24	26	31.33	20	29.41
1,001-2,000 บาท	3	3.75	8	4.72	20	24.10	18	26.47
2,001-3,000 บาท	1	1.25	3	1.78	2	2.41	4	5.88
3,000 บาทขึ้นไป	1	1.25	3	1.78	5	6.02	3	4.41
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.48 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.83

ตารางที่ 29 แสดงบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามอายุ

บุคคลที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	47	65.28	140	70.71	58	66.67	33	76.74
สมาชิกในครอบครัว	25	34.72	53	26.77	27	31.03	8	18.61
บริษัทประกันภัย	0	0.00	5	2.52	2	2.30	2	4.65
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.28 อายุ 21-30 ปี มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.71 อายุ 31-40 ปี มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 อายุ 41 ปีขึ้นไป มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.74

ตารางที่ 30 แสดงบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	20	71.43	47	68.11	64	68.09	92	73.02	55	66.27
สมาชิกในครอบครัว	6	21.43	20	28.99	27	28.72	32	25.40	28	33.73
บริษัทประกันภัย	2	7.14	2	2.90	3	3.19	2	1.58	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 อาชีพค้าขาย มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.11 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.09 อาชีพรับจ้างทั่วไป มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.02 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา มีเพื่อน / ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.27

ตารางที่ 31 แสดงบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	54	67.50	112	66.27	60	72.29	52	76.47
สมาชิกในครอบครัว	26	32.50	55	32.55	19	22.89	13	19.12
บริษัทประกันภัย	0	0.00	2	1.18	4	4.82	3	4.41
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีเพื่อน/ผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.47

ตารางที่ 32 แสดงเหตุผลในการเลือกร้านบริการ จำแนกตามอายุ

เหตุผลในการเลือก ใช้บริการ	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	35	13.21	106	13.95	46	16.97	21	22.82
มีอะไหล่หลากหลาย	49	18.49	119	15.66	43	15.87	16	17.39
คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี	43	16.22	110	14.47	39	14.39	18	19.56
อะไหล่มีอายุการใช้งานนาน	23	8.68	58	7.63	21	7.75	5	5.44
ราคาซ่อมถูกกว่าร้านอื่น	20	7.55	74	9.74	20	7.38	5	5.44
เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย	30	11.32	65	8.55	25	9.23	5	5.44
มีการนัดหมายตรงเวลา	12	4.53	36	4.74	15	5.54	3	3.26
สถานที่สะดวกในการเดินทาง	23	8.68	77	10.13	26	9.59	10	10.87
มีส่วนลดมีการแจกของแถม	13	4.91	37	4.87	10	3.69	2	2.17
ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ	17	6.41	78	10.26	26	9.59	7	7.61
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	265	100.00	760	100.00	271	100.00	92	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกร้านบริการโดยเหตุผลมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.49 อายุ 21-30 ปี เลือกร้านมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.66 อายุ 31-40 ปี เลือกชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.97 และอายุ 41 ปีขึ้นไป เลือกชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.82

ตารางที่ 33 แสดงเหตุผลในการเลือกร้านบริการ จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการเลือก ใช้บริการ	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของร้าน เป็นที่รู้จัก	20	18.35	41	15.36	48	13.08	60	17.09	39	13.27
มีอะไหล่หลากหลาย	19	17.43	38	14.23	54	14.71	64	18.23	52	17.69
คุณภาพของงานซ่อม บำรุงดี	13	11.93	40	14.98	53	14.44	56	15.95	48	16.33
อะไหล่มีอายุการใช้งาน นาน	10	9.17	21	7.86	28	7.63	26	7.41	22	7.48
ราคาซ่อมถูกกว่าร้านอื่น	5	4.59	22	8.24	34	9.26	31	8.83	27	9.18
เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ ทันสมัย	16	14.68	26	9.74	33	8.99	23	6.56	27	9.18
มีการนัดหมายตรงเวลา	8	7.34	11	4.12	19	5.18	16	4.56	12	4.08
สถานที่สะดวกในการ เดินทาง	7	6.42	26	9.74	37	10.08	38	10.83	28	9.52
มีส่วนลดมีการแจก ของแถม	4	3.67	10	3.74	20	5.45	11	3.13	17	5.78
ผู้ให้บริการเข้าใจความ ต้องการ	7	6.42	32	11.99	41	11.18	26	7.41	22	7.49
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	109	100.00	267	100.00	367	100.00	351	100.00	294	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ เลือกชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.35 อาชีพค้าขาย เลือกชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.36 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เลือกมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.71 อาชีพรับจ้างทั่วไป เลือกมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.23 อาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา เลือกมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.69

ตารางที่ 34 แสดงเหตุผลในการเลือกร้านบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการเลือก ใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก	35	13.78	79	14.68	46	13.69	48	18.46
มีอะไหล่หลากหลาย	52	20.47	90	16.73	41	12.20	44	16.92
คุณภาพของงานซ่อมบำรุงดี	41	16.14	84	15.61	50	14.88	35	13.46
อะไหล่มีอายุการใช้งานนาน	15	5.91	44	8.18	29	8.63	19	7.31
ราคาซ่อมถูกกว่าร้านอื่น	22	8.66	44	8.18	35	10.42	18	6.92
เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ ทันสมัย	21	8.27	44	8.18	30	8.93	30	11.54
มีการนัดหมายตรงเวลา	10	3.94	25	4.65	19	5.65	12	4.61
สถานที่สะดวกในการ เดินทาง	27	10.63	56	10.41	34	10.12	19	7.31
มีส่วนลดมีการแจกของแถม	9	3.54	22	4.09	17	5.06	14	5.39
ผู้ให้บริการเข้าใจความ ต้องการ	22	8.66	50	9.29	35	10.42	21	8.08
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	254	100.00	538	100.00	336	100.00	260	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เลือกมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.47 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เลือกมีอะไหล่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.73 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เลือกคุณภาพของงานซ่อมบำรุงดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.88 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เลือกชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.46

ตารางที่ 35 แสดงการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ

แหล่งร้านซ่อม รถจักรยานยนต์	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งที่เกิดอุบัติเหตุ	18	25.00	60	30.30	23	26.44	12	27.91
ร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ	43	59.72	105	53.03	56	64.37	26	60.46
ร้านที่มีผู้แนะนำ	8	11.11	20	10.10	5	5.74	2	4.65
ร้านที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	3	4.17	13	6.57	3	3.45	3	6.98
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.72 อายุ 21-30 ปี เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.03 อายุ 31-40 ปี เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.37 อายุ 41 ปีขึ้นไป เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.46

ตารางที่ 36 แสดงการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

บริเวณในการ เลือกร้านซ่อม	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งที่เกิดอุบัติเหตุ	5	17.86	19	27.54	33	35.11	40	31.75	16	19.28
ร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ	22	78.57	37	53.62	47	50.00	71	56.35	53	63.86
ร้านที่มีผู้แนะนำ	1	3.57	10	14.49	8	8.51	9	7.14	7	8.43
ร้านที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	0	0	3	4.35	6	6.38	6	4.76	7	8.43
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.57 ผู้ที่มีอาชีพค้าขายเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 53.62 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.35 ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน / นักศึกษาเลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.86

ตารางที่ 37 แสดงการเลือกบริเวณร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บริเวณในการ เลือกร้านซ่อม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งที่เกิดอุบัติเหตุ	23	28.75	52	30.77	25	30.12	13	19.12
ร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ	48	60.00	94	55.62	45	54.22	43	63.24
ร้านที่มีผู้แนะนำ	5	6.25	13	7.69	10	12.05	7	10.29
ร้านที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4	5.00	10	5.92	3	3.61	5	7.35
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.62 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.22 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เลือกร้านที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.24

ตารางที่ 38 แสดงผู้จัดหอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ

ผู้จัดหอะไหล่	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านจัดหาเอง	24	33.33	67	33.84	35	40.23	22	51.16
ร้านจำหน่ายจัดหาให้	48	66.67	131	66.16	52	59.77	21	48.84
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 อายุ 21-30 ปี เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.16 อายุ 31-40 ปี เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.77 อายุ 41 ปีขึ้นไป เลือกจัดหาเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.16

ตารางที่ 39 แสดงผู้จัดหอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามอาชีพ

ผู้จัดหอะไหล่	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านจัดหเอง	13	46.43	26	37.68	25	26.60	53	42.06	31	37.35
ร้านจำหน่ายจัดหาให้	15	53.57	43	62.32	69	73.40	73	57.94	52	62.65
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการเลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.57 ผู้ที่มีอาชีพค้าขายเลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.32 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.40 ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปเลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.94 ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.65

ตารางที่ 40 แสดงผู้จัดหอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้จัดหอะไหล่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านจัดหเอง	35	43.75	63	37.28	27	32.53	23	33.82
ร้านจำหน่ายจัดหาให้	45	56.25	106	62.72	56	67.47	45	66.18
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.25 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.72 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.47 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป เลือกร้านจำหน่ายจัดหาให้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.18

ตารางที่ 41 แสดงชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามอายุ

ชนิดของอะไหล่	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่แท้	60	83.33	179	90.40	74	85.06	41	95.35
อะไหล่เทียม	9	12.50	17	8.59	12	13.79	2	4.65
อะไหล่เก่าหรือ อะไหล่มือสอง	3	4.17	2	1.01	1	1.15	0	0
รวม	72	100.00	198	100.00	87	100.00	43	100.00

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี เลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 อายุ 20-30 ปี เลือกต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.40 อายุ 31-40 ปี เลือกต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.06 อายุ 41 ปีขึ้นไป เลือกต้องการเปลี่ยนอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.35

ตารางที่ 42 แสดงชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามอาชีพ

ชนิดของ อะไหล่	อาชีพ									
	รับราชการ		ค้าขาย		บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/นักศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่แท้	24	85.72	66	95.65	85	90.43	109	86.51	70	84.34
อะไหล่เทียม	3	10.71	3	4.35	7	7.45	17	13.49	10	12.05
อะไหล่เก่าหรือ อะไหล่มือสอง	1	3.57	0	0	2	2.12	0	0	3	3.61
รวม	28	100.00	69	100.00	94	100.00	126	100.00	83	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับข้าราชการเลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.72 ผู้ที่มีอาชีพค้าขายเลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.65 ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนเลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.43 ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปเลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.51 ผู้ที่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน / นักศึกษาเลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.34

ตารางที่ 43 แสดงชนิดของอะไหล่ที่ต้องการเปลี่ยน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ชนิดของ อะไหล่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่แท้	68	85.00	153	90.54	75	90.36	58	85.29
อะไหล่เทียม	11	13.75	14	8.28	7	8.43	8	11.77
อะไหล่เก่าหรือ อะไหล่มือสอง	1	1.25	2	1.18	1	1.21	2	2.94
รวม	80	100.00	169	100.00	83	100.00	68	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท เลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.54 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.36 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป เลือกต้องการเปลี่ยนเป็นอะไหล่แท้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.29

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์ และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	6 (1.50)	25 (6.30)	174 (43.50)	134 (33.50)	61 (15.20)	3.55 (มาก)	0.877	6
ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้	6 (1.50)	14 (3.50)	118 (29.50)	160 (40.00)	102 (25.50)	3.84 (มาก)	0.896	4
คุณภาพงานซ่อมบำรุง	17 (4.30)	7 (1.80)	72 (18.00)	190 (47.50)	114 (28.50)	3.94 (มาก)	0.957	3
ความหลากหลายของการให้บริการ	6 (1.50)	18 (4.50)	120 (30.00)	192 (48.00)	64 (16.00)	3.73 (มาก)	0.837	5
มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ	11 (2.80)	9 (2.20)	76 (19.00)	168 (42.00)	136 (34.00)	4.02 (มาก)	0.932	2
อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง	5 (1.20)	8 (2.00)	91 (22.80)	168 (42.00)	128 (32.00)	4.02 (มาก)	0.861	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	0.916	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีบริการตรวจสอบ

รถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.02) คุณภาพงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.94) ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความหลากหลายของการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาซ่อมสมเหตุสมผล	10 (2.40)	12 (3.00)	103 (25.80)	199 (49.80)	76 (19.00)	3.80 (มาก)	0.868	1
ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง	16 (4.00)	35 (8.80)	181 (45.20)	134 (33.50)	34 (8.50)	3.34 (ปานกลาง)	0.900	2
ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	16 (4.00)	38 (9.50)	187 (46.80)	123 (30.70)	36 (9.00)	3.31 (ปานกลาง)	0.909	3
มีการให้เครดิต / ใช้บัตรเครดิต ชำระเงิน	100 (25.00)	92 (23.00)	117 (29.30)	62 (15.40)	29 (7.30)	2.57 (ปานกลาง)	1.222	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25 (ปานกลาง)	1.078	

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

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.25) เรียงตามลำดับลำดับได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.80) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.31) และมีการให้เครดิต / ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 2.57)

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่ทำงาน	37 (9.30)	20 (5.00)	177 (44.30)	127 (31.70)	39 (9.70)	3.28 (ปานกลาง)	1.026	4
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย	19 (4.80)	35 (8.80)	175 (43.70)	126 (31.50)	45 (11.20)	3.36 (ปานกลาง)	0.958	3
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	20 (5.00)	17 (4.30)	165 (41.30)	130 (32.40)	68 (17.00)	3.52 (มาก)	0.988	1
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	10 (2.50)	19 (4.80)	189 (47.20)	141 (35.30)	41 (10.20)	3.46 (ปานกลาง)	0.837	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.40 (ปานกลาง)	0.959	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40) เรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.52) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.46) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.36) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	16 (4.00)	60 (15.00)	182 (45.50)	78 (19.50)	64 (16.00)	3.28 (ปานกลาง)	1.033	5
ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	6 (1.50)	16 (4.00)	108 (27.00)	161 (40.25)	109 (27.25)	3.88 (มาก)	0.908	4
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส	8 (2.00)	18 (4.50)	78 (19.50)	161 (40.25)	135 (33.75)	3.99 (มาก)	0.946	3
ผู้ให้บริการบริการเข้าใจความต้องการ ของลูกค้า	5 (1.25)	9 (2.25)	82 (20.50)	163 (40.75)	141 (35.25)	4.06 (มาก)	0.870	2
ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ในการทำงาน	5 (1.30)	9 (2.30)	76 (19.00)	139 (34.70)	171 (42.70)	4.16 (มาก)	0.893	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)	0.981	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.99) ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย	14 (3.50)	11 (2.80)	102 (25.50)	195 (48.80)	77 (19.40)	3.78 (มาก)	0.908	2
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	7 (1.75)	18 (4.50)	75 (18.75)	203 (50.75)	97 (24.25)	3.91 (มาก)	0.873	1
การมีคู่มือส่วนลดหรือสะสม แต้มคะแนน	86 (21.50)	79 (19.80)	136 (34.00)	72 (18.00)	27 (6.70)	2.69 (ปานกลาง)	1.189	5
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ	65 (16.20)	90 (22.50)	146 (36.50)	71 (17.80)	28 (7.00)	2.77 (ปานกลาง)	1.132	4
การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด	60 (15.00)	71 (17.80)	148 (37.00)	90 (22.40)	31 (7.80)	2.90 (ปานกลาง)	1.143	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.21 (ปานกลาง)	1.179	

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

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.21) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.90) มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.77) การมีคู่มือ ส่วนลดหรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.69)

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน
จำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเท และแสงสว่างเพียงพอ	25 (6.25)	29 (7.25)	194 (48.50)	108 (27.00)	44 (11.00)	3.29 (ปานกลาง)	0.975	4
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	15 (3.75)	71 (17.80)	167 (41.50)	99 (24.75)	48 (12.20)	3.24 (ปานกลาง)	1.001	5
สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย	16 (4.00)	24 (6.00)	190 (47.50)	113 (28.20)	57 (14.30)	3.43 (ปานกลาง)	0.944	3
เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพ ในการบริการ	11 (2.80)	23 (5.80)	142 (35.40)	160 (40.00)	64 (16.00)	3.61 (มาก)	0.917	2
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4 (1.00)	19 (4.80)	126 (31.40)	159 (39.80)	92 (23.00)	3.79 (มาก)	0.885	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.47 (ปานกลาง)	0.966	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจต่อปัจจัย
ด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.47) เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีเครื่องมือ
และอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.43) สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทและแสงสว่าง
เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่าย
อุปกรณ์และซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม	25 (6.25)	59 (14.75)	190 (47.50)	97 (24.25)	29 (7.25)	3.12 (ปานกลาง)	0.959	6
เวลาปิด - เปิดของร้านสะดวก ต่อการเลือกใช้บริการ	10 (2.50)	19 (4.80)	154 (38.50)	175 (43.80)	42 (10.40)	3.55 (มาก)	0.839	4
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	12 (3.00)	15 (3.80)	81 (20.20)	185 (46.20)	107 (26.80)	3.90 (มาก)	0.939	1
มีการนัดหมายตรงเวลา	12 (3.00)	20 (5.00)	113 (28.20)	174 (43.50)	81 (20.30)	3.73 (มาก)	0.940	3
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	5 (1.25)	19 (4.75)	116 (29.00)	186 (46.50)	74 (18.50)	3.76 (มาก)	0.850	2
มีการโทรให้มารับ / บริการรับส่งรถ แก่ลูกค้า	10 (2.50)	35 (8.75)	155 (38.75)	143 (35.75)	57 (14.25)	3.51 (มาก)	0.929	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.56 (มาก)	0.944	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) เรียงตามลำดับ ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม
(ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.73) เวลา
ปิด-เปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการโทรให้มารับ / บริการรับส่งรถ
แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.85	0.916	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.25	1.078	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านช่องทางการตลาด	3.40	0.959	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านบุคคล	3.87	0.981	มาก	1
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3.21	1.179	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.47	0.966	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.56	0.944	มาก	3

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)
ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)
คุณภาพของงานซ่อมบำรุง	3.96 (มาก)	4.04 (มาก)	3.87 (มาก)	3.63 (มาก)
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)
มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ	4.01 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)
อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.01) อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.97) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือ

รถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.10) คุณภาพของร้านซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.95) อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.92) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้ และชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.72 เท่ากัน)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	แม่บ้าน/ นักศึกษา
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	3.18 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)
ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้	3.46 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)
คุณภาพของงานซ่อมบำรุง	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)
มีบริการตรวจสภาพรถจักร ยานยนต์ก่อนส่งมอบ	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)	4.21 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถ จักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)
รวม	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	3.77 (มาก)	3.87 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความหลากหลายของการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้ ค่าเฉลี่ย (3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.21) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) อายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.02) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)
คุณภาพของงานซ่อมบำรุง	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
ความหลากหลายของการให้บริการ	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)
มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ ก่อนส่งมอบ	4.18 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)
อายุการใช้งานของอะไหล่หรือ รถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)
รวม	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.18) อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.09) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96) อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ยี่ห้อของอะไหล่ที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.10) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 4.06) อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.03) คุณภาพของงานซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.93)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ราคาซ่อมสมเหตุสมผล	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)
ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิต / ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน	2.78 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.02 (น้อย)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.88) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.81) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.74) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.72) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัท เอกชน	รับจ้าง ทั่วไป	แม่บ้าน/ นักศึกษา
ราคาซ่อมสมเหตุสมผล	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	4.01 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.68 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิต / ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน	2.93 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.66 (ปานกลาง)
รวม	3.45 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.82) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.78) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 4.01) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง และราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.60) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.42)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ราคาซ่อมสมเหตุสมผล	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)
ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง	3.30 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิต / ใช้บัตรเครดิตชำระเงิน	2.67 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)
รวม	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.75) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.81) ราคาซ่อมใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ราคาซ่อมต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่ทำงาน	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย	3.25 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.46 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
รวม	3.36 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.53) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.64) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการที่มีจอครบเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.43) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักออาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักออาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.19) สถานที่ให้บริการที่มีจอครบเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	แม่บ้าน/นักศึกษา
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่ทำงาน	2.50 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย	2.82 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	2.82 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	3.18 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
รวม	2.83 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.18) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัยและสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.59) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.51) สถานที่ให้บริการอยู่ที่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่

สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.68) สถานที่ให้บริการที่มี
จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.65) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) สถานที่ให้บริการที่มี
จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.32) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/ พ่อบ้าน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่อง
ทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.63) สถานที่ให้บริการที่มี
จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	3.39 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.65 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	3.55 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
รวม	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.65) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.40) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่

สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.41) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	3.98 (มาก)	3.77 (มาก)
ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	3.77 (มาก)
ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการทำงาน	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)	3.98 (มาก)
รวม	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.77) เท่ากัน ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยบุคคล	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัท เอกชน	รับจ้าง ทั่วไป	แม่บ้าน/ นักศึกษา
ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.68 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.21 (มาก)	3.86 (มาก)	4.24 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ผู้ให้บริการเข้าใจ ความต้องการ	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	4.30 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)
ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการทำงาน	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)	4.32 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)
รวม	4.02 (มาก)	3.81 (มาก)	4.08 (มาก)	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.21) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมี

ความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน หรือนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.22 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ผู้ให้บริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)
ผู้ให้บริการเข้าใจ ความต้องการ	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)
ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการทำงาน	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)
รวม	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่

ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ข้อมูลในการให้บริการ ครบถ้วน ทันสมัย	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ ถูกต้องน่าเชื่อถือ	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)
การมีคู่มือ ส่วนลด หรือสะสม แต้มคะแนน	2.83 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ	2.85 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)
การให้ส่วนลดค่าบริการ เป็นเงินสด	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)
รวม	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 64 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.06) มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.85) การมีคู่มือส่วนลดหรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.03) มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.87) การมีคู่มือส่วนลดหรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณา

ทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.70) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.69) การมีคู่มือส่วนลดหรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.44) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	แม่บ้าน/นักศึกษา
ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย	3.79 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)
การมีคู่มือ ส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน	2.36 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ	2.54 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด	2.39 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	2.98 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.72) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน / นักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
ข้อมูลในการให้บริการ ครบถ้วน ทันสมัย	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ ถูกต้องน่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)
การมีคู่มือ ส่วนลด หรือสะสม แต้มคะแนน	2.61 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ	2.67 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดค่าบริการ เป็นเงินสด	3.00 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
รวม	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.00) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก

ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน
ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่งเสริม
ด้านการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ข้อมูลในการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย
(ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้ส่วนลดค่าบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.74)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ	3.24 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.12 (มาก)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	3.32 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย	3.47 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สำหรับปัจจัยย่อยในระดับปานกลางได้แก่ สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและ

อุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัท เอกชน	รับจ้าง ทั่วไป	แม่บ้าน/ นักศึกษา
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ	2.46 (น้อย)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	2.96 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย	2.71 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	3.66 (มาก)	3.84 (มาก)
รวม	3.11 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.82) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือ

และอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.66) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45) สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน หรือนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย	3.54 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) สถานที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่

มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.88) สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.57) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) เป็นร้านที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม	3.11 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อ การเลือกใช้บริการ	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบ ก่อนการซ่อม	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)
มีการนัดหมายตรงเวลา	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)
มีการโทรให้มารับรถ / บริการ รับส่งรถแก่ลูกค้า	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
รวม	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยมีปัจจัยย่อยในที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.67) การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.56)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ				
	รับราชการ	ค้าขาย	บริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	แม่บ้าน/นักศึกษา
มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม	2.68 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	3.29 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการนัดหมายตรงเวลา	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.43 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการโทรให้มารับรถ / บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า	3.96 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
รวม	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการโทรให้มารับรถ / บริการรับส่งรถแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.79) การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ทำธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน หรือนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกซื้อ การเลือกใช้บริการ	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบ ก่อนการซ่อม	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)
มีการนัดหมายตรงเวลา	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)
มีการโทรให้มารับรถ / บริการ รับส่งรถแก่ลูกค้า	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
รวม	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.59)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left, with a traditional Thai decorative element on its head. The elephant is set against a background of a stylized sunburst or starburst pattern. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are also two decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้าน
จำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประเมินระดับความ
รุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก	25 (6.30)	80 (20.00)	199 (49.70)	69 (17.30)	27 (6.70)	2.98 (ปานกลาง)	0.946	5
อะไหล่ที่ใช้ไม่มียี่ห้อ	30 (7.40)	88 (22.00)	116 (29.00)	107 (26.80)	59 (14.80)	3.19 (ปานกลาง)	1.159	1
งานซ่อมไม่มีคุณภาพ	30 (7.40)	113 (28.30)	103 (25.80)	90 (22.50)	64 (16.00)	3.11 (ปานกลาง)	1.199	3
ไม่มีบริการตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ ก่อนส่งมอบ	42 (10.5)	100 (25.00)	102 (25.50)	94 (23.50)	62 (15.50)	3.08 (ปานกลาง)	1.234	4
ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่ หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง	34 (8.50)	83 (20.80)	121 (30.30)	99 (24.80)	63 (15.60)	3.18 (ปานกลาง)	1.181	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.10 (ปานกลาง)	1.149	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของ
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) เรียงตามลำดับ ได้แก่ อะไหล่ที่
ใช้ไม่มียี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ไม่มีการรับประกันอายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลัง
การซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.18) งานซ่อมไม่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.11) ไม่มีบริการตรวจสอบสภาพ
รถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และชื่อเสียงของร้านไม่เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาซ่อมไม่สมเหตุสมผล	38 (9.50)	90 (22.50)	111 (27.80)	96 (24.00)	65 (16.20)	3.15 (ปานกลาง)	1.215	1
ราคาค่าซ่อมไม่ต่ำกว่าคู่แข่ง	31 (7.80)	108 (27.00)	129 (32.20)	97 (24.30)	35 (8.70)	2.99 (ปานกลาง)	1.084	2
ราคาค่าซ่อมไม่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง	33 (8.30)	109 (27.30)	141 (35.20)	83 (20.80)	34 (8.40)	2.94 (ปานกลาง)	1.072	3
ไม่มีการให้เครดิต / ไม่ให้ใช้บัตรเครดิต ในการชำระเงิน	63 (15.8)	112 (28.00)	119 (29.80)	52 (13.00)	54 (13.40)	2.81 (ปานกลาง)	1.243	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.97 (ปานกลาง)	1.162	

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

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ราคาซ่อมไม่สมเหตุสมผล (ค่าเฉลี่ย 3.15) ราคาซ่อมไม่ต่ำกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 2.99) ราคาซ่อมไม่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 2.94) และไม่มีการให้เครดิต / ไม่ให้ใช้บัตรเครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่ทำงาน	39 (9.80)	67 (16.80)	191 (47.70)	68 (17.00)	35 (8.70)	2.98 (ปานกลาง)	1.039	1
สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่พักอาศัย	37 (9.20)	83 (20.80)	183 (45.80)	68 (17.00)	29 (7.20)	2.92 (ปานกลาง)	1.017	2
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก ในการเดินทาง	42 (10.50)	90 (22.50)	172 (43.00)	57 (14.20)	39 (9.80)	2.90 (ปานกลาง)	1.082	3
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ	38 (9.50)	101 (25.20)	167 (41.80)	67 (16.80)	27 (6.70)	2.86 (ปานกลาง)	1.026	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.91 (ปานกลาง)	1.041	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) เรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 2.98) สถานที่ให้บริการอยู่ไกลจากที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 2.92) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) และสถานที่ให้บริการมีที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ผู้ให้บริการแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อย	48 (12.00)	121 (30.20)	141 (35.20)	39 (9.80)	51 (12.80)	2.81 (ปานกลาง)	1.165	5
ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพ อ่อนน้อม	50 (12.50)	121 (30.20)	124 (31.00)	52 (13.00)	53 (13.20)	2.84 (ปานกลาง)	1.201	4
ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่มียิ้มแย้มแจ่มใส	53 (13.30)	120 (30.00)	118 (29.40)	50 (12.50)	59 (14.80)	2.86 (ปานกลาง)	1.236	3
ผู้ให้บริการไม่เข้าใจความต้องการ ของลูกค้า	52 (13.00)	113 (28.20)	124 (31.00)	60 (15.00)	51 (12.80)	2.86 (ปานกลาง)	1.203	2
ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ความสามารถ ในการทำงาน	59 (14.80)	102 (25.50)	126 (31.50)	56 (14.00)	57 (14.20)	2.88 (ปานกลาง)	1.242	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.85 (ปานกลาง)	1.209	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 2.88) ผู้ให้บริการไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.86) ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่มียิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 2.86) ผู้ให้บริการพูดจาไม่สุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 2.84) และผู้ให้บริการแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ให้ข้อมูลการบริการ ไม่ครบถ้วน	38 (9.50)	109 (27.30)	113 (28.20)	90 (22.50)	50 (12.50)	3.01 (ปานกลาง)	1.175	1
ผู้ให้บริการให้คำแนะนำไม่ถูกต้อง และไม่น่าเชื่อถือ	51 (12.80)	116 (29.00)	110 (27.40)	75 (18.80)	48 (12.00)	2.88 (ปานกลาง)	1.207	3
ไม่มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมเต็มกะแนน	55 (13.80)	101 (25.20)	131 (32.80)	53 (13.20)	60 (15.00)	2.91 (ปานกลาง)	1.237	2
ไม่มีโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ	54 (13.50)	104 (26.00)	137 (34.30)	65 (16.20)	40 (10.00)	2.83 (ปานกลาง)	1.157	5
ไม่มีการให้ส่วนลดบริการเป็นเงินสด	47 (11.80)	117 (29.20)	139 (34.80)	50 (12.40)	47 (11.80)	2.83 (ปานกลาง)	1.154	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.89 (ปานกลาง)	1.187	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ให้ข้อมูลการบริการไม่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.01) ไม่มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมเต็มกะแนน (ค่าเฉลี่ย 2.91) ผู้ให้บริการให้คำแนะนำไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 2.88) ไม่มีการให้ส่วนลดบริการเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.83) และไม่มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น สื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
อากาศถ่ายเทไม่ดีและแสงสว่างไม่เพียงพอ	54 (13.50)	92 (23.0)	166 (41.50)	53 (13.20)	35 (8.80)	2.81 (ปานกลาง)	1.104	5
ไม่มีห้องรับรองและห้องน้ำ	47 (11.80)	115 (28.80)	117 (29.20)	89 (22.20)	32 (8.00)	2.86 (ปานกลาง)	1.133	2
สถานที่ไม่มีความสะอาดเรียบร้อย	49 (12.20)	98 (24.50)	158 (39.50)	55 (13.80)	40 (10.00)	2.85 (ปานกลาง)	1.119	3
เป็นร้านที่ไม่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพ ในการบริการ	54 (13.40)	96 (24.00)	155 (38.80)	60 (15.00)	35 (10.00)	2.82 (ปานกลาง)	1.118	4
ไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	56 (14.00)	88 (22.00)	140 (35.00)	76 (19.00)	40 (10.00)	2.89 (ปานกลาง)	1.167	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.84 (ปานกลาง)	1.127	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.89) ไม่มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.86) สถานที่ไม่มีความสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.85) เป็นร้านที่ไม่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.82) และอากาศถ่ายเทไม่ดี และแสงสว่างไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 79 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประเมินระดับความรุนแรงของปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านฯ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ)	S.D.	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม	42 (10.50)	107 (26.80)	134 (33.50)	88 (22.00)	29 (7.20)	2.89 (ปานกลาง)	1.090	4
เวลาเปิด - ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	52 (13.00)	109 (27.20)	135 (33.80)	73 (18.20)	31 (7.80)	2.81 (ปานกลาง)	1.118	6
ไม่มีการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม	53 (13.20)	104 (26.00)	93 (23.20)	91 (22.80)	59 (14.80)	3.00 (ปานกลาง)	1.269	1
ไม่มีการนัดหมายที่ตรงเวลา	51 (12.70)	107 (26.80)	107 (26.80)	99 (24.70)	36 (9.00)	2.91 (ปานกลาง)	1.174	3
การบริการไม่รวดเร็ว	49 (12.20)	90 (22.50)	134 (33.50)	83 (20.80)	44 (11.00)	2.96 (ปานกลาง)	1.168	2
ไม่มีการโทรให้มารับรถ / ไม่มีบริการรับส่งรถให้แก่ลูกค้า	53 (13.20)	98 (24.40)	135 (33.80)	83 (20.80)	31 (7.80)	2.85 (ปานกลาง)	1.129	5
ค่าเฉลี่ยรวม						2.90 (ปานกลาง)	1.160	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระบุความสำคัญต่อระดับความรุนแรงของปัญหาด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีการแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.00) การบริการไม่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.96) ไม่มีการนัดหมายที่ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.91) ไม่มีป้ายบอกแผนของงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.89) ไม่มีการโทรให้มารับรถ / ไม่มีบริการรับส่งรถให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.85) และเวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง
รถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.10	1.149	ปานกลาง	1
ปัจจัยด้านราคา	2.97	1.162	ปานกลาง	2
ปัจจัยด้านช่องทางการตลาด	2.91	1.041	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านบุคคล	2.85	1.209	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	2.89	1.187	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	2.84	1.127	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	2.90	1.160	ปานกลาง	4

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด, 3.50 - 4.49 มาก, 2.50 - 3.49 ปานกลาง, 1.50 - 2.49 น้อย, 1.0 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 80 เมื่อพิจารณาปัญหาที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.10) รองลงมาเป็นด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.97)