บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีการติดตั้งหม้อแปลงไฟฟ้าขนาด 315 KVA ขึ้นไปไว้ใช้งาน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลขั้นปฐมภูมิ จากลูกค้าผู้ใช้บริการหม้อแปลงไฟฟ้าภายในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 270 ทั้งนี้โดยผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้รับผิดชอบดูแลหม้อแปลงไฟฟ้าในกิจการ โดยสามารถรายงานผลการศึกษาเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ จำแนกตามตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทของกิจการ รายได้จากยอดขายโดยไม่หักค่าใช้จ่าย (ปี 2550) และระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ จำนวนหม้อแปลงไฟฟ้าที่ใช้ ขนาดพิกัดรวมของหม้อแปลงไฟฟ้าที่ใช้ ยี่ห้อของหม้อแปลงไฟฟ้าที่ใช้ จำนวนครั้งของการใช้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า และ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ตำแหน่งของผู้เลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงฟฟ้า และแหล่งข้อมูลของผู้ให้ บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าโดยมีรายละเอียดแสดงตาราง1 – 12

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีรายละเอียดแสดงตาราง ตาราง 13 – 19

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามประเภทของกิจการ รายได้จากยอดขายโดยไม่หักค่าใช้จ่าย (ปี 2550) และระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ โดยมีรายละเอียดแสดงตาราง ตาราง 20 – 40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	46	17.04
ผู้จัดการโรงงาน	34	12.59
ผู้จัดการ/พนักงาน ฝ่ายวิศวกรรม (ไฟฟ้า, ซ่อมบำรุง)	122	45.19
ผู้จัดการ/พนักงาน แผนกจัดซื้อ	55	20.37
อื่นๆ	13	4.81
โดยรวม	270	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายการเงิน

จากตาราง 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายวิศวกรรม (ไฟฟ้า, ซ่อมบำรุง) คิดเป็นร้อยละ 45.19 รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ20.37 กรรมการผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 17.04 อื่นๆ ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายการเงิน คิดเป็นร้อยละ 4.81 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
อาหาร/ ห้องเย็น	64	23.70
อุตสาหกรรมสิ่งทอ	54	20.00
อุตสาหกรรมผลิต / แปรรูปพลาสติก	44	16.30
เฟอร์นิเจอร์	36	13.33
อุตสาหกรรมโลหะ	26	9.63
ธุรกิจที่พักอาศัย	8	2.96
บรรจุภัณฑ์	12	4.44
อื่นๆ	26	9.63
โดยรวม	270	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

จากตาราง 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบกิจการประเภทอาหาร/ห้องเย็น คิดเป็นร้อยละ 23.70 รองลงมาได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 20.00 อุตสาหกรรมผลิตแปรรูปพลาสติก 16.30 เฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.30 อุตสาหกรรมโลหะคิดเป็นร้อยละ 9.63 อื่นๆคิดเป็นร้อยละ 9.63 บรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 4.40 ธุรกิจที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	93	34.44
50 - 299 ล้านบาท	129	47.78
300 - 499 ล้านบาท	27	10.00
500 ล้านบาทขึ้นไป	21	7.78
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ จำนวน 50 - 299 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 47.78 รองลงมาได้แก่ รายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.44 มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 10.00 รายได้มากกว่า 500 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.78 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	8	2.96
3 - 5 ปี	21	7.78
6 - 8 ปี	33	12.22
9 ปีขึ้นไป	208	77.04
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดดำเนินกิจการมากกว่า 9 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 77.04 รองลงมาได้แก่ เปิดดำเนินการเป็นเวลา 6 – 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.22 เปิดดำเนินการเป็นเวลา 3 –5 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.78 เปิดดำเนินการน้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนหม้อแปลงไฟฟ้าที่ใช้

จำนวนหม้อแปลงไฟฟ้า	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	140	51.85
2 เครื่อง	67	24.81
3 เครื่อง	46	17.04
4 เครื่องขึ้นไป	17	6.30
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้หม้อแปลงไฟฟ้าจำนวน 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 51.85 รองลงมาได้แก่ ใช้หม้อแปลงไฟฟ้าจำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 24.81 ใช้หม้อแปลงไฟฟ้าจำนวน 3 เครื่อง และ 17.04 ใช้หม้อแปลงไฟฟ้าจำนวน 4 เครื่องขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดพิกัดรวมของหม้อแปลงไฟฟ้า

พิกัดรวม (KVA)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 KVA	34	12.59
501 - 1,500 KVA	173	64.07
1,501 - 3,000 KVA	36	13.33
มากกว่า 3,000 KVA	27	10.00
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้หม้อแปลงไฟฟ้าขนาดพิกัดรวม 501 - 1,500 KVA คิดเป็นร้อยละ 64.07 รองลงมาได้แก่ ใช้หม้อแปลงไฟฟ้าขนาดพิกัดรวม 1,501 - 3,000 KVA คิดเป็นร้อยละ 13.33 และน้อยกว่า 500 KVA 12.59 คิดเป็นร้อยละ 64.07 และ มากกว่า 3000 KVA คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยี่ห้อหม้อแปลงที่ใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
เอกรัฐ	78	28.89
ถิระไทย	15	5.56
เจริญชัย	124	45.93
ไทยทราโฟ	28	10.37
พงษ์พิมาน	12	4.44
ไทยแม๊กซ์เวล	39	14.44
สหพัฒนกิจ	39	14.44

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ ยี่ห้อเจริญชัย คิดเป็นร้อยละ 45.93 รองลงมาได้แก่ ใช้ยี่ห้อเอกรัฐ มีผู้ใช้คิดเป็นร้อยละ 28.29 ใช้ยี่ห้อไทยแม๊กซ์เวล คิดเป็นร้อยละ 14.44 ใช้ยี่ห้อสหพัฒนกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.44 ใช้ยี่ห้อไทยทราโฟ คิดเป็นร้อยละ 10.37 ใช้ยี่ห้อถิระไทย คิดเป็นร้อยละ 10.37 ใช้ยี่ห้อพงษ์พิมาน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งของการใช้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าใน 1 ปี

การใช้บริการ (ครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการ	20	7.41
1 ครั้ง	146	54.07
2 ครั้ง	104	38.52
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 54.07 รองลงมาได้แก่ ใช้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 38.52 และมีผู้ไม่ใช้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 7.41

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าต่อปี

ค่าใช้จ่าย (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	102	37.78
10,000 - 29,999 บาท	85	31.48
30,000 - 49,999 บาท	75	27.78
50,000 บาทขึ้นไป	8	2.96
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.78 รองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า 10,000 - 29,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.48 และ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า 30,000 - 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.78 และ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งของผู้ที่เลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	46	17.04
ผู้จัดการโรงงาน	27	10.00
ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายวิศวกรรม (หรือไฟฟ้า, ซ่อมบำรุง)	173	64.07
ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายจัดซื้อ	24	8.89
โดยรวม	270	100.00

จากตาราง 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผู้ที่เลือกผู้ให้บริการ เป็นผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายวิศวกรรม(ไฟฟ้า,ซ่อมบำรุง) คิดเป็นร้อยละ64.07 รองลงมาได้แก่ กรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 17.04 ผู้จัดการโรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ ผู้จัดการ/พนักงานฝ่ายจัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 8.89 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ได้รับข้อมูลของผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ติดตั้งหม้อแปลง	145	53.70
ผู้ผลิตหม้อแปลง	88	32.59
หน่วยงานการไฟฟ้า	61	22.59
ทาง Website	5	1.85
โฆษณาแผ่นพับ	15	5.56
บอกต่อกันมา	48	17.78

จากตาราง 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับข้อมูลของผู้ให้บริการ จากผู้ติดตั้ง หม้อแปลง คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาได้แก่ จากผู้ผลิตหม้อแปลงไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 32.59 จากหน่วยงานการไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 22.59 บอกต่อกันมา คิดเป็นร้อยละ 17.78 โฆษณาแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 5.56 ทาง Website คิดเป็นร้อยละ 1.85 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาดังแสดงในตาราง 12 – 42

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์	3.58	มาก	0.60
ด้านราคา	3.36	ปานกลาง	0.66
ด้านสถานที่	3.51	มาก	0.69
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.08	ปานกลาง	0.77
ด้านบุคลากร	3.54	มาก	0.64
ด้านกระบวนการ	3.62	มาก	0.67
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.68	มาก	0.62
โดยรวม	3.48	มาก	0.66

จากตาราง 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คุณภาพการบริการ	3.57	มาก	0.80
ความรวดเร็วในการบริการ	3.57	มาก	0.86
การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง	3.47	ปานกลาง	0.79
การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี	3.46	ปานกลาง	0.84
บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า	3.61	มาก	0.80
การรับประกันผลงาน	3.82	มาก	0.77
โดยรวม	3.58	มาก	0.60

จากตาราง 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือการรับประกันผลงาน บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า คุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ราคาค่าบริการ	3.34	ปานกลาง	0.81
ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ	3.29	ปานกลาง	0.84
ราคาของอะไหล่	3.27	ปานกลาง	0.83
ระยะเวลาในการชำระเงิน	3.41	ปานกลาง	0.79
ระยะเวลาในการยืนยันราคา	3.47	ปานกลาง	0.86
โดยรวม	3.36	ปานกลาง	0.66

จากตาราง14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลางทุกปัจจัย ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท	3.73	มาก	0.72
มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.60	มาก	0.93
มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล	3.30	ปานกลาง	0.89
มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่	3.44	ปานกลาง	0.85
โดยรวม	3.51	มาก	0.69

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และ มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูลตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
มีการโฆษณาผ่าน แผ่นพับ	3.01	ปานกลาง	0.87
มี การโฆษณาผ่าน Website	3.02	ปานกลาง	0.95
แจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี	2.96	ปานกลาง	1.02
ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.24	ปานกลาง	0.97
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ เป็น ประจำ	2.99	ปานกลาง	0.98
มีพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่	3.25	ปานกลาง	1.01
โดยรวม	3.08	ปานกลาง	0.77

จากตาราง 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยแล้วมีผลในระดับปานกลางทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า	3.55	มาก	0.82
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	3.62	มาก	0.92
วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา	3.57	มาก	0.96
พนักงานมีความตรงต่อเวลา	3.71	มาก	0.81
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.64	มาก	0.76
พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	3.61	มาก	0.78
โดยรวม	3.54	มาก	0.64

จากตาราง17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยแล้วมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ขั้นตอนการติดต่อบริการ	3.70	มาก	0.77
ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลไฟฟ้า	3.57	มาก	0.85
ขั้นตอนการเสนอราคา	3.44	ปานกลาง	0.73
ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า	3.62	มาก	0.79
ขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลง	3.54	มาก	0.75
โดยรวม	3.54	มาก	0.64

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลงไฟฟ้า ขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการเสนอราคา ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.71	มาก	0.77
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.57	มาก	0.67
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9000	3.61	มาก	0.72
ความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน	3.76	มาก	0.77
เครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย	3.73	มาก	0.73
โดยรวม	3.68	มาก	0.62

จากตาราง 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยแล้วมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทกิจการ จำแนกตาม รายได้ต่อปี และจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร /ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต /แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ผลิตภัณฑ์	3.43 ปานกลาง	3.65 มาก	3.77 มาก	3.59 มาก	3.43 ปานกลาง	3.54 มาก	3.13 ปานกลาง	3.88 มาก
ราคา	3.25 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.86 มาก	3.21 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.57 มาก
สถานที่	3.36 ปานกลาง	3.54 มาก	3.76 มาก	3.53 มาก	3.52 มาก	3.22 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.68 มาก
การส่งเสริมการตลาด	3.06 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
บุคลากร	3.53 มาก	3.44 ปานกลาง	4.05 มาก	3.59 มาก	3.51 มาก	3.31 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.87 มาก
กระบวนการ	3.41 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.87 มาก	3.51 มาก	3.48 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.69 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร /ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต /แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ลักษณะทางกายภาพ	3.70 มาก	3.70 มาก	4.00 มาก	3.42 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.53 มาก	3.75 มาก
โดยรวม	3.39 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	3.80 มาก	3.42 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.66 มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

จากตาราง 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทของกิจการ ที่มีผลในระดับมาก คือ ประเภทอุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก อุตสาหกรรมอื่นๆ ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อาหาร/ ห้องเย็น เฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมโลหะ ธุรกิจที่พักอาศัย บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

ประเภทอาหาร/ ห้องเย็น พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพบุคลากร ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทเฟอร์นิเจอร์ พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมากคือ ด้านกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่การให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ลักษณะทางกายภาพ ราคา และ การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย พบว่าปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผล ระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่การให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลระดับมากคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ประเภทอื่นๆ ปัจจัยโดยรวมมีผลในระดับมากทุกปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
คุณภาพการบริการ	3.38 ปานกลาง	3.65 มาก	3.84 มาก	3.72 มาก	3.35 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.77 มาก
ความรวดเร็วในการบริการ	3.50 มาก	3.43 ปานกลาง	3.57 มาก	3.86 มาก	3.27 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	4.19 มาก
การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง	3.31 ปานกลาง	3.65 มาก	3.27 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.62 มาก	3.17 ปานกลาง	3.96 มาก
การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี	3.31 ปานกลาง	3.52 มาก	3.75 มาก	3.22 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.88 มาก	2.92 ปานกลาง	3.85 มาก
บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า	3.44 ปานกลาง	3.70 มาก	3.95 มาก	3.50 มาก	3.54 มาก	3.62 มาก	3.17 ปานกลาง	3.69 มาก
การรับประกันผลงาน	3.63 มาก	3.98 มาก	4.23 มาก	3.75 มาก	3.65 มาก	3.63 มาก	3.25 ปานกลาง	3.85 มาก
โดยรวม	3.43 ปานกลาง	3.65 มาก	3.77 มาก	3.59 มาก	3.43 ปานกลาง	3.54 มาก	3.13 ปานกลาง	3.89 มาก

<u>หมายเหตุ</u> อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 21 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า จำแนกตามประเภทกิจการ มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมอื่นๆ อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติกรูป อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น อุตสาหกรรมโลหะ ธุรกิจที่พักอาศัย ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านความรวดเร็วในการบริการและการรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลางได้แก่ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า คุณภาพการบริการ การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปีและการบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผล ระดับมาก คือ การรับประกันผลงาน บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า คุณภาพการบริการ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ความรวดเร็วในการบริการ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ คุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้าการรับประกันผลงาน และ ด้านการบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ คุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า และการรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และการทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ การรับประกันผลงาน และบริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ คุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และการทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การบำรุงรักษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เป็นรายครั้ง การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และการรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ คุณภาพการบริการ และความรวดเร็วในการบริการ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลางในทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อย มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมากในทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ราคาค่าบริการ	3.38 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.80 มาก	3.14 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.73 มาก
ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ	3.19 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.80 มาก	3.33 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.58 มาก
ราคาของอะไหล่	3.19 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.89 มาก	3.17 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.65 มาก
ระยะเวลาในการชำระเงิน	3.25 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.86 มาก	3.17 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.50 มาก	3.42 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
ระยะเวลาในการยืนยันราคา	3.25 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.98 มาก	3.22 ปานกลาง	3.62 มาก	3.63 มาก	3.25 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
โดยรวม	3.25 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.86 มาก	3.21 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.57 มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า จำแนกตามประเภทลูกค้า มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติกรูป อุตสาหกรรมอื่นๆ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง ธุรกิจที่พักอาศัย อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมสิ่งทอ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอาหาร/ ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมากทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ระยะเวลานการยืนยันราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ราคาค่าบริการ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ ราคาของอะไหล่ และระยะเวลาในการชำระเงิน ตามลำดับ

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ปัจจัยย่อยที่มีผล ระดับปานกลาง คือ ราคาค่าบริการ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ และราคาของอะไหล่ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยทั้งหมดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลาง

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ราคาค่าบริการ ราคาของอะไหล่ และ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ และปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท	3.50 มาก	3.76 มาก	4.11 มาก	3.67 มาก	3.73 มาก	3.63 มาก	3.58 มาก	3.77 มาก
มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.50 มาก	3.48 ปานกลาง	4.07 มาก	3.69 มาก	3.58 มาก	2.88 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.69 มาก
มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล	3.06 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่	3.38 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.64 มาก	3.31 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.81 มาก
โดยรวม	3.36 ปานกลาง	3.54 มาก	3.76 ปานกลาง	3.53 มาก	3.52 มาก	3.22 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.68 มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า จำแนกตามประเภทกิจการ มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมอื่นๆ ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมโลหะ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติกรูป ธุรกิจที่พักอาศัย บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกบริการ โดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลางคือ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ และสามารถแยกประเภทได้ดังนี้ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง คือ มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติกรูป เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง คือ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับมาก คือมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางคือ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัย ด้านสถานที่ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง คือ มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ตามลำดับ

ประเภทบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าาปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล และมีหน่วยงานที่รับผดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในระดับมาก คือมี มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
มีการโฆษณาผ่าน แผ่นพับ	3.13 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
มี การโฆษณาผ่าน Website	3.25 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง
แจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี	2.88 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.19 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.56 มาก	2.92 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.50 มาก
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็น ประจำ	2.75 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	3.64 มาก	2.97 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	2.38 น้อย	2.92 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
มีพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่	3.19 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.75 มาก	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	2.38 น้อย	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
โดยรวม	3.06 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง

<u>หมายเหตุ</u> อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามกิจการ มีผลโดยรวมปานกลาง ทุกประเภท และสามารถแยกประเภทได้ดังนี้

ประเภทอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านแผ่นพับ การโฆษณาผ่าน Website การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี การให้ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ และการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ การให้ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ เรื่องการโฆษณาผ่านแผ่นพับ การโฆษณาผ่าน Website การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ และพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านแผ่นพับ การโฆษณาผ่าน Website การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี และการให้ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับน้อย คือ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ และพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ การให้ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ การแจ้งข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข่าวสารที่น่าสนใจ ปีนประจำ การโฆษณาผ่าน Website การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี และ การโฆษณาผ่านแผ่นพับ ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า	3.63 มาก	3.31 ปานกลาง	3.91 มาก	3.42 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.96 มาก
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	3.63 มาก	3.31 ปานกลาง	3.98 มาก	3.75 มาก	3.46 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	4.00 มาก
วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา	3.44 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	4.11 มาก	3.39 ปานกลาง	3.54 มาก	3.38 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.81 มาก
พนักงานมีความตรงต่อเวลา	3.50 มาก	3.57 มาก	4.20 มาก	3.81 มาก	3.69 มาก	3.63 มาก	3.25 ปานกลาง	3.77 มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.63 มาก	3.50 มาก	4.02 มาก	3.69 มาก	3.38 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.81 มาก
พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	3.38 ปานกลาง	3.50 มาก	4.07 มาก	3.47 ปานกลาง	3.69 มาก	3.50 มาก	3.58 มาก	3.85 มาก
โดยรวม	3.53 มาก	3.44 ปานกลาง	4.00 มาก	3.59 มาก	3.51 มาก	3.32 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.90 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>หมายเหตุ</u> อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

จากตาราง 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า จำแนกตามประเภทของกิจการ มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติก อุตสาหกรรมอื่นๆ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ ธุรกิจที่พักอาศัย ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย ตามลำดับ

ประเภทอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และ ความตรงต่อเวลาของพนักงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา และพนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยทีมีผลระดับมาก คือความตรงต่อเวลาของพนักงาน มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าของพนักงาน และพนักงานมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยทีมีผลระดับปานกลาง คือ วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยทีมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมาก ทุก

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยน่าเชื่อถือ ปัจจัยทีมีผลระดับมาก ด้านพนักงานมีความตรงต่อเวลา และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลปานกลาง คือ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา และพนักงานมีบุคลิกภาพ ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ พนักงานมีความตรงต่อเวลา พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ และวิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง ทั้งพนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านบุคคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ พนักงานมีความตรงต่อเวลา และพนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมาก ด้านบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ทั้งพนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา พนักงานมีความตรงต่อเวลา และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก ทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ขั้นตอนการติดต่อบริการ	3.44 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.91 มาก	3.36 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.50 มาก	3.33 ปานกลาง	3.69 มาก
ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง	3.63 มาก	3.41 ปานกลาง	3.80 มาก	3.50 มาก	3.46 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.81 มาก
ขั้นตอนการเสนอราคา	3.19 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.73 มาก	3.44 ปานกลาง	3.62 มาก	3.38 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.54 มาก
ขั้นตอนการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า	3.31 ปานกลาง	3.67 มาก	4.02 มาก	3.78 มาก	3.38 ปานกลาง	3.50 มาก	3.42 ปานกลาง	3.73 มาก
ขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลง	3.50 มาก	3.33 ปานกลาง	3.89 มาก	3.44 ปานกลาง	3.50 มาก	3.50 มาก	3.42 ปานกลาง	3.69 มาก
โดยรวม	3.41 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.87 มาก	3.5 มาก	3.48 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.7 มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า จำแนกตามประเภทของกิจการ มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติก อุตสาหกรรมอื่นๆ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง คืออุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น อุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมสิ่งทอ ธุรกิจที่พักอาศัย ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกบริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับมาก ด้านขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับปานกลางคือ ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า ขั้นตอนการเสนอราคา ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง ขั้นตอนการเสนอราคา ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ขั้นตอนการติดต่อบริการ และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลง ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยทุกด้านมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

ประเภทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการเสนอราคา และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมโลหะ เห็นว่าปัจจัย ด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการเสนอราคา และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ตามลำดับ

ประเภทธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมาก คือ ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า และ ปัจจัยยย่อที่มีผลระดับปานกลาง ปัจจัยด้านขั้นตอนการเสนอราคา และขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ตามลำดับ

ประเภทอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ทุกปัจจัย

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามประเภทกิจการ							
	อาหาร/ห้องเย็น	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	อุตสาหกรรมผลิต/แปรรูปพลาสติก	เฟอร์นิเจอร์	อุตสาหกรรมโลหะ	ธุรกิจที่พักอาศัย	บรรจุภัณฑ์	อื่นๆ
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.88 มาก	3.76 มาก	3.98 มาก	3.03 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.5 มาก	3.58 มาก	4.08 มาก
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.63 มาก	3.57 มาก	3.89 มาก	3.33 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.5 มาก	3.33 ปานกลาง	3.69 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9000	3.62 มาก	3.57 มาก	3.93 มาก	3.47 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.58 มาก	3.65 มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน	3.62 มาก	3.8 มาก	4.11 มาก	3.67 มาก	3.65 มาก	3.63 มาก	3.75 มาก	3.73 มาก
เครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย	3.75 มาก	3.80 มาก	4.11 มาก	3.61 มาก	3.42 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.62 มาก
โดยรวม	3.70 มาก	3.70 มาก	4.00 มาก	3.42 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.53 มาก	3.75 มาก

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อุตสากรรมผลิตกรอบรูป อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหรรมผลิตก๊อกน้ำ อุตสาหรรมผลิตสี อุตสาหรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหรรมฟอกสีเสื้อผ้า อุตสาหรรมผลิตเสาเข็ม อุตสาหรรมผลิตเครื่องเสียง อุตสาหรรมผลิตเทปกาว และอุตสาหรรมผลิตอาหารสัตว์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทของกิจการ มีผลโดยรวมระดับมาก คือ อุตสาหกรรมผลิต/แปรพลาสติก อุตสาหกรรมอื่นๆ อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น อุตสาหกรรมสิ่งทอ มีผลโดยรวมระดับปานกลาง คือ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจที่พักอาศัย อุตสาหกรรมโลหะ ตามลำดับ

อุตสาหกรรมอาหาร/ห้องเย็น เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก ทุกปัจจัย

อุตสาหกรรมสิ่งทอ เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก ทุกปัจจัย

อุตสาหกรรมพลาสติก เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมากทุกปัจจัย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมากคือ ด้านความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน และเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9000 ตามลำดับ

อุตสาหกรรมโลหะ เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน และปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9000 ตามลำดับ

ธุรกิจที่พักอาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน และ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ เครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย และ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9000 ตามลำดับ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ การได้รับการรองมาตรฐาน ISO 9000 และความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษา และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ทุกปัจจัย

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	50 – 299 ล้านบาท	300 – 499 ล้านบาท	500 ล้านบาทขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	3.55 มาก	3.54 มาก	3.78 มาก	3.74 มาก
ราคา	3.24 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง
สถานที่	3.49 ปานกลาง	3.52 มาก	3.68 มาก	3.40 ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	2.97 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
บุคลากร	3.62 มาก	3.66 มาก	3.43 ปานกลาง	3.62 มาก
กระบวนการ	3.50 มาก	3.56 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.71 มาก	3.65 มาก	3.67 มาก	3.70 มาก
โดยรวม	3.44 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.55 มาก	3.52 มาก

จากตาราง 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่มีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย 300-499 ล้านบาท และ มากกว่า 500 ล้านบาทขึ้นไป และที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจการที่มีรายได้ น้อยกว่า 50 ล้านบาท และ 300-499 ล้านบาท ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท ปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท ปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านสถานที่ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท ปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้าน ด้านราคา ด้านบุคลากร และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

กิจการที่มีรายได้ 500 ล้านบาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวน ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง ด้านราคา ด้านสถานที่ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 - 299 ล้านบาท	300 - 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
คุณภาพการบริการ	3.55 มาก	3.52 มาก	3.56 มาก	3.95 มาก
ความรวดเร็วในการบริการ	3.42 ปานกลาง	3.50 มาก	3.93 มาก	4.14 มาก
การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.59 มาก	3.43 ปานกลาง
การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นราย ปี	3.35 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.81 มาก	3.38 ปานกลาง
บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า	3.48 ปานกลาง	3.62 มาก	4.00 มาก	3.62 มาก
การรับประกันผลงาน	4.00 มาก	3.67 มาก	3.81 มาก	3.90 มาก
โดยรวม	3.55 มาก	3.54 มาก	3.78 มาก	3.74 มาก

จากตาราง 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

กิจการที่มีรายได้จากยอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือการรับประกันผลงาน และคุณภาพการบริการ ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และความรวดเร็วในการบริการ ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้จากยอดขาย 50 - 299 ล้านบาท ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ คุณภาพการบริการ บริการที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การรับประกันผลงาน และความรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และการบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้จากยอดขาย 300 - 499 ล้านบาท ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมากทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้จากยอดขายตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านคุณภาพการบริการ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การรับประกันผลงาน และความรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยย่อยที่ มีผลระดับปานกลาง คือ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และด้านการทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 - 299 ล้านบาท	300 - 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
ราคาค่าบริการ	3.22 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.67 มาก
ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ	3.15 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
ราคาของอะไหล่	3.14 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.57 มาก
ระยะเวลาในการชำระเงิน	3.27 ปานกลาง	3.56 มาก	3.41 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
ระยะเวลาในการยืนยันราคา	3.44 ปานกลาง	3.57 มาก	3.48 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง
โดยรวม	3.24 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทุกกลุ่ม

กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เรื่องราคาค่าบริการ ราคาของอะไหล่ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ราคาค่าบริการ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ และราคาของอะไหล่ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไปเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ราคาค่าบริการ และราคาของอะไหล่ ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 – 299 ล้านบาท	300 – 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท	3.70 มาก	3.76 มาก	3.78 มาก	3.62 มาก
มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.74 มาก	3.52 มาก	3.63 มาก	3.38 ปานกลาง
มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล	3.17 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่	3.34 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.93 มาก	3.48 ปานกลาง
โดยรวม	3.49 ปานกลาง	3.52 มาก	3.68 มาก	3.40 ปานกลาง

จากตาราง 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท และกิจการที่มีรายได้ ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ และมี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ และมี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาทเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีในระดับมาก คือ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถาม ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไปเห็นว่าปัจจัย ด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ การมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และมี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 – 299 ล้านบาท	300 – 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
มีการโฆษณาผ่าน แผ่นพับ	2.92 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
มี การโฆษณาผ่าน Website	2.83 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.56 มาก	3.52 มาก
แจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี	2.84 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.62 มาก
ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.20 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.56 มาก	3.67 มาก
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ เป็น ประจำ	2.88 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง
มีพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่	3.17 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
โดยรวม	2.97 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง

จากตาราง 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย

กิจการที่มีรายได้ น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือด้านการให้ส่วนลด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในกรณีเป็นลูกค้าประจำ และการโฆษณาผ่าน Website ปัจจัยย่อยที่มีระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านแผ่นพับ การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ และพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือให้ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี และการโฆษณาผ่าน Website ปัจจัยย่อยที่มีผลปานกลาง ทั้งเรื่องการโฆษณาผ่านแผ่นพับ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ และพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่ ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 - 299 ล้านบาท	300 - 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า	3.54 มาก	3.70 มาก	3.04 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำ ข้อมูล	3.59 มาก	3.64 มาก	3.44 ปานกลาง	3.81 มาก
วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา	3.70 มาก	3.50 มาก	3.56 มาก	3.48 ปานกลาง
พนักงานมีความตรงต่อเวลา	3.54 มาก	3.84 มาก	3.63 มาก	3.76 มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.63 มาก	3.65 มาก	3.48 ปานกลาง	3.86 มาก
พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	3.70 มาก	3.63 มาก	3.41 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
โดยรวม	3.62 มาก	3.66 มาก	3.43 ปานกลาง	3.62 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท กิจการที่มีรายได้ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้าน มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ด้านพนักงานมีความตรงต่อเวลา และวิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลในการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความตรงต่อเวลา และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ทั้งพนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา และบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านกระบวน	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 - 299 ล้านบาท	300 - 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
ขั้นตอนการติดต่อบริการ	3.41 ปานกลาง	3.60 มาก	3.70 มาก	3.19 ปานกลาง
ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง	3.59 มาก	3.54 มาก	3.56 มาก	3.62 มาก
ขั้นตอนการเสนอราคา	3.42 ปานกลาง	3.51 มาก	3.37 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง
ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า	3.74 มาก	3.54 มาก	3.41 ปานกลาง	3.81 มาก
โดยรวม	3.50 มาก	3.56 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก

จากตาราง 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

กิจการที่มีรายได้น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่า ปัจจัย ด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผในระดับมาก คือ ด้านขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง และขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ทั้งขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการเสนอราคา และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัย ด้านกระบวนการการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก คือ ตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการเสนอราคา ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ขั้นตอนการติดต่อบริการ และขั้นตอนการเสนอราคา ตามลำดับ

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลจำแนกตามรายได้ต่อปี			
	< 50 ล้านบาท	50 - 299 ล้านบาท	300 - 499 ล้านบาท	≥ 500 ล้านบาท
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.69 มาก	3.72 มาก	3.67 มาก	3.81 มาก
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.59 มาก	3.59 มาก	3.44 ปานกลาง	3.52 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9000	3.68 มาก	3.57 มาก	3.70 มาก	3.48 ปานกลาง
ความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน	3.82 มาก	3.71 มาก	3.70 มาก	3.95 มาก
เครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย	3.78 มาก	3.67 มาก	3.85 มาก	3.71 มาก
โดยรวม	3.71 มาก	3.65 มาก	3.67 มาก	3.70 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

กิจการที่มีรายได้ น้อยกว่า 50 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 50 - 299 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับมากทุกปัจจัย

กิจการที่มีรายได้ 300 - 499 ล้านบาท เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริกา ร การได้รับการรองมาตรฐาน ISO 9000 ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษา และความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ตามลำดับ ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้ ตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของ ผู้ให้บริการ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษา และความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลในปานกลาง คือ การได้รับการรองมาตรฐาน ISO 9000 ตามลำดับ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	น้อยกว่า 3 ปี	3 -5ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	3.33 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.65 มาก
ราคา	3.15 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	3.58 มาก	3.37 ปานกลาง
สถานที่	3.25 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.60 มาก	3.53 มาก
การส่งเสริมการตลาด	2.92 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
บุคลากร	3.29 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.55 มาก	3.67 มาก
กระบวนการ	3.25 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.59 มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.30 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.78 มาก	3.70 มาก
โดยรวม	3.21 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.51 มาก

จากตาราง 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในดำเนินลูกค้า มีผลรวมในระดับมาก คือ 9 ปีขึ้นไป มีผลรวมในระดับปานกลาง 6-8ปี 3-5ปี และ น้อยกว่า 3 ปี

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 3 ปี ปัจจัยมีผลระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลโดยรวมในระดับปานกลางทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 3 - 5 ปี ปัจจัยมีผลระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 6 - 8 ปี มีผลปัจจัยระดับมาก คือ การเลือกผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ และด้านราคา ปัจจัยมีผลระดับปานกลาง ผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน9 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลระดับมาก กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยมีผลระดับปานกลาง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตาราง 37 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
คุณภาพการบริการ	3.25 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.66 มาก
ความรวดเร็วในการบริการ	3.25 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.66 มาก
การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง	3.25 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.54 มาก
การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี	3.25 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.52 มาก
บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า	3.50 มาก	3.48 ปานกลาง	3.55 มาก	3.64 มาก
การรับประกันผลงาน	3.50 มาก	3.71 มาก	3.64 มาก	3.87 มาก
โดยรวม	3.33 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.65 มาก

จากตาราง 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่เปิด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านการให้บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า และ การรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง คือ คุณภาพการบริการ บำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และ การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และความรวดเร็วในการบริการ ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านการรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ คุณภาพการบริการ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง การทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี และความรวดเร็วในการบริการ ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัย ย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านบริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า และการรับประกันผลงาน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านคุณภาพการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และด้านการทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยทีมีผลระดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ด้านคุณภาพการบริการ บริการที่ต่อเนื่องกับหม้อแปลงไฟฟ้า การรับประกันผลงาน ความรวดเร็วในการบริการ การบำรุงรักษาเป็นรายครั้ง และการทำสัญญาบำรุงรักษาเป็นรายปี ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 38 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
ราคาค่าบริการ	3.25 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง
ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ	3.25 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.52 มาก	3.26 ปานกลาง
ราคาของอะไหล่	3.25 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.61 มาก	3.25 ปานกลาง
ระยะเวลาในการชำระเงิน	3.00 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	3.76 มาก	3.42 ปานกลาง
ระยะเวลาในการยืนยันราคา	3.00 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	3.76 มาก	3.51 มาก
โดยรวม	3.15 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	3.58 มาก	3.37 ปานกลาง

จากตารางที่ 38พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ เรื่องราคาของอะไหล่ ราคาค่าขนส่งในการนำส่งบริการ ระยะเวลาในการยืนยันราคา และระยะเวลาในการชำระเงิน ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคาค่าบริการ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ระยะเวลาในการยืนยันราคา ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ราคาค่าบริการ ราคาอะไหล่ ราคาค่าขนส่ง และระยะเวลาในการชำระเงิน ตามลำดับ

ตาราง 39 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.91 มาก	3.75 มาก
มี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.50 มาก	3.38 ปานกลาง	3.73 มาก	3.60 มาก
มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล	2.75 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่	3.50 มาก	3.43 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง
โดยรวม	3.25 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.60 มาก	3.53 มาก

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 – 5 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านการมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลางทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 9 ปีเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ด้านการมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ด้านการมี Service Call Center ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่ มี E-Mail ในการติดต่อสอบถามข้อมูล ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
มีการโฆษณาผ่าน แผ่นพับ	2.75 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
มี การโฆษณาผ่าน Website	2.50 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
แจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี	3.25 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
ส่วนลดในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.25 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง
มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ เป็น ประจำ	2.75 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
มีพนักงานแนะนำบริการถึงสถานที่	3.00 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.67 มาก	3.20 ปานกลาง
โดยรวม	2.92 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง

จากตาราง 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการมีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านมีพนักงานแนะนำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการถึงสถานที่ ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือเรื่องการโฆษณาผ่านแผ่นพับ การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเป็นประจำ การให้ส่วนลดกรณีเป็นลูกค้าประจำ การแจกอะไหล่ฟรีสำหรับสัญญาบริการประจำปี และการโฆษณาผ่าน Website ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้น เห็นว่าไปปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางทุกปัจจัย

ตาราง 41 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า	3.00 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.64 มาก	3.58 มาก
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	3.50 มาก	3.57 มาก	3.58 มาก	3.63 มาก
วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา	3.50 มาก	3.05 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.65 มาก
พนักงานมีความตรงต่อเวลา	3.50 มาก	3.52 มาก	3.70 มาก	3.74 มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.00 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.55 มาก	3.72 มาก
พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	3.25 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.68 มาก
โดยรวม	3.29 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.55 มาก	3.67 ปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปีเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ด้านวิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล และพนักงานมีความตรงต่อเวลา ปัจจัยย่อยที่มีผลระดับปานกลาง คือ บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปีเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล และพนักงานมีความตรงต่อเวลา ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า วิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ มีผลระดับมาก คือพนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงานมีความตรงต่อเวลา พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลางคือ มีวิศวกรให้คำแนะนำในการบำรุงรักษา และ บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือของพนักงาน ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไปเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมากทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 42 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
ขั้นตอนการติดต่อบริการ	3.50 มาก	3.29 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.58 มาก
ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลงไฟฟ้า	3.25 ปานกลาง	3.67 มาก	3.36 ปานกลาง	3.60 มาก
ขั้นตอนการเสนอราคา	3.00 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.51 มาก
ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อแปลงไฟฟ้า	3.25 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.70 มาก
ขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.67 มาก	3.54 มาก
โดยรวม	3.25 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.59 มาก

จากตาราง 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้น กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางไป กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ โดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการติดต่อ ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลงไฟฟ้า ขั้นตอนการเสนอราคา ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ปัจจัยย่อยที่ มีผลระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการเสนอราคา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้า และขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้าตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลระดับมาก คือ ขั้นตอนการส่งรายงานการบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า ปัจจัยย่อย มีผลในระดับปานกลาง ขั้นตอนการติดต่อบริการ ขั้นตอนการตรวจสอบหม้อแปลง ขั้นตอนการเสนอราคา และขั้นตอนการบำรุงรักษาแปลงหม้อไฟฟ้าตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลมากทุกปัจจัย

ตาราง 43 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและแปลผลตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ			
	< 3 ปี	3 - 5 ปี	6 - 8 ปี	9 ปีขึ้นไป
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.50 มาก	3.24 ปานกลาง	3.70 มาก	3.77 มาก
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.25 ปานกลาง	3.52 มาก	3.64 มาก	3.58 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9000	3.25 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.82 มาก	3.61 มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน	3.25 ปานกลาง	3.57 มาก	3.82 มาก	3.79 มาก
เครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษาที่ทันสมัย	3.25 ปานกลาง	3.67 มาก	3.91 มาก	3.73 มาก
โดยรวม	3.30 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.78 มาก	3.70 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้ของกิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป กิจการที่มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการไม่เกิน 3 ปี เห็นว่าปัจจัย ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางคือ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษา การได้รับรองมาตรฐาน ISO 9000 และความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 3 – 5 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก คือ ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์บำรุงรักษา และความสะอาดเรียบร้อยของการทำงาน ปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และการได้รับรองมาตรฐาน ISO 9000 ตามลำดับ

กิจการที่เปิดดำเนินการ 6 – 8 ปี เห็นว่าปัจจัย ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมากทุกปัจจัย

กิจการที่เปิดดำเนินการ 9 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยส่วนด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยมีผลระดับมากทุกปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved