

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาวิจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|--------------|
| ชาย | 98 | 54.4 |
| หญิง | 82 | 45.6 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน เป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 เพศหญิง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------------|
| 20 ปี หรือต่ำกว่า | 12 | 6.7 |
| 21 – 30 ปี | 61 | 33.9 |
| 31 – 40 ปี | 57 | 31.7 |
| 41 – 50 ปี | 36 | 20.0 |
| มากกว่า 50 ปี | 14 | 7.8 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า น้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|------------|--------------|
| ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า | 5 | 2.8 |
| มัธยมศึกษาตอนต้น | 10 | 5.6 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย | 23 | 12.8 |
| อนุปริญญา | 31 | 17.2 |
| ปริญญาตรี หรือสูงกว่า | 111 | 61.7 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 111 คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมา ระดับการศึกษาอนุปริญญา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า น้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------------|
| ข้าราชการ | 24 | 13.3 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 30 | 16.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 42 | 23.3 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 50 | 27.8 |
| อื่นๆ | 34 | 18.9 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอาชีพข้าราชการ น้อยที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

| รายได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------------|
| 10,000 บาท หรือน้อยกว่า | 22 | 12.2 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 74 | 41.1 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 39 | 21.7 |
| 30,001 – 40,000 บาท | 19 | 10.6 |
| มากกว่า 40,000 บาท | 26 | 14.4 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมารายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และรายได้ 30,001-40,000 บาท น้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี

| ความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------------|
| 1 ครั้ง | 53 | 29.4 |
| 2 ครั้ง | 84 | 46.7 |
| 3 ครั้ง | 32 | 17.8 |
| 4 ครั้ง | 8 | 4.4 |
| 5 ครั้ง หรือมากกว่า | 3 | 1.7 |
| รวม | 180 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่มีผู้มาใช้บริการ 2 ครั้ง/ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาผู้มาใช้บริการ 1 ครั้ง/ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และผู้มาใช้บริการ 5 ครั้งหรือมากกว่า น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการลูกค้าของ ผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ

| ปัจจัยทางการตลาดบริการ | ระดับความคิดเห็น | | |
|---------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ด้านการบริการ | 4.27 | 0.46 | มาก |
| 2. ด้านราคา | 4.20 | 0.50 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่ | 3.93 | 0.76 | มาก |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.88 | 0.59 | มาก |
| 5. ด้านบุคลากร | 4.41 | 0.75 | มาก |
| 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ | 3.99 | 1.08 | มาก |
| 7. ด้านกระบวนการให้บริการ | 4.40 | 0.54 | มาก |
| ภาพรวม | 4.15 | 0.66 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.40$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านการบริการ

| ด้านการบริการ | ระดับความคิดเห็น | | |
|------------------------------------|------------------|------|-------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. สถานบริการมีช่างที่ชำนาญงาน | 4.15 | 0.62 | มาก |
| 2. งานซ่อมมีคุณภาพ | 4.26 | 0.61 | มาก |
| 3. มีการรับประกันหลังซ่อม | 4.28 | 0.61 | มาก |
| 4. ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ | 4.42 | 0.57 | มาก |
| ภาพรวม | 4.27 | 0.46 | มาก |

จากตารางที่ 4.8 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ มีการรับประกันหลังซ่อม ($\bar{X} = 4.28$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สถานบริการมีช่างที่ชำนาญงาน ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา

| ด้านราคา | ระดับความคิดเห็น | | |
|--------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ราคาต่ำแรง มีความเหมาะสม | 4.12 | 0.60 | มาก |
| 2. ราคาต่ำอะไหล่ มีความเหมาะสม | 4.14 | 0.59 | มาก |
| 3. มีการแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า | 4.18 | 0.69 | มาก |
| 4. การเสนอราคา ถูกต้อง ชัดเจน | 4.36 | 0.60 | มาก |
| ภาพรวม | 4.20 | 0.50 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเสนอราคา ถูกต้อง ชัดเจน ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า ($\bar{X} = 4.18$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาต่ำแรงมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านสถานที่

| ด้านสถานที่ | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|------|-------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. สถานที่ตั้งสะดวกต่อการมาใช้บริการ | 4.24 | 0.72 | มาก |
| 2. พื้นที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย | 4.09 | 0.77 | มาก |
| 3. สถานที่กว้างขวาง ปลอดภัย | 3.85 | 0.93 | มาก |
| 4. มีห้องพักรับรองลูกค้า | 3.58 | 1.25 | มาก |
| ภาพรวม | 3.93 | 0.75 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการมาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือ พื้นที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.09$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีห้องพักรับรองลูกค้า ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านส่งเสริมการตลาด | ระดับความคิดเห็น | | |
|-------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. บริการรับ-ส่งรถที่นำมาซ่อม | 3.97 | 0.83 | มาก |
| 2. มีส่วนลด ค่าแรง ค่าอะไหล่ | 3.89 | 0.74 | มาก |
| 3. มีการรับประกันงานซ่อม | 4.25 | 0.68 | มาก |
| 4. มีการแจกของสมนาคุณ | 3.44 | 0.99 | ปานกลาง |
| ภาพรวม | 3.88 | 0.59 | มาก |

จากตารางที่ 4.11 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากคือ มีการรับประกันงานซ่อม ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ บริการรับ - ส่งรถที่นำมาซ่อม ($\bar{X} = 3.97$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการแจกของสมนาคุณ ($\bar{X} = 3.44$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านบุคลากร

| ด้านบุคลากร | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ช่างมีความรู้ ความชำนาญในการซ่อม | 4.33 | 2.39 | มาก |
| 2. ช่างมีความละเอียด รอบคอบในการซ่อม | 4.29 | 0.66 | มาก |
| 3. พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ | 4.54 | 0.61 | มากที่สุด |
| 4. เจ้าของกิจการให้คำแนะนำได้กระจ่าง ชัดเจน | 4.49 | 0.62 | มาก |
| ภาพรวม | 4.41 | 0.75 | มาก |

จากตารางที่ 4.12 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดคือ พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมาอยู่ในระดับมากคือ เจ้าของกิจการให้คำแนะนำได้กระจ่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.49$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่างมีความละเอียดรอบคอบในการซ่อม ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพ

| ด้านลักษณะทางกายภาพ | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ความมีชื่อเสียงของสถานบริการ | 4.33 | 3.07 | มาก |
| 2. สถานบริการมีเครื่องมือที่ทันสมัยได้มาตรฐาน | 4.03 | 0.81 | มาก |
| 3. มีการจัดพื้นที่ในการซ่อมอย่างเป็นระเบียบ | 3.98 | 0.87 | มาก |
| 4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรถลูกค้า | 3.63 | 1.23 | มาก |
| ภาพรวม | 3.99 | 1.08 | มาก |

จากตารางที่ 4.13 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความมีชื่อเสียงของสถานบริการ ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาคือ สถานบริการมีเครื่องมือที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.03$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรถลูกค้า ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางการตลาดบริการ
ด้านกระบวนการให้บริการ

| ด้านกระบวนการให้บริการ | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. มีการนัดหมายล่วงหน้าก่อนนำรถเข้าซ่อม | 4.37 | 0.68 | มาก |
| 2. ออกเอกสาร รับรถ-ส่งรถ พร้อมตรวจสภาพ | 4.47 | 0.63 | มาก |
| 3. มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนการส่งมอบคืน | 4.38 | 0.64 | มาก |
| 4. ออกใบเสร็จให้ลูกค้าตรวจสอบงานซ่อม | 4.42 | 0.62 | มาก |
| ภาพรวม | 4.40 | 0.54 | มาก |

จากตารางที่ 4.14 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ออกเอกสาร รับรถ - ส่งรถ พร้อมตรวจสภาพ ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมา คือออกใบเสร็จพร้อมให้ลูกค้าตรวจสอบงานซ่อม ($\bar{X} = 4.42$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการนัดหมายล่วงหน้าก่อนนำรถเข้าซ่อม ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า
ของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | ระดับประสิทธิภาพ | | |
|---------------------------|------------------|------|-------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ด้านความรวดเร็ว | 4.43 | 0.93 | มาก |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | 4.36 | 0.49 | มาก |
| 3. ด้านความเสมอภาค | 3.93 | 0.56 | มาก |
| 4. ด้านความยุติธรรม | 4.30 | 0.53 | มาก |
| ภาพรวม | 4.25 | 0.93 | มาก |

จากตารางที่ 4.15 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการในภาพ
รวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ ด้านความมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.36$)
ด้านความยุติธรรม ($\bar{X} = 4.30$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านความเสมอภาค ($\bar{X} = 3.93$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ด้านความรวดเร็ว

| ด้านความรวดเร็ว | ระดับประสิทธิภาพ | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ให้บริการซ่อมด้วยความรวดเร็ว ฉับไว | 4.67 | 3.08 | มากที่สุด |
| 2. ซ่อมเสร็จตามกำหนด | 4.56 | 0.58 | มากที่สุด |
| 3. ใช้เวลาจัดหอะไหล่ รวดเร็ว | 4.28 | 0.64 | มาก |
| 4. เสนอราคาให้บริษัทประกันภัย รวดเร็ว | 4.23 | 0.66 | มาก |
| ภาพรวม | 4.43 | 0.93 | มาก |

จากตารางที่ 4.16 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพ ด้านความรวดเร็วในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ให้บริการซ่อมด้วยความรวดเร็ว ฉับไว ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาคือ ซ่อมเสร็จตามกำหนด ($\bar{X} = 4.56$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เสนอราคาให้บริษัทประกันภัยรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.23$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ของผู้ซ่อมสี่รถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ด้านความมีคุณภาพ

| ด้านความมีคุณภาพ | ระดับประสิทธิภาพ | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ให้บริการซ่อมด้วยความรวดเร็ว จับใจ | 4.29 | 0.58 | มาก |
| 2. ซ่อมเสร็จตามกำหนด | 4.34 | 0.62 | มาก |
| 3. ใช้เวลาจัดหาอะไหล่ รวดเร็ว | 4.36 | 0.62 | มาก |
| 4. เสนอราคาให้บริษัทประกันภัย รวดเร็ว | 4.46 | 0.59 | มาก |
| ภาพรวม | 4.36 | 0.49 | มาก |

จากตารางที่ 4.17 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพ ด้านความมีคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ งานซ่อมมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ ที่เปลี่ยนมีคุณภาพตามที่ต้องการ ($\bar{X} = 4.36$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สถานบริการใช้สีที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ของผู้ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ด้านความเสมอภาค

| ด้านความเสมอภาค | ระดับประสิทธิภาพ | | |
|--|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. สถานบริการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง | 4.08 | 0.69 | มาก |
| 2. ให้บริการช่วยเหลือนอกเวลาทำการ | 3.94 | 0.76 | มาก |
| 3. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเคลมประกัน | 4.21 | 0.66 | มาก |
| 4. บริการรถใช้งานระหว่างซ่อม | 3.52 | 1.31 | มาก |
| ภาพรวม | 3.93 | 0.56 | มาก |

จากตารางที่ 4.18 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความเสมอภาคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเคลมประกัน ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ สถานบริการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ($\bar{X} = 4.08$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ บริการรถใช้งานระหว่างซ่อม ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ของผู้ซ่อมสัรรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ด้านความยุติธรรม

| ด้านความยุติธรรม | ระดับประสิทธิภาพ | | |
|---|------------------|-------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | แปลผล |
| 1. ค่าแรงมีความยุติธรรม | 4.23 | 0.63 | มาก |
| 2. ค่าอะไหล่มีความยุติธรรม | 4.23 | 0.65 | มาก |
| 3. จัดอะไหล่ที่มีมาตรฐานตามต้องการ | 4.41 | 0.63 | มาก |
| 4. เสนอราคาในรายการที่มีความเสียหายเท่านั้น | 4.36 | 0.64 | มาก |
| ภาพรวม | 4.30 | 0.53 | มาก |

จากตารางที่ 4.19 พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความยุติธรรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จัดอะไหล่ที่มีมาตรฐานตามต้องการ ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ เสนอราคาในรายการที่มีความเสียหายเท่านั้น ($\bar{X} = 4.36$) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ค่าอะไหล่มีความยุติธรรม ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ



ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของ
อู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัดวินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไป
ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี โดยใช้สถิติค่า
t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามเพศ

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | เพศ | | | | t | sig |
|---------------------------|-------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|
| | ชาย (n =98) | | หญิง (n = 82) | | | |
| | \bar{X} | S.D | \bar{X} | S.D | | |
| 1. ด้านความรวดเร็ว | 4.46 | 1.18 | 4.39 | 0.51 | 0.49 | 0.61 |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | 4.33 | 0.47 | 4.39 | 0.51 | -0.84 | 0.39 |
| 3. ด้านความเสมอภาค | 3.88 | 0.55 | 4.00 | 0.57 | -1.45 | 0.14 |
| 4. ด้านความยุติธรรม | 4.24 | 0.51 | 4.32 | 0.55 | -0.40 | 0.68 |
| ภาพรวม | 4.24 | 0.49 | 4.28 | 0.43 | -0.52 | 0.60 |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการ
ให้บริการในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอยู่ช่อมสิรยนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามอายุ

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | แหล่งของ ความ แปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig |
|---------------------------|-----------------------------|---------|-----|-------|--------|-------|
| 1. ด้านความรวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 9.124 | 4 | 2.281 | 2.700* | 0.032 |
| | ภายในกลุ่ม | 147.861 | 175 | 0.845 | | |
| | รวม | 156.984 | 179 | | | |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 0.647 | 4 | 0.162 | 0.667 | 0.616 |
| | ภายในกลุ่ม | 42.388 | 175 | 0.242 | | |
| | รวม | 43.034 | 179 | | | |
| 3. ด้านความเสมอภาค | ระหว่างกลุ่ม | 0.357 | 4 | 0.089 | 0.274 | 0.895 |
| | ภายในกลุ่ม | 57.033 | 175 | 0.326 | | |
| | รวม | 57.390 | 179 | | | |
| 4. ด้านความยุติธรรม | ระหว่างกลุ่ม | 0.388 | 4 | 0.097 | 0.034 | 0.851 |
| | ภายในกลุ่ม | 49.931 | 175 | 0.285 | | |
| | รวม | 50.319 | 179 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.752 | 4 | 0.188 | 0.848 | 0.496 |
| | ภายในกลุ่ม | 38.768 | 175 | 0.222 | | |
| | รวม | 39.520 | 179 | | | |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรวดเร็วมีประสิทธิภาพในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe's method) ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์
ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่
(Scheffe's method) ด้านความรวดเร็ว จำแนกตามอายุ

| กลุ่มอายุ | \bar{X} | กลุ่มอายุ | | | | |
|-------------------|-----------|---------------|----------|----------|----------|---------------|
| | | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | มากกว่า 50 ปี |
| 20 ปี หรือต่ำกว่า | 4.33 | - | * | * | * | * |
| 21-30 ปี | 4.43 | | - | - | - | * |
| 31-40 ปี | 4.35 | | | - | * | * |
| 41-50 ปี | 4.31 | | | | - | * |
| มากกว่า 50 ปี | 5.19 | | | | | - |

จากตารางที่ 4.22 พบว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความรวดเร็ว แตกต่างกับลูกค้าอายุระหว่าง 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการด้านความรวดเร็ว แตกต่างกับลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี และลูกค้าอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการด้านความรวดเร็ว แตกต่างกับลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอุ้มฮอนยอนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามระดับการศึกษา

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | แหล่งของ ความ แปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig |
|---------------------------|-----------------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านความรวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 1.725 | 4 | 0.431 | 0.486 | 0.746 |
| | ภายในกลุ่ม | 155.259 | 175 | 0.887 | | |
| | รวม | 156.984 | 179 | | | |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 1.739 | 4 | 0.435 | 1.842 | 0.123 |
| | ภายในกลุ่ม | 41.296 | 175 | 0.236 | | |
| | รวม | 43.034 | 179 | | | |
| 3. ด้านความเสมอภาค | ระหว่างกลุ่ม | 1.375 | 4 | 0.344 | 1.074 | 0.371 |
| | ภายในกลุ่ม | 56.015 | 175 | 0.320 | | |
| | รวม | 57.390 | 179 | | | |
| 4. ด้านความยุติธรรม | ระหว่างกลุ่ม | 1.015 | 4 | 0.254 | 0.901 | 0.465 |
| | ภายในกลุ่ม | 49.305 | 175 | 0.282 | | |
| | รวม | 50.319 | 179 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.788 | 4 | 0.197 | 0.890 | 0.471 |
| | ภายในกลุ่ม | 38.731 | 175 | 0.221 | | |
| | รวม | 39.520 | 179 | | | |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามอาชีพ

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | แหล่งของ ความ แปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig |
|---------------------------|-----------------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านความรวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 3.360 | 4 | 0.840 | 0.957 | 0.433 |
| | ภายในกลุ่ม | 153.624 | 175 | 0.878 | | |
| | รวม | 156.984 | 179 | | | |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 1.108 | 4 | 0.277 | 1.157 | 0.332 |
| | ภายในกลุ่ม | 41.926 | 175 | 0.240 | | |
| | รวม | 43.034 | 179 | | | |
| 3. ด้านความเสมอภาค | ระหว่างกลุ่ม | 1.361 | 4 | 0.340 | 1.063 | 0.377 |
| | ภายในกลุ่ม | 56.030 | 175 | 0.320 | | |
| | รวม | 57.390 | 179 | | | |
| 4. ด้านความยุติธรรม | ระหว่างกลุ่ม | 0.768 | 4 | 0.192 | 0.678 | 0.608 |
| | ภายในกลุ่ม | 49.552 | 175 | 0.283 | | |
| | รวม | 50.319 | 179 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 1.354 | 4 | 0.339 | 1.552 | 0.189 |
| | ภายในกลุ่ม | 38.165 | 175 | 0.218 | | |
| | รวม | 39.520 | 179 | | | |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการ
ให้บริการ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์
ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามรายได้

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | แหล่งของ ความ แปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig |
|---------------------------|-----------------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านความรวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 3.387 | 4 | 0.847 | 0.965 | 0.428 |
| | ภายในกลุ่ม | 153.598 | 175 | 0.878 | | |
| | รวม | 156.984 | 179 | | | |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 0.951 | 4 | 0.238 | 0.988 | 0.415 |
| | ภายในกลุ่ม | 42.084 | 175 | 0.240 | | |
| | รวม | 43.034 | 179 | | | |
| 3. ด้านความเสมอภาค | ระหว่างกลุ่ม | 0.539 | 4 | 0.135 | 0.415 | 0.798 |
| | ภายในกลุ่ม | 56.852 | 175 | 0.325 | | |
| | รวม | 57.390 | 179 | | | |
| 4. ด้านความยุติธรรม | ระหว่างกลุ่ม | 1.938 | 4 | 0.485 | 1.753 | 0.141 |
| | ภายในกลุ่ม | 48.381 | 175 | 0.276 | | |
| | รวม | 50.319 | 179 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.583 | 4 | 0.146 | 0.655 | 0.624 |
| | ภายในกลุ่ม | 38.936 | 175 | 0.222 | | |
| | รวม | 39.520 | 179 | | | |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการ
ให้บริการ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี

| ประสิทธิภาพในการให้บริการ | แหล่งของความแปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig |
|---------------------------|---------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านความรวดเร็ว | ระหว่างกลุ่ม | 6.457 | 4 | 1.614 | 1.877 | 0.117 |
| | ภายในกลุ่ม | 150.527 | 175 | 0.860 | | |
| | รวม | 156.984 | 179 | | | |
| 2. ด้านความมีคุณภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 1.141 | 4 | 0.285 | 1.192 | 0.316 |
| | ภายในกลุ่ม | 1.141 | 175 | 0.239 | | |
| | รวม | 43.034 | 179 | | | |
| 3. ด้านความเสมอภาค | ระหว่างกลุ่ม | 0.300 | 4 | 0.075 | 0.230 | 0.921 |
| | ภายในกลุ่ม | 57.090 | 175 | 0.326 | | |
| | รวม | 57.390 | 179 | | | |
| 4. ด้านความยุติธรรม | ระหว่างกลุ่ม | 0.604 | 4 | 0.151 | 0.531 | 0.713 |
| | ภายในกลุ่ม | 49.716 | 175 | 0.284 | | |
| | รวม | 50.319 | 179 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 1.215 | 4 | 0.304 | 1.388 | 0.240 |
| | ภายในกลุ่ม | 38.304 | 175 | 0.219 | | |
| | รวม | 39.520 | 179 | | | |

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ลูกค้าที่มีความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ตารางที่ 4.27 ค่าความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

| ปัจจัยทางการตลาดบริการ | b | S _E | Beta | t | Sig |
|------------------------|-------|----------------|-------|-------|-------|
| ด้านการบริการ | 0.243 | 0.063 | 0.241 | 3.868 | 0.000 |
| ด้านราคา | 0.119 | 0.060 | 0.127 | 1.968 | 0.051 |
| ด้านสถานที่ | 0.187 | 0.041 | 0.298 | 4.521 | 0.000 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 0.103 | 0.056 | 0.131 | 1.819 | 0.071 |
| ด้านบุคลากร | 0.028 | 0.034 | 0.046 | 0.840 | 0.402 |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 0.007 | 0.026 | 0.017 | 0.288 | 0.774 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | 0.279 | 0.058 | 0.322 | 4.799 | 0.000 |

$$\text{ค่าคงที่ (a)} = 0.202$$

$$\text{Adjust R Square (R}^2\text{)} = 0.589$$

$$\text{สมการในการพยากรณ์นี้คือ } Y = a + b X_1$$

$$Y = 0.202 + 0.243 X_1 + 0.187 X_2 + 0.279 X_3$$

เมื่อ Y แทน ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า

X₁ แทน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการบริการ

X₂ แทน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่

X₃ แทน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีประสิทธิภาพของการพยากรณ์ร้อยละ 58.9 และสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณ โดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$Y = 0.202 + 0.243 X_1 + 0.187 X_2 + 0.279 X_3$$

สมการถดถอยที่คำนวณ โดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z = 0.241 X_1 + 0.298 X_2 + 0.322 X_3$$