

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ ดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

| | | |
|-----------|---------|--|
| n | หมายถึง | จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ตัวเลข | หมายถึง | ความถี่ หรือ ค่าร้อยละ |
| \bar{X} | หมายถึง | ค่าเฉลี่ย |
| SD | หมายถึง | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| t | หมายถึง | การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย |
| F | หมายถึง | การวิเคราะห์ความแปรปรวน |
| * | หมายถึง | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ |
| ** | หมายถึง | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ |

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p. 160)

| ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-----------|--------------------------------|
| 1.00-1.49 | มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด |
| 1.50-2.49 | มีความคิดเห็นในระดับน้อย |
| 2.50-3.49 | มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง |
| 3.50-4.49 | มีความคิดเห็นในระดับมาก |
| 4.50-5.00 | มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด |

การวิเคราะห์ข้อมูล ความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าใน
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อ
รถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|---------------|
| เพศ | | |
| 1. ชาย | 165 | 42.97 |
| 2. หญิง | 219 | 57.03 |
| รวม | 384 | 100.00 |
| อายุ | | |
| 1. ต่ำกว่า 30 ปี | 78 | 20.31 |
| 2. 30 - 40 ปี | 185 | 48.18 |
| 3. 41 - 50 ปี | 62 | 16.15 |
| 4. มากกว่า 50 ปี | 59 | 15.36 |
| รวม | 384 | 100.00 |
| สถานภาพสมรส | | |
| 1. โสด | 158 | 41.15 |
| 2. สมรส | 188 | 48.96 |
| 3. หม้าย/หย่าร้าง | 38 | 9.90 |
| รวม | 384 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 80 | 20.83 |
| 2. ปริญญาตรี | 213 | 55.47 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 91 | 23.70 |
| รวม | 384 | 100.00 |
| อาชีพ | | |
| 1. พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | 121 | 31.51 |
| 2. อาชีพส่วนตัว | 101 | 26.30 |
| 3. รับจ้าง | 143 | 37.24 |
| 4. อื่น ๆ | 19 | 4.95 |
| รวม | 384 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (ต่อ)

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|---------------|
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท | 67 | 17.45 |
| 2. 15,000 – 25,000 บาท | 102 | 26.56 |
| 3. 25,001 – 35,000 บาท | 119 | 30.99 |
| 4. มากกว่า 35,000 บาท | 96 | 25.00 |
| รวม | 384 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 ลูกค้ำที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.03 อายุ 30– 40 ปี ร้อยละ 48.18 รองลงมาต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 20.31 และน้อยที่สุดมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 15.36 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 48.96 รองลงมา โสด ร้อยละ 41.15 และน้อยที่สุด หม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 9.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 55.47 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 23.70 และน้อยที่สุดต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20.83 อาชีพ รับจ้าง ร้อยละ 37.24 รองลงมา พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.51 และน้อยที่สุดอื่น ๆ ร้อยละ 4.95 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 30.99 รองลงมา 15,000 - 25,000 บาท ร้อยละ 26.56 และน้อยที่สุด ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 17.45

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้ำในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้ำในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

| รายการ | ชาย | | หญิง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.64 | 0.77 | 3.88 | 0.82 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.56 | 0.75 | 3.80 | 0.81 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.84 | 0.82 | 3.95 | 0.86 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.71 | 0.83 | 3.87 | 0.80 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.67 | 0.82 | 3.86 | 0.80 | 3.78 | 0.81 |
| รวม | 3.68 | 0.62 | 3.87 | 0.66 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.79 | 0.88 | 3.88 | 0.86 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.63 | 0.79 | 3.67 | 0.84 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.72 | 0.76 | 3.84 | 0.75 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.65 | 0.74 | 3.80 | 0.71 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.75 | 0.74 | 3.84 | 0.73 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.71 | 0.58 | 3.80 | 0.57 | 3.76 | 0.57 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.79 | 0.83 | 3.89 | 0.87 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.52 | 0.82 | 3.61 | 0.85 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.78 | 0.85 | 3.80 | 0.91 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย | 3.95 | 0.90 | 3.90 | 0.80 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 3.98 | 0.80 | 4.07 | 0.77 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.80 | 0.59 | 3.85 | 0.63 | 3.83 | 0.62 |

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ (ต่อ)

| รายการ | ชาย | | หญิง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการใช้บริการ | 3.88 | 0.79 | 3.89 | 0.76 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.67 | 0.93 | 3.83 | 0.88 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ | 3.68 | 0.88 | 3.83 | 0.86 | 3.79 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.47 | 0.89 | 3.52 | 0.90 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.41 | 0.83 | 3.53 | 0.94 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.62 | 0.63 | 3.72 | 0.65 | 3.68 | 0.64 |
| ด้านบุคลากร | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.51 | 0.87 | 3.64 | 0.87 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอภัยเสียดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.54 | 0.94 | 3.67 | 0.88 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.51 | 0.89 | 3.57 | 0.81 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.62 | 0.72 | 3.76 | 0.72 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.59 | 0.73 | 3.79 | 0.66 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.56 | 0.52 | 3.68 | 0.50 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.52 | 0.68 | 3.56 | 0.73 | 3.54 | 0.71 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.59 | 0.71 | 3.72 | 0.75 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.43 | 0.84 | 3.65 | 0.79 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.76 | 0.80 | 3.85 | 0.72 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.56 | 0.75 | 3.57 | 0.73 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.57 | 0.43 | 3.67 | 0.41 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

| รายการ | ชาย | | หญิง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงามทันสมัย | 3.82 | 0.84 | 3.98 | 0.88 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.79 | 0.85 | 3.83 | 0.83 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.79 | 0.87 | 3.67 | 0.80 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.47 | 0.71 | 3.53 | 0.74 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.51 | 0.75 | 3.59 | 0.73 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.68 | 0.40 | 3.72 | 0.38 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.66 | 0.39 | 3.76 | 0.39 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.2 ลูกค้ามีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70 - 3.91$) ทุกรายการ คือ

1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
2. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
3. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน
4. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง

ด้านราคา

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65 - 3.84$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
3. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57 - 3.92$) ทุกรายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนตั้งเกดง่าย
3. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
4. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
5. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50 - 3.89$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ
2. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ
3. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
4. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย ยกเว้นรายการ มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$) และเพศหญิง รายการมีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$)

ด้านบุคลากร

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54 - 3.71$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี
2. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
3. พนักงานอภัยเสียดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
4. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ
5. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54 - 3.82$) ทุกรายการ คือ

1. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
3. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการขาย
4. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน
5. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศหญิง ยกเว้นเพศชาย รายการมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้ามีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50 - 3.91$) ทุกรายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า
3. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

5. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าเพศหญิงยกเว้นเพศชายรายการมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$)

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้ำในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | รวม | |
|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.85 | 0.81 | 3.74 | 0.79 | 3.87 | 0.80 | 3.69 | 0.84 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่ สวยงาม เช่นเบาะหนัง | 3.68 | 0.85 | 3.69 | 0.76 | 3.79 | 0.83 | 3.64 | 0.80 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.96 | 0.89 | 3.85 | 0.82 | 3.97 | 0.85 | 3.93 | 0.85 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.82 | 0.82 | 3.82 | 0.78 | 3.85 | 0.83 | 3.64 | 0.92 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.71 | 0.81 | 3.76 | 0.79 | 3.94 | 0.87 | 3.75 | 0.84 | 3.78 | 0.81 |
| รวม | 3.80 | 0.67 | 3.77 | 0.61 | 3.88 | 0.68 | 3.73 | 0.73 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมี ให้เลือกหลายระดับ | 3.88 | 0.97 | 3.84 | 0.85 | 3.89 | 0.87 | 3.73 | 0.81 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินดาวน์มีหลายอัตราให้ เลือก | 3.64 | 0.72 | 3.63 | 0.84 | 3.79 | 0.79 | 3.59 | 0.89 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.78 | 0.66 | 3.83 | 0.80 | 3.87 | 0.74 | 3.58 | 0.77 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อน ที่เหมาะสม | 3.71 | 0.67 | 3.77 | 0.71 | 3.90 | 0.74 | 3.51 | 0.77 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระต่ำ | 3.77 | 0.72 | 3.79 | 0.74 | 4.00 | 0.72 | 3.66 | 0.73 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.76 | 0.57 | 3.77 | 0.54 | 3.89 | 0.61 | 3.61 | 0.63 | 3.76 | 0.57 |

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | รวม | |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.91 | 0.78 | 3.84 | 0.87 | 3.89 | 0.89 | 3.75 | 0.84 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.60 | 0.86 | 3.53 | 0.83 | 3.73 | 0.87 | 3.47 | 0.80 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.82 | 0.91 | 3.75 | 0.92 | 3.82 | 0.84 | 3.83 | 0.79 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจน สังกะง่าย | 3.88 | 0.88 | 3.92 | 0.87 | 3.97 | 0.89 | 3.95 | 0.68 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 4.04 | 0.75 | 4.03 | 0.83 | 4.10 | 0.78 | 3.93 | 0.67 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.85 | 0.61 | 3.82 | 0.63 | 3.90 | 0.66 | 3.79 | 0.54 | 3.83 | 0.62 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้ารับบริการ | 3.95 | 0.74 | 3.90 | 0.78 | 3.97 | 0.79 | 3.68 | 0.73 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.85 | 0.93 | 3.68 | 0.92 | 3.84 | 0.83 | 3.81 | 0.90 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ | 3.79 | 0.93 | 3.76 | 0.87 | 3.87 | 0.82 | 3.63 | 0.85 | 3.76 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.59 | 0.99 | 3.43 | 0.83 | 3.63 | 0.89 | 3.46 | 0.93 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการค่าอะไหล่ | 3.49 | 0.86 | 3.41 | 0.89 | 3.73 | 0.91 | 3.46 | 0.90 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.73 | 0.68 | 3.63 | 0.63 | 3.81 | 0.65 | 3.61 | 0.64 | 3.68 | 0.64 |

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | รวม | |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.53 | 0.83 | 3.54 | 0.88 | 3.79 | 0.96 | 3.59 | 0.77 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอภัยสัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.65 | 0.96 | 3.55 | 0.91 | 3.82 | 0.93 | 3.54 | 0.77 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.64 | 0.99 | 3.44 | 0.79 | 3.82 | 0.78 | 3.44 | 0.79 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.59 | 0.73 | 3.68 | 0.72 | 3.87 | 0.71 | 3.73 | 0.72 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.53 | 0.62 | 3.73 | 0.71 | 3.87 | 0.71 | 3.69 | 0.73 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.59 | 0.51 | 3.59 | 0.52 | 3.84 | 0.54 | 3.60 | 0.43 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.49 | 0.73 | 3.54 | 0.69 | 3.66 | 0.75 | 3.51 | 0.68 | 3.54 | 0.71 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.60 | 0.76 | 3.69 | 0.71 | 3.74 | 0.77 | 3.58 | 0.72 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.46 | 0.83 | 3.59 | 0.84 | 3.58 | 0.76 | 3.56 | 0.82 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้าแจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.71 | 0.77 | 3.87 | 0.78 | 3.85 | 0.72 | 3.75 | 0.68 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.51 | 0.58 | 3.55 | 0.79 | 3.61 | 0.80 | 3.63 | 0.72 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.55 | 0.44 | 3.65 | 0.41 | 3.69 | 0.46 | 3.60 | 0.37 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | รวม | |
|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 4.08 | 0.80 | 3.89 | 0.90 | 3.71 | 0.88 | 3.95 | 0.80 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่มสำหรับให้บริการลูกค้า | 3.98 | 0.72 | 3.90 | 0.85 | 3.52 | 0.82 | 3.69 | 0.88 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.76 | 0.82 | 3.65 | 0.85 | 3.77 | 0.88 | 3.83 | 0.72 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.70 | 3.53 | 0.74 | 3.47 | 0.62 | 3.53 | 0.82 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.47 | 0.78 | 3.55 | 0.73 | 3.60 | 0.71 | 3.63 | 0.74 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.74 | 0.41 | 3.70 | 0.40 | 3.61 | 0.37 | 3.73 | 0.37 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.72 | 0.42 | 3.70 | 0.38 | 3.80 | 0.42 | 3.67 | 0.36 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.3 ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68 - 3.96$) ทุกรายการ คือ

1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
2. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
3. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
4. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน
5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มอายุ

ด้านราคา

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64 - 3.88$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
3. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินค่านมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60 - 4.04$) ทุกรายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย
4. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
5. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 30 – 40 ปี 41 – 50 ปี ยกเว้นมากกว่า 50 ปี รายการที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59 - 3.95$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้ารับบริการ
2. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
3. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ
4. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 30 – 40 ปีและมากกว่า 50 ปี ยกเว้นรายการมีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$ และ 3.46) และอายุ 41 – 50 ปี ยกเว้นรายการ มีส่วนลดค่าบริการอะไหล่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$)

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53 - 3.65$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานอัยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
2. พนักงานพาคม และให้ทดลองขับรถตามความ ต้องการ
3. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
4. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ
5. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 41 – 50 ปี ยกเว้นอายุ 30 – 40 ปี และมากกว่า 50 ปี รายการพนักงานพาคม และให้ทดลองขับรถตามความ ต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51 - 3.71$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
3. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 30 – 40 ปี 41 – 50 ปี และมากกว่า 50 ปี ยกเว้น 2 รายการคือ มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย และมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54, 3.66, 3.51, 3.59, 3.58$ และ 3.56 ตามลำดับ)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76 - 4.08$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า
3. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 30 – 40 ปี 41 – 50 ปี และมากกว่า 50 ปี ยกเว้น 2 รายการคือ มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53, 3.55, 3.60$ และ 3.63 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

| รายการ | โสด | | สมรส | | หม้าย/ หย่าร้าง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.89 | 0.83 | 3.71 | 0.79 | 3.58 | 0.68 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.80 | 0.83 | 3.66 | 0.77 | 3.42 | 0.72 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 4.06 | 0.86 | 3.88 | 0.82 | 3.39 | 0.64 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.90 | 0.81 | 3.77 | 0.82 | 3.53 | 0.80 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.87 | 0.82 | 3.73 | 0.81 | 3.61 | 0.75 | 3.78 | 0.81 |
| รวม | 3.91 | 0.65 | 3.75 | 0.64 | 3.51 | 0.58 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.89 | 0.97 | 3.86 | 0.80 | 3.50 | 0.69 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.62 | 0.80 | 3.71 | 0.82 | 3.50 | 0.83 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.82 | 0.70 | 3.78 | 0.80 | 3.66 | 0.78 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.73 | 0.69 | 3.77 | 0.73 | 3.58 | 0.83 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.78 | 0.72 | 3.86 | 0.74 | 3.58 | 0.76 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.77 | 0.57 | 3.80 | 0.56 | 3.56 | 0.63 | 3.76 | 0.57 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจายทั่วประเทศ | 3.91 | 0.86 | 3.82 | 0.83 | 3.71 | 0.90 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.59 | 0.89 | 3.57 | 0.81 | 3.47 | 0.73 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.84 | 0.91 | 3.77 | 0.87 | 3.68 | 0.87 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย | 3.97 | 0.86 | 3.88 | 0.87 | 3.95 | 0.66 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 4.09 | 0.79 | 3.98 | 0.79 | 4.00 | 0.74 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.88 | 0.64 | 3.81 | 0.61 | 3.76 | 0.55 | 3.83 | 0.62 |

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

| รายการ | โสด | | สมรส | | หม้าย/ หย่าร้าง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการใช้บริการ | 3.92 | 0.76 | 3.86 | 0.78 | 3.89 | 0.73 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์ | 3.78 | 0.93 | 3.75 | 0.89 | 3.74 | 0.89 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ | 3.78 | 0.91 | 3.78 | 0.85 | 3.58 | 0.79 | 3.76 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.53 | 0.95 | 3.52 | 0.84 | 3.26 | 0.86 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.47 | 0.89 | 3.53 | 0.89 | 3.32 | 0.93 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.70 | 0.68 | 3.69 | 0.63 | 3.56 | 0.58 | 3.68 | 0.64 |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.57 | 0.88 | 3.63 | 0.87 | 3.39 | 0.82 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอภัยข้อยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.66 | 0.93 | 3.64 | 0.88 | 3.26 | 0.89 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพามา และให้ทดลองขับรถ ตามความต้องการ | 3.51 | 0.93 | 3.55 | 0.78 | 3.66 | 0.78 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.61 | 0.72 | 3.78 | 0.72 | 3.71 | 0.69 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้า ได้ดี | 3.61 | 0.66 | 3.80 | 0.75 | 3.66 | 0.58 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.59 | 0.52 | 3.63 | 0.52 | 3.54 | 0.50 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.53 | 0.70 | 3.61 | 0.71 | 3.26 | 0.64 | 3.54 | 0.70 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.68 | 0.74 | 3.67 | 0.73 | 3.53 | 0.73 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.56 | 0.83 | 3.56 | 0.83 | 3.55 | 0.76 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้า ในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.75 | 0.76 | 3.85 | 0.79 | 3.89 | 0.51 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.49 | 0.66 | 3.62 | 0.78 | 3.63 | 0.82 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.60 | 0.42 | 3.66 | 0.43 | 3.57 | 0.33 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

| รายการ | โสด | | สมรส | | หม้าย/ หย่าร้าง | | รวม | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 4.04 | 0.85 | 3.82 | 0.85 | 3.79 | 0.96 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ ให้บริการลูกค้า | 3.88 | 0.80 | 3.73 | 0.85 | 3.97 | 0.88 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและ ปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้ บริการ | 3.68 | 0.87 | 3.77 | 0.81 | 3.68 | 0.77 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ | 3.49 | 0.72 | 3.50 | 0.71 | 3.55 | 0.83 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.53 | 0.79 | 3.61 | 0.73 | 3.39 | 0.55 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.72 | 0.40 | 3.69 | 0.39 | 3.68 | 0.40 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.74 | 0.40 | 3.72 | 0.39 | 3.60 | 0.33 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.4 ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80 - 4.06$) ทุกรายการ คือ

1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
2. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
3. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
4. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน

5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ยกเว้น หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 2 รายการ คือ มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง และ ครายี่ห้อ มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$ และ 3.39)

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62 - 3.89$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
3. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มสถานภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59 - 4.09$) ทุกรายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. ป้ายแสดงข้อมูลจำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย
3. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
4. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
5. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ยกเว้น หม้าย/หย่าร้าง รายการที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53 - 3.92$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้ารับบริการ
 2. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
 3. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ จิงโชค /แจกของขวัญ
 4. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ยกเว้นรายการ มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$) และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง รายการมีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$)

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51 - 3.66$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานอภัยขี้ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
2. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
3. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี
4. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ
5. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ยกเว้นสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง 2 รายการ คือ พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ และพนักงานอภัยขี้ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$ และ 3.26)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53 - 3.75$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
 2. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
 3. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน
 4. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส และ
หม้าย/หย่าร้าง ยกเว้น 2 รายการ คือ มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{x}=3.26$) และมีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.62$ และ
3.63)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$) เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.53 - 4.04$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ
ให้บริการลูกค้า
3. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มา
ใช้บริการ

4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส และ
หม้าย/หย่าร้าง ยกเว้นรายการ มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.50$
และ 3.55) และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}= 3.39$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญตรี | | ปริญญตรี | | สูงกว่า ปริญญตรี | | รวม | |
|---|---------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{x} | SD | \bar{x} | SD | \bar{x} | SD | \bar{x} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.93 | 0.82 | 3.72 | 0.80 | 3.76 | 0.78 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.64 | 0.86 | 3.69 | 0.79 | 3.76 | 0.74 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.88 | 0.85 | 3.91 | 0.87 | 3.93 | 0.77 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.78 | 0.81 | 3.81 | 0.82 | 3.79 | 0.84 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.74 | 0.82 | 3.76 | 0.81 | 3.85 | 0.80 | 0.748 | 0.81 |
| รวม | 3.79 | 0.68 | 3.78 | 0.65 | 3.82 | 0.62 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.91 | 0.80 | 3.80 | 0.89 | 3.86 | 0.89 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.62 | 0.83 | 3.61 | 0.82 | 3.78 | 0.80 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.69 | 0.74 | 3.82 | 0.76 | 3.80 | 0.78 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.66 | 0.65 | 3.76 | 0.74 | 3.75 | 0.75 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.80 | 0.72 | 3.77 | 0.69 | 3.89 | 0.84 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.74 | 0.54 | 3.75 | 0.56 | 3.82 | 0.63 | 3.76 | 0.57 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจายทั่วประเทศ | 3.86 | 0.91 | 3.85 | 0.85 | 3.85 | 0.82 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.54 | 0.84 | 3.57 | 0.87 | 3.58 | 0.76 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.73 | 0.87 | 3.79 | 0.90 | 3.84 | 0.86 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย | 3.90 | 0.77 | 3.90 | 0.86 | 4.00 | 0.88 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 3.95 | 0.74 | 4.00 | 0.75 | 4.16 | 0.89 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.80 | 0.63 | 3.82 | 0.61 | 3.89 | 0.61 | 3.83 | 0.62 |

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | | ปริญญาตรี | | สูงกว่า ปริญญาตรี | | รวม | |
|---|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการใช้บริการ | 3.75 | 0.75 | 3.90 | 0.79 | 3.98 | 0.71 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์ | 3.69 | 0.94 | 3.74 | 0.92 | 3.88 | 0.83 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ซิงโครค / แจกของขวัญ | 3.69 | 0.84 | 3.79 | 0.89 | 3.76 | 0.86 | 3.76 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.46 | 0.84 | 3.51 | 0.95 | 3.49 | 0.78 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.46 | 0.89 | 3.48 | 0.90 | 3.51 | 0.90 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.61 | 0.62 | 3.68 | 0.67 | 3.72 | 0.61 | 3.68 | 0.64 |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.49 | 0.89 | 3.58 | 0.85 | 3.68 | 0.91 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอภัยสัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.60 | 0.85 | 3.57 | 0.92 | 3.73 | 0.93 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพาม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.60 | 0.85 | 3.59 | 0.83 | 3.38 | 0.87 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.63 | 0.74 | 3.67 | 0.69 | 3.84 | 0.76 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.71 | 0.75 | 3.68 | 0.71 | 3.76 | 0.64 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.61 | 0.52 | 3.62 | 0.51 | 3.68 | 0.53 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.53 | 0.73 | 3.58 | 0.71 | 3.47 | 0.67 | 3.54 | 0.71 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.58 | 0.76 | 3.68 | 0.72 | 3.69 | 0.74 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.56 | 0.85 | 3.51 | 0.79 | 3.66 | 0.85 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.71 | 0.75 | 3.83 | 0.77 | 3.87 | 0.73 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจหลังการซื้อ | 3.62 | 0.68 | 3.53 | 0.72 | 3.60 | 0.81 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.60 | 0.42 | 3.63 | 0.42 | 3.66 | 0.43 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | | ปริญญาตรี | | สูงกว่า ปริญญาตรี | | รวม | |
|---|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 4.13 | 0.88 | 3.87 | 0.86 | 3.80 | 0.86 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ ให้บริการลูกค้า | 3.80 | 0.80 | 3.82 | 0.83 | 3.81 | 0.88 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและ ปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้ บริการ | 3.95 | 0.73 | 3.69 | 0.80 | 3.58 | 0.94 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.73 | 3.48 | 0.73 | 3.59 | 0.71 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.55 | 0.83 | 3.55 | 0.76 | 3.57 | 0.60 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.78 | 0.36 | 3.68 | 0.39 | 3.67 | 0.42 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.70 | 0.39 | 3.71 | 0.40 | 3.75 | 0.38 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.5 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64 - 3.93$) ทุกรายการ คือ

1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
2. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
3. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
4. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน

5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เเบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มระดับการศึกษา

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62 - 3.91$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
3. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มระดับการศึกษา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54 - 3.95$) ทุกรายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย
3. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
4. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
5. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69 - 3.75$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ
2. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
3. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นรายการมีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) และสูงกว่าปริญญาตรี รายการมีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$)

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60 - 3.71$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี
2. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
3. พนักงานอภัยเสียดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
4. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นรายการพนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$ และ 3.68) และสูงกว่าปริญญาตรี รายการพนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53 - 3.71$) ทุกรายการ คือ

1. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. พนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจหลังการซื้อ
3. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
4. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน
5. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นสูงกว่าปริญญาตรี รายการมีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55 - 4.13$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า

4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นสูงกว่าปริญญาตรี รายการ มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้านักค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

| รายการ | พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | รวม | |
|--|---------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.77 | 0.76 | 3.82 | 0.80 | 3.78 | 0.85 | 3.53 | 0.70 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.73 | 0.77 | 3.71 | 0.82 | 3.69 | 0.80 | 3.42 | 0.77 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.93 | 0.84 | 4.01 | 0.88 | 3.86 | 0.80 | 3.53 | 0.84 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัย น่าเชื่อถือ | 3.79 | 0.83 | 3.81 | 0.80 | 3.84 | 0.81 | 3.53 | 0.96 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.82 | 0.85 | 3.75 | 0.74 | 3.78 | 0.84 | 3.58 | 0.77 | 3.78 | 0.81 |
| รวม | 3.81 | 0.67 | 3.82 | 0.62 | 3.79 | 0.66 | 3.52 | 0.64 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมี ให้เลือกหลายระดับ | 3.84 | 0.86 | 3.95 | 0.89 | 3.78 | 0.88 | 3.68 | 0.75 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้ เลือก | 3.64 | 0.85 | 3.68 | 0.72 | 3.66 | 0.86 | 3.53 | 0.84 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.70 | 0.74 | 3.80 | 0.69 | 3.85 | 0.80 | 3.74 | 0.87 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อน ที่เหมาะสม | 3.67 | 0.75 | 3.69 | 0.67 | 3.84 | 0.74 | 3.63 | 0.68 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระต่ำ | 3.83 | 0.75 | 3.70 | 0.69 | 3.87 | 0.76 | 3.63 | 0.68 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.74 | 0.59 | 3.77 | 0.53 | 3.80 | 0.59 | 3.64 | 0.61 | 3.76 | 0.57 |

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | รวม | |
|---|---------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.68 | 0.83 | 3.87 | 0.88 | 3.99 | 0.84 | 3.79 | 0.79 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.49 | 0.78 | 3.62 | 0.82 | 3.64 | 0.91 | 3.26 | 0.65 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.70 | 0.86 | 3.87 | 0.87 | 3.81 | 0.93 | 3.74 | 0.81 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจน สังกะต่ง่าย | 3.90 | 0.86 | 3.93 | 0.89 | 3.99 | 0.83 | 3.53 | 0.61 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 3.96 | 0.83 | 4.04 | 0.71 | 4.10 | 0.79 | 3.84 | 0.76 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.75 | 0.61 | 3.87 | 0.61 | 3.91 | 0.62 | 3.63 | 0.52 | 3.83 | 0.62 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ | 3.78 | 0.76 | 3.95 | 0.71 | 3.94 | 0.82 | 3.84 | 0.69 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.81 | 0.86 | 3.87 | 0.89 | 3.67 | 0.95 | 3.53 | 0.90 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ | 3.72 | 0.81 | 3.84 | 0.87 | 3.76 | 0.92 | 3.68 | 0.89 | 3.76 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.44 | 0.93 | 3.61 | 0.92 | 3.48 | 0.85 | 3.37 | 0.76 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการค่าอะไหล่ | 3.54 | 0.91 | 3.43 | 0.90 | 3.48 | 0.90 | 3.42 | 0.69 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.66 | 0.62 | 3.74 | 0.64 | 3.67 | 0.69 | 3.57 | 0.47 | 3.68 | 0.64 |

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | รวม | |
|---|---------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ | 3.56 | 0.93 | 3.57 | 0.80 | 3.60 | 0.90 | 3.63 | 0.50 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอภัยสัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.61 | 0.94 | 3.65 | 0.93 | 3.61 | 0.89 | 3.42 | 0.69 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.41 | 0.82 | 3.64 | 0.91 | 3.55 | 0.80 | 3.84 | 0.83 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.63 | 0.70 | 3.68 | 0.69 | 3.75 | 0.76 | 3.89 | 0.66 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.73 | 0.70 | 3.60 | 0.71 | 3.73 | 0.70 | 3.89 | 0.66 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.59 | 0.53 | 3.63 | 0.51 | 3.65 | 0.53 | 3.74 | 0.33 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.46 | 0.68 | 3.63 | 0.72 | 3.53 | 0.73 | 3.68 | 0.58 | 3.54 | 0.71 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.63 | 0.71 | 3.64 | 0.73 | 3.70 | 0.78 | 3.68 | 0.58 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.57 | 0.77 | 3.47 | 0.83 | 3.62 | 0.85 | 3.53 | 0.84 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้าแจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.70 | 0.70 | 3.75 | 0.77 | 3.92 | 0.78 | 4.11 | 0.74 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.61 | 0.75 | 3.52 | 0.66 | 3.56 | 0.80 | 3.53 | 0.61 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.60 | 0.41 | 3.60 | 0.44 | 3.66 | 0.43 | 3.71 | 0.33 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | รวม | |
|--|---------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 3.83 | 0.90 | 4.05 | 0.84 | 3.82 | 0.84 | 4.37 | 0.76 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่มสำหรับให้บริการลูกค้า | 3.93 | 0.87 | 3.74 | 0.76 | 3.82 | 0.86 | 3.47 | 0.77 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.69 | 0.81 | 3.83 | 0.76 | 3.66 | 0.92 | 3.79 | 0.54 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.60 | 0.68 | 3.50 | 0.64 | 3.45 | 0.80 | 3.32 | 0.82 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.60 | 0.68 | 3.44 | 0.74 | 3.59 | 0.78 | 3.63 | 0.76 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.73 | 0.41 | 3.71 | 0.38 | 3.67 | 0.39 | 3.72 | 0.27 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.69 | 0.38 | 3.73 | 0.39 | 3.73 | 0.41 | 3.65 | 0.32 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.6 ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73 - 3.93$) ทุกรายการ คือ

1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
2. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน
3. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
4. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว และรับจ้าง
 ยกเว้นอื่น ๆ รายการ มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง อยู่ในระดับปานกลาง
 ($\bar{x} = 3.42$)

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก
 ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64 - 3.84$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
3. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินค่านี้อาจมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก
 ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68 - 3.96$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย
3. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
4. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพอื่น ๆ ยกเว้นอาชีพส่วนตัว
 และรับจ้าง รายการที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ อยู่ในระดับมาก
 ($\bar{x} = 3.62$ และ 3.64)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54 - 3.81$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
2. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้ารับบริการ
3. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ
4. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว รับจ้าง และอื่น ๆ ยกเว้นรายการมีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43, 3.48$ และ 3.42 ตามลำดับ) และอาชีพส่วนตัว รายการ มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$)

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56 - 3.73$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี
2. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
3. พนักงานอภัยขี้ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
4. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว รับจ้าง และอื่น ๆ ยกเว้นรายการพนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64, 3.55$ และ 3.84 ตามลำดับ)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57 - 3.70$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
3. พนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจหลังการซื้อ

4. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว รับจ้าง และอื่น ๆ
ยกเว้นรายการมีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63, 3.53$ และ 3.68
ตามลำดับ) และอาชีพส่วนตัว รายการมีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็น
ลำดับขั้นตอน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60 - 3.93$) ทุกรายการ คือ

1. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ
ให้บริการลูกค้า

2. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย

3. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มา
ใช้บริการ

4. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ

5. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว ยกเว้นรายการมี
สถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) อาชีพรับจ้าง และอื่น ๆ ยกเว้นรายการ มี
ห้องน้ำสะอาดและเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$ และ 3.32) และอื่น ๆ
รายการศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการ
ลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | รวม | |
|--|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.91 | 0.79 | 3.72 | 0.75 | 3.70 | 0.79 | 3.83 | 0.88 | 3.77 | 0.80 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่ สวยงาม เช่นเบาะหนัง | 3.73 | 0.85 | 3.63 | 0.81 | 3.64 | 0.70 | 3.81 | 0.85 | 3.70 | 0.79 |
| 3. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 4.03 | 0.92 | 3.79 | 0.84 | 3.81 | 0.76 | 4.06 | 0.86 | 3.91 | 0.84 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.85 | 0.78 | 3.75 | 0.84 | 3.78 | 0.76 | 3.84 | 0.90 | 3.80 | 0.82 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.79 | 0.77 | 3.74 | 0.84 | 3.70 | 0.79 | 3.91 | 0.83 | 3.78 | 0.81 |
| รวม | 3.86 | 0.66 | 3.72 | 0.63 | 3.72 | 0.59 | 3.89 | 0.73 | 3.79 | 0.65 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมี ให้เลือกหลายระดับ | 4.00 | 0.92 | 3.75 | 0.89 | 3.78 | 0.81 | 3.89 | 0.87 | 3.84 | 0.87 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้ เลือก | 3.72 | 0.69 | 3.45 | 0.89 | 3.64 | 0.76 | 3.83 | 0.85 | 3.65 | 0.82 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.82 | 0.65 | 3.78 | 0.80 | 3.68 | 0.72 | 3.90 | 0.81 | 3.79 | 0.76 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อน ที่เหมาะสม | 3.81 | 0.70 | 3.73 | 0.65 | 3.66 | 0.73 | 3.80 | 0.80 | 3.74 | 0.72 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อน ชำระต่ำ | 3.82 | 0.72 | 3.77 | 0.69 | 3.79 | 0.74 | 3.83 | 0.80 | 3.80 | 0.74 |
| รวม | 3.83 | 0.55 | 3.70 | 0.55 | 3.71 | 0.52 | 3.85 | 0.66 | 3.76 | 0.57 |

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 – 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | รวม | |
|---|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและ บริการกระจาย ทั่วประเทศ | 4.01 | 0.81 | 3.76 | 0.86 | 3.85 | 0.87 | 3.82 | 0.85 | 3.85 | 0.85 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการ เดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.69 | 0.84 | 3.48 | 0.90 | 3.52 | 0.79 | 3.64 | 0.82 | 3.57 | 0.84 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการ สวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.93 | 0.84 | 3.71 | 0.96 | 3.77 | 0.86 | 3.80 | 0.87 | 3.79 | 0.88 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่าย และบริการเห็นชัดเจน สังเกตเห็นง่าย | 3.96 | 0.88 | 3.79 | 0.89 | 3.86 | 0.82 | 4.12 | 0.78 | 3.92 | 0.85 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมี หลากหลายช่องทาง | 4.06 | 0.72 | 3.95 | 0.81 | 3.97 | 0.78 | 4.17 | 0.79 | 4.03 | 0.78 |
| รวม | 3.93 | 0.61 | 3.74 | 0.62 | 3.79 | 0.61 | 3.91 | 0.62 | 3.83 | 0.62 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ใน การเข้าบริการ | 3.84 | 0.75 | 3.86 | 0.80 | 3.87 | 0.77 | 3.98 | 0.75 | 3.89 | 0.77 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงาน มหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.93 | 0.93 | 3.49 | 0.95 | 3.77 | 0.81 | 3.92 | 0.90 | 3.76 | 0.91 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของ ที่ระลึก/ ชิงโชค /แจก ของขวัญ | 3.85 | 0.89 | 3.71 | 0.92 | 3.68 | 0.80 | 3.86 | 0.88 | 3.76 | 0.87 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการ ซื้อ | 3.64 | 0.95 | 3.45 | 0.87 | 3.38 | 0.82 | 3.59 | 0.94 | 3.50 | 0.89 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.54 | 0.91 | 3.43 | 0.84 | 3.45 | 0.90 | 3.54 | 0.94 | 3.48 | 0.89 |
| รวม | 3.76 | 0.69 | 3.59 | 0.63 | 3.63 | 0.58 | 3.78 | 0.69 | 3.68 | 0.64 |

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | รวม | |
|---|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ | 3.51 | 0.82 | 3.58 | 0.84 | 3.61 | 0.86 | 3.60 | 0.95 | 3.58 | 0.87 |
| 22. พนักงานอริยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.67 | 0.94 | 3.53 | 0.90 | 3.56 | 0.87 | 3.72 | 0.94 | 3.61 | 0.91 |
| 23. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.69 | 1.00 | 3.60 | 0.86 | 3.43 | 0.75 | 3.53 | 0.81 | 3.54 | 0.84 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.64 | 0.67 | 3.64 | 0.73 | 3.66 | 0.63 | 3.86 | 0.83 | 3.70 | 0.72 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.45 | 0.58 | 3.69 | 0.77 | 3.81 | 0.63 | 3.78 | 0.74 | 3.71 | 0.70 |
| รวม | 3.59 | 0.48 | 3.61 | 0.52 | 3.61 | 0.51 | 3.70 | 0.54 | 3.63 | 0.52 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.46 | 0.68 | 3.53 | 0.69 | 3.51 | 0.72 | 3.66 | 0.72 | 3.54 | 0.71 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.58 | 0.76 | 3.63 | 0.73 | 3.67 | 0.71 | 3.74 | 0.74 | 3.66 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.39 | 0.78 | 3.51 | 0.88 | 3.57 | 0.74 | 3.71 | 0.86 | 3.56 | 0.82 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้าแจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.72 | 0.77 | 3.81 | 0.84 | 3.86 | 0.69 | 3.83 | 0.74 | 3.82 | 0.76 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.43 | 0.56 | 3.62 | 0.75 | 3.58 | 0.69 | 3.58 | 0.88 | 3.57 | 0.74 |
| รวม | 3.52 | 0.40 | 3.62 | 0.41 | 3.64 | 0.39 | 3.70 | 0.46 | 3.63 | 0.42 |

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | รวม | |
|--|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและ บริการสะอาด ตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย | 4.07 | 0.82 | 3.89 | 0.90 | 3.87 | 0.91 | 3.85 | 0.81 | 3.91 | 0.87 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมี สิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.81 | 0.74 | 4.03 | 0.81 | 3.78 | 0.87 | 3.64 | 0.85 | 3.82 | 0.84 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่ สะอาด สะดวกและ ปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.91 | 0.77 | 3.64 | 0.76 | 3.59 | 0.92 | 3.84 | 0.80 | 3.72 | 0.83 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ กับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.66 | 3.42 | 0.76 | 3.50 | 0.75 | 3.64 | 0.7 | 3.50 | 0.73 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.52 | 0.82 | 3.59 | 0.72 | 3.61 | 0.74 | 3.48 | 0.70 | 3.55 | 0.74 |
| รวม | 3.75 | 0.38 | 3.71 | 0.39 | 3.67 | 0.4 | 3.69 | 0.40 | 3.70 | 0.39 |
| รวมทั้งหมด | 3.75 | 0.41 | 3.67 | 0.40 | 3.68 | 0.36 | 3.79 | 0.41 | 3.72 | 0.39 |

จากตารางที่ 4.7 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.73 – 4.03) ทุกรายการ คือ

1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ
2. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
3. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ
4. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน
5. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ย

ต่อเดือน

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72 - 4.00$) ทุกรายการ คือ

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
3. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
4. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
5. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ยกเว้น 15,000 – 25,000 บาท รายการเงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69 - 4.06$) ทุกรายการ คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง
2. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย
4. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ
5. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ยกเว้น 15,000 – 25,000 บาท รายการที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54 - 3.93$) ทุกรายการ คือ

1. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์
2. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ จิงโชค /แจกของขวัญ
3. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ
4. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ
5. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ยกเว้น 15,000 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 3 รายการ คือ การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์ มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ และมีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.49, 3.45, 3.38$ และ 3.43)

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51 - 3.69$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ
2. พนักงานอภัยภัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
3. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง
4. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ยกเว้นรายการ พนักงานตอบคำถาม และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69, 3.81$ และ 3.78) และ 25,001 – 35,000 บาท รายการ พนักงานพาชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58 - 3.72$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51 - 3.81$) ทุกรายการ คือ

1. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ
3. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการขาย
4. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย
5. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52 - 4.07$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

ใช้บริการ

3. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า

4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ยกเว้น 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท รายการ มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$ และ 3.64) และมากกว่า 35,000 บาท รายการ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$)

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ของลูกค้า จำแนกตามเพศ

| รายการ | ชาย | | หญิง | | t |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.64 | 0.77 | 3.88 | 0.82 | 2.957** |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.56 | 0.75 | 3.80 | 0.81 | 3.013** |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.84 | 0.82 | 3.95 | 0.86 | 1.301 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.71 | 0.83 | 3.87 | 0.80 | 1.872 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.67 | 0.82 | 3.86 | 0.80 | 2.293* |
| รวม | 3.68 | 0.62 | 3.87 | 0.66 | 2.868** |
| ด้านราคา | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.79 | 0.88 | 3.88 | 0.86 | 0.987 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.63 | 0.79 | 3.67 | 0.84 | 0.435 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.72 | 0.76 | 3.84 | 0.75 | 1.463 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.65 | 0.74 | 3.80 | 0.71 | 1.934 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.75 | 0.74 | 3.84 | 0.73 | 1.167 |
| รวม | 3.71 | 0.58 | 3.80 | 0.57 | 1.598 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.79 | 0.83 | 3.89 | 0.87 | 1.107 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.52 | 0.82 | 3.61 | 0.85 | 1.073 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.78 | 0.85 | 3.80 | 0.91 | 0.258 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกต ง่าย | 3.95 | 0.90 | 3.90 | 0.80 | 0.534 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 3.98 | 0.80 | 4.07 | 0.77 | 1.142 |
| รวม | 3.80 | 0.59 | 3.85 | 0.63 | 0.819 |

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ของลูกค้า จำแนกตามเพศ (ต่อ)

| รายการ | ชาย | | หญิง | | t |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ | 3.88 | 0.79 | 3.89 | 0.76 | 0.203 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.67 | 0.93 | 3.83 | 0.88 | 1.638 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ซิงโครค / แจกของขวัญ | 3.68 | 0.88 | 3.83 | 0.86 | 1.644 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.47 | 0.89 | 3.52 | 0.90 | 0.471 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.41 | 0.83 | 3.53 | 0.94 | 1.351 |
| รวม | 3.62 | 0.63 | 3.72 | 0.65 | 1.462 |
| ด้านบุคลากร | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.51 | 0.87 | 3.64 | 0.87 | 1.455 |
| 22. พนักงานอภัยสัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.54 | 0.94 | 3.67 | 0.88 | 1.350 |
| 23. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.51 | 0.89 | 3.57 | 0.81 | 0.698 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.62 | 0.72 | 3.76 | 0.72 | 1.807 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.59 | 0.73 | 3.79 | 0.66 | 2.702* |
| รวม | 3.56 | 0.52 | 3.68 | 0.50 | 2.441* |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.52 | 0.68 | 3.56 | 0.73 | 0.560 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.59 | 0.71 | 3.72 | 0.75 | 1.725 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.43 | 0.84 | 3.65 | 0.79 | 2.638** |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.76 | 0.80 | 3.85 | 0.72 | 1.139 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.56 | 0.75 | 3.57 | 0.73 | 0.173 |
| รวม | 3.57 | 0.43 | 3.67 | 0.41 | 2.282* |

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามเพศ (ต่อ)

| รายการ | ชาย | | หญิง | | t |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงามทันสมัย | 3.82 | 0.84 | 3.98 | 0.88 | 1.795 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.79 | 0.85 | 3.83 | 0.83 | 0.428 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.79 | 0.87 | 3.67 | 0.80 | 1.470 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ | 3.47 | 0.71 | 3.53 | 0.74 | 0.846 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.51 | 0.75 | 3.59 | 0.73 | 1.048 |
| รวม | 3.68 | 0.40 | 3.72 | 0.38 | 1.040 |
| รวมทั้งหมด | 3.66 | 0.39 | 3.76 | 0.39 | 2.505* |

* $P \geq 0.05$ $df = \infty$ $t = 1.960$
 ** $P \geq 0.01$ $df = \infty$ $t = 2.576$

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามเพศ พบว่าลูกค้าเพศชายและเพศหญิง มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่นเบาะหนัง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัคน้ำมัน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านบุคลากร

ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์
โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | F |
|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.85 | 0.81 | 3.74 | 0.79 | 3.87 | 0.80 | 3.69 | 0.84 | 0.84 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.68 | 0.85 | 3.69 | 0.76 | 3.79 | 0.83 | 3.64 | 0.80 | 0.39 |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.96 | 0.89 | 3.85 | 0.82 | 3.97 | 0.85 | 3.93 | 0.85 | 0.48 |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.82 | 0.82 | 3.82 | 0.78 | 3.85 | 0.83 | 3.64 | 0.92 | 0.86 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.71 | 0.81 | 3.76 | 0.79 | 3.94 | 0.87 | 3.75 | 0.84 | 1.04 |
| รวม | 3.80 | 0.67 | 3.77 | 0.61 | 3.88 | 0.68 | 3.73 | 0.73 | 0.64 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้ เลือกหลายระดับ | 3.88 | 0.97 | 3.84 | 0.85 | 3.89 | 0.87 | 3.73 | 0.81 | 0.45 |
| 7. เงินดาวน์มีหลายอัตราให้เลือก | 3.64 | 0.72 | 3.63 | 0.84 | 3.79 | 0.79 | 3.59 | 0.89 | 0.76 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.78 | 0.66 | 3.83 | 0.80 | 3.87 | 0.74 | 3.58 | 0.77 | 2.96* |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่ เหมาะสม | 3.71 | 0.67 | 3.77 | 0.71 | 3.90 | 0.74 | 3.51 | 0.77 | 3.27* |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ต่ำ | 3.77 | 0.72 | 3.79 | 0.74 | 4.00 | 0.72 | 3.66 | 0.73 | 2.30 |
| รวม | 3.76 | 0.57 | 3.77 | 0.54 | 3.89 | 0.61 | 3.61 | 0.63 | 2.39 |

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์
โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | F |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและ บริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.91 | 0.78 | 3.84 | 0.87 | 3.89 | 0.89 | 3.75 | 0.84 | 0.47 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการ เดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.60 | 0.86 | 3.53 | 0.83 | 3.73 | 0.87 | 3.47 | 0.80 | 1.15 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการ สวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.82 | 0.91 | 3.75 | 0.92 | 3.82 | 0.84 | 3.83 | 0.79 | 0.22 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและ บริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย | 3.88 | 0.88 | 3.92 | 0.87 | 3.97 | 0.89 | 3.95 | 0.68 | 0.13 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมี หลากหลายช่องทาง | 4.04 | 0.75 | 4.03 | 0.83 | 4.10 | 0.78 | 3.93 | 0.67 | 0.46 |
| รวม | 3.85 | 0.61 | 3.82 | 0.63 | 3.90 | 0.66 | 3.79 | 0.54 | 0.43 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ใน การเข้าบริการ | 3.95 | 0.74 | 3.90 | 0.78 | 3.97 | 0.79 | 3.68 | 0.73 | 1.89 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงาน มหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.85 | 0.93 | 3.68 | 0.92 | 3.84 | 0.83 | 3.81 | 0.90 | 0.93 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ ระลึก/ ซิงโคร / แจก ของขวัญ | 3.79 | 0.93 | 3.76 | 0.87 | 3.87 | 0.82 | 3.63 | 0.85 | 0.84 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการ ซื้อ | 3.59 | 0.99 | 3.43 | 0.83 | 3.63 | 0.89 | 3.46 | 0.93 | 1.16 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.49 | 0.86 | 3.41 | 0.89 | 3.73 | 0.91 | 3.46 | 0.90 | 2.02 |
| รวม | 3.73 | 0.68 | 3.63 | 0.63 | 3.81 | 0.65 | 3.61 | 0.64 | 1.54 |

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์
โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | F |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|---------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.53 | 0.83 | 3.54 | 0.88 | 3.79 | 0.96 | 3.59 | 0.77 | 1.48 |
| 22. พนักงานอรรถยาศักดิ์ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.65 | 0.96 | 3.55 | 0.91 | 3.82 | 0.93 | 3.54 | 0.77 | 1.62 |
| 23. พนักงานพาคม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.64 | 0.99 | 3.44 | 0.79 | 3.82 | 0.78 | 3.44 | 0.79 | 3.85** |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.59 | 0.73 | 3.68 | 0.72 | 3.87 | 0.71 | 3.73 | 0.72 | 1.86 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.53 | 0.62 | 3.73 | 0.71 | 3.87 | 0.71 | 3.69 | 0.73 | 2.99* |
| รวม | 3.59 | 0.51 | 3.59 | 0.52 | 3.84 | 0.54 | 3.60 | 0.43 | 4.04** |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.49 | 0.73 | 3.54 | 0.69 | 3.66 | 0.75 | 3.51 | 0.68 | 0.79 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.60 | 0.76 | 3.69 | 0.71 | 3.74 | 0.77 | 3.58 | 0.72 | 0.75 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.46 | 0.83 | 3.59 | 0.84 | 3.58 | 0.76 | 3.56 | 0.82 | 0.46 |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.71 | 0.77 | 3.87 | 0.78 | 3.85 | 0.72 | 3.75 | 0.68 | 1.10 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.51 | 0.58 | 3.55 | 0.79 | 3.61 | 0.80 | 3.63 | 0.72 | 0.38 |
| รวม | 3.55 | 0.44 | 3.65 | 0.41 | 3.69 | 0.46 | 3.60 | 0.37 | 1.47 |

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์
โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 30 ปี | | 30 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | มากกว่า 50 ปี | | F |
|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการ สะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 4.08 | 0.80 | 3.89 | 0.90 | 3.71 | 0.88 | 3.95 | 0.80 | 2.15 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่ง อำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.98 | 0.72 | 3.90 | 0.85 | 3.52 | 0.82 | 3.69 | 0.88 | 4.42** |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอ กับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.76 | 0.82 | 3.65 | 0.85 | 3.77 | 0.88 | 3.83 | 0.72 | 0.87 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ กับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.70 | 3.53 | 0.74 | 3.47 | 0.62 | 3.53 | 0.82 | 0.29 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.47 | 0.78 | 3.55 | 0.73 | 3.60 | 0.71 | 3.63 | 0.74 | 0.56 |
| รวม | 3.74 | 0.41 | 3.70 | 0.40 | 3.61 | 0.37 | 3.73 | 0.37 | 1.40 |
| รวมทั้งหมด | 3.72 | 0.42 | 3.70 | 0.38 | 3.80 | 0.42 | 3.67 | 0.36 | 1.36 |

*P \geq 0.05 $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ F = 2.60

** P \geq 0.01 $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ F = 3.78

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น
 2. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม
- นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานพาชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
 ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่มีอายุต่างกัน

| Dependent Variable | อายุ | อายุ | Mean Difference | Sig. |
|---|---------------|---------------|-----------------|--------|
| 1. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | มากกว่า 50 ปี | ต่ำกว่า 30 ปี | 0.21 | 0.12 |
| | | 30 – 40 ปี | 0.25 | 0.03* |
| | | 41 – 50 ปี | 0.29 | 0.03* |
| 2. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | มากกว่า 50 ปี | ต่ำกว่า 30 ปี | 0.20 | 0.11 |
| | | 30 – 40 ปี | 0.26 | 0.02* |
| | | 41 – 50 ปี | 0.39 | 0.00** |
| 3. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 41 – 50 ปี | ต่ำกว่า 30 ปี | 0.18 | 0.20 |
| | | 30 – 40 ปี | 0.38 | 0.00** |
| | | มากกว่า 50 ปี | 0.38 | 0.01** |
| 4. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | ต่ำกว่า 30 ปี | 30 – 40 ปี | 0.20 | 0.03* |
| | | 41 – 50 ปี | 0.35 | 0.00** |
| | | มากกว่า 50 ปี | 0.17 | 0.16 |
| 5. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 41 – 50 ปี | ต่ำกว่า 30 ปี | 0.43 | 0.00** |
| | | 30 – 40 ปี | 0.38 | 0.00** |
| | | มากกว่า 50 ปี | 0.18 | 0.23 |

*Sig < 0.05

**Sig < 0.01

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น ลูกค้ำที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่อายุ 30 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม ลูกค้ำที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่อายุ 41 – 50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่อายุ 30 – 40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ ลูกค้ำที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่อายุ 30 – 40 ปี และมากกว่า 50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
4. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้ำได้ดี ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่อายุ 41 – 50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่อายุ 30 – 40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
5. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้ำ ลูกค้ำที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่อายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพการสมรส

| รายการ | โสด | | สมรส | | หมายเหตุ/ หย่าร้าง | | F |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|-------------|---------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.89 | 0.83 | 3.71 | 0.79 | 3.58 | 0.68 | 3.42* |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.80 | 0.83 | 3.66 | 0.77 | 3.42 | 0.72 | 4.00* |
| 3. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 4.06 | 0.86 | 3.88 | 0.82 | 3.39 | 0.64 | 10.39** |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.90 | 0.81 | 3.77 | 0.82 | 3.53 | 0.80 | 3.42* |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.87 | 0.82 | 3.73 | 0.81 | 3.61 | 0.75 | 2.10 |
| รวม | 3.91 | 0.65 | 3.75 | 0.64 | 3.51 | 0.58 | 6.64** |
| ด้านราคา | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.89 | 0.97 | 3.86 | 0.80 | 3.50 | 0.69 | 3.28* |
| 7. เงินคาวนี้มีหลายอัตราให้เลือก | 3.62 | 0.80 | 3.71 | 0.82 | 3.50 | 0.83 | 1.21 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.82 | 0.70 | 3.78 | 0.80 | 3.66 | 0.78 | 0.73 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.73 | 0.69 | 3.77 | 0.73 | 3.58 | 0.83 | 1.12 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.78 | 0.72 | 3.86 | 0.74 | 3.58 | 0.76 | 3.43* |
| รวม | 3.77 | 0.57 | 3.80 | 0.56 | 3.56 | 0.63 | 2.67 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจายทั่วประเทศ | 3.91 | 0.86 | 3.82 | 0.83 | 3.71 | 0.90 | 1.01 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.59 | 0.89 | 3.57 | 0.81 | 3.47 | 0.73 | 0.29 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.84 | 0.91 | 3.77 | 0.87 | 3.68 | 0.87 | 0.61 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจน สังกะง่าย | 3.97 | 0.86 | 3.88 | 0.87 | 3.95 | 0.66 | 0.45 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 4.09 | 0.79 | 3.98 | 0.79 | 4.00 | 0.74 | 0.79 |
| รวม | 3.88 | 0.64 | 3.81 | 0.61 | 3.76 | 0.55 | 0.89 |

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพการสมรส (ต่อ)

| รายการ | โสด | | สมรส | | หม้าย/ หย่าร้าง | | F |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการใช้บริการ | 3.92 | 0.76 | 3.86 | 0.78 | 3.89 | 0.73 | 0.33 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์ | 3.78 | 0.93 | 3.75 | 0.89 | 3.74 | 0.89 | 0.06 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค/ แจกของขวัญ | 3.78 | 0.91 | 3.78 | 0.85 | 3.58 | 0.79 | 0.95 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.53 | 0.95 | 3.52 | 0.84 | 3.26 | 0.86 | 1.46 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.47 | 0.89 | 3.53 | 0.89 | 3.32 | 0.93 | 0.91 |
| รวม | 3.70 | 0.68 | 3.69 | 0.63 | 3.56 | 0.58 | 0.74 |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.57 | 0.88 | 3.63 | 0.87 | 3.39 | 0.82 | 1.22 |
| 22. พนักงานอภัยสัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.66 | 0.93 | 3.64 | 0.88 | 3.26 | 0.89 | 3.19* |
| 23. พนักงานพາชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.51 | 0.93 | 3.55 | 0.78 | 3.66 | 0.78 | 0.51 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.61 | 0.72 | 3.78 | 0.72 | 3.71 | 0.69 | 2.39 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.61 | 0.66 | 3.80 | 0.75 | 3.66 | 0.58 | 3.31* |
| รวม | 3.59 | 0.52 | 3.63 | 0.52 | 3.54 | 0.50 | 1.95 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.53 | 0.70 | 3.61 | 0.71 | 3.26 | 0.64 | 3.95* |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.68 | 0.74 | 3.67 | 0.73 | 3.53 | 0.73 | 0.73 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.56 | 0.83 | 3.56 | 0.83 | 3.55 | 0.76 | 0.00 |
| 29. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.75 | 0.76 | 3.85 | 0.79 | 3.89 | 0.51 | 0.95 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.49 | 0.66 | 3.62 | 0.78 | 3.63 | 0.82 | 1.50 |
| รวม | 3.60 | 0.42 | 3.66 | 0.43 | 3.57 | 0.33 | 1.21 |

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพการสมรส (ต่อ)

| รายการ | โสด | | สมรส | | หม้าย/ หย่าร้าง | | F |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย | 4.04 | 0.85 | 3.82 | 0.85 | 3.79 | 0.96 | 3.04* |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ ให้บริการลูกค้า | 3.88 | 0.80 | 3.73 | 0.85 | 3.97 | 0.88 | 2.17 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและ ปลอดภัยเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้ บริการ | 3.68 | 0.87 | 3.77 | 0.81 | 3.68 | 0.77 | 0.53 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.49 | 0.72 | 3.50 | 0.71 | 3.55 | 0.83 | 0.10 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.53 | 0.79 | 3.61 | 0.73 | 3.39 | 0.55 | 1.58 |
| รวม | 3.72 | 0.40 | 3.69 | 0.39 | 3.68 | 0.40 | 0.44 |
| รวมทั้งหมด | 3.74 | 0.40 | 3.72 | 0.39 | 3.60 | 0.33 | 2.04 |

*P \geq 0.05 $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ F = 3.00

** P \geq 0.01 $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ F = 4.61

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ คือ

1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม
2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง
3. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ
2. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. พนักงานอัยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
2. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน

| Dependent Variable | สถานภาพการสมรส | สถานภาพการสมรส | Mean Difference | Sig. |
|--|----------------|----------------|-----------------|--------|
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | โสด | สมรส | 0.18 | 0.04* |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.31 | 0.03* |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | โสด | สมรส | 0.14 | 0.09 |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.38 | 0.01** |
| 3. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | โสด | สมรส | 0.04 | 0.04* |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.00 | 0.00 |
| | | โสด | 0.67 | 0.00** |
| 4. มีระบบความปลอดภัย น่าเชื่อถือ | โสด | สมรส | 0.13 | 0.15 |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.37 | 0.01** |
| 5. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีให้เลือกหลายระดับ | หม้าย/หย่าร้าง | โสด | 0.39 | 0.01** |
| | | สมรส | 0.36 | 0.02* |
| 6. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | สมรส | โสด | 0.08 | 0.33 |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.28 | 0.03* |
| 7. พนักงานอัยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | หม้าย/หย่าร้าง | โสด | 0.40 | 0.01** |
| | | สมรส | 0.38 | 0.02* |
| 8. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | โสด | สมรส | 0.19 | 0.01** |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.05 | 0.69 |
| 9. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | หม้าย/หย่าร้าง | โสด | 0.27 | 0.03* |
| | | สมรส | 0.35 | 0.01** |
| 10. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | โสด | สมรส | 0.21 | 0.02* |
| | | หม้าย/หย่าร้าง | 0.25 | 0.11 |

*Sig < 0.05

**Sig < 0.01

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ทรายห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพโสด และสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. มีระบบความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพโสด ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. พนักงานอัยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพโสด ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

9. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย ลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้มีสถานภาพโสด ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ลูกค้ำที่มีสถานภาพ
โสด มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้มีสถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูก้า จำแนกตามระดับการศึกษา

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | | ปริญญาตรี | | สูงกว่า ปริญญาตรี | | F |
|--|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.93 | 0.82 | 3.72 | 0.80 | 3.76 | 0.78 | 1.87 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่สวยงาม เช่น เบาะหนัง | 3.64 | 0.86 | 3.69 | 0.79 | 3.76 | 0.74 | 0.50 |
| 3. ตรายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.88 | 0.85 | 3.91 | 0.87 | 3.93 | 0.77 | 0.10 |
| 4. มีระบบความปลอดภัย น่าเชื่อถือ | 3.78 | 0.81 | 3.81 | 0.82 | 3.79 | 0.84 | 0.07 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.74 | 0.82 | 3.76 | 0.81 | 3.85 | 0.80 | 0.47 |
| รวม | 3.79 | 0.68 | 3.78 | 0.65 | 3.82 | 0.62 | 0.12 |
| ด้านราคา | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีให้เลือกหลายระดับ | 3.91 | 0.80 | 3.80 | 0.89 | 3.86 | 0.89 | 0.49 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.62 | 0.83 | 3.61 | 0.82 | 3.78 | 0.80 | 1.51 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่นเดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.69 | 0.74 | 3.82 | 0.76 | 3.80 | 0.78 | 0.87 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่เหมาะสม | 3.66 | 0.65 | 3.76 | 0.74 | 3.75 | 0.75 | 0.55 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ | 3.80 | 0.72 | 3.77 | 0.69 | 3.89 | 0.84 | 0.92 |
| รวม | 3.74 | 0.54 | 3.75 | 0.56 | 3.82 | 0.63 | 0.51 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจายทั่วประเทศ | 3.86 | 0.91 | 3.85 | 0.85 | 3.85 | 0.82 | 0.01 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการเดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.54 | 0.84 | 3.57 | 0.87 | 3.58 | 0.76 | 0.07 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.73 | 0.87 | 3.79 | 0.90 | 3.84 | 0.86 | 0.33 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจน สังกัดง่าย | 3.90 | 0.77 | 3.90 | 0.86 | 4.00 | 0.88 | 0.47 |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมีหลากหลายช่องทาง | 3.95 | 0.74 | 4.00 | 0.75 | 4.16 | 0.89 | 1.93 |
| รวม | 3.80 | 0.63 | 3.82 | 0.61 | 3.89 | 0.61 | 0.52 |

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | | ปริญญาตรี | | สูงกว่า ปริญญาตรี | | F |
|---|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ในการเข้าบริการ | 3.75 | 0.75 | 3.90 | 0.79 | 3.98 | 0.71 | 1.96 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น มอเตอร์โชว์ | 3.69 | 0.94 | 3.74 | 0.92 | 3.88 | 0.83 | 1.11 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ระลึก/ ชิงโชค /แจกของขวัญ | 3.69 | 0.84 | 3.79 | 0.89 | 3.76 | 0.86 | 0.43 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการซื้อ | 3.46 | 0.84 | 3.51 | 0.95 | 3.49 | 0.78 | 0.09 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.46 | 0.89 | 3.48 | 0.90 | 3.51 | 0.90 | 0.05 |
| รวม | 3.61 | 0.62 | 3.68 | 0.67 | 3.72 | 0.61 | 0.68 |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ | 3.49 | 0.89 | 3.58 | 0.85 | 3.68 | 0.91 | 1.07 |
| 22. พนักงานอภัยยัคดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.60 | 0.85 | 3.57 | 0.92 | 3.73 | 0.93 | 0.97 |
| 23. พนักงานพาม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.60 | 0.85 | 3.59 | 0.83 | 3.38 | 0.87 | 2.15 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.63 | 0.74 | 3.67 | 0.69 | 3.84 | 0.76 | 2.22 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.71 | 0.75 | 3.68 | 0.71 | 3.76 | 0.64 | 0.39 |
| รวม | 3.61 | 0.52 | 3.62 | 0.51 | 3.68 | 0.53 | 0.53 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.53 | 0.73 | 3.58 | 0.71 | 3.47 | 0.67 | 0.80 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.58 | 0.76 | 3.68 | 0.72 | 3.69 | 0.74 | 0.71 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.56 | 0.85 | 3.51 | 0.79 | 3.66 | 0.85 | 1.04 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.71 | 0.75 | 3.83 | 0.77 | 3.87 | 0.73 | 1.00 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถาม ความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.62 | 0.68 | 3.53 | 0.72 | 3.60 | 0.81 | 0.69 |
| รวม | 3.60 | 0.42 | 3.63 | 0.42 | 3.66 | 0.43 | 0.43 |

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า
ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า ปริญญาตรี | | ปริญญาตรี | | สูงกว่า ปริญญาตรี | | F |
|---|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย | 4.13 | 0.88 | 3.87 | 0.86 | 3.80 | 0.86 | 3.40* |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับ ให้บริการลูกค้า | 3.80 | 0.80 | 3.82 | 0.83 | 3.81 | 0.88 | 0.02 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและ ปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้ บริการ | 3.95 | 0.73 | 3.69 | 0.80 | 3.58 | 0.94 | 4.48* |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.73 | 3.48 | 0.73 | 3.59 | 0.71 | 0.99 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.55 | 0.83 | 3.55 | 0.76 | 3.57 | 0.60 | 0.03 |
| รวม | 3.78 | 0.36 | 3.68 | 0.39 | 3.67 | 0.42 | 1.86 |
| รวมทั้งหมด | 3.70 | 0.39 | 3.71 | 0.40 | 3.75 | 0.38 | 0.43 |

$$*P \geq 0.05 \quad df_1 = 2 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.00$$

$$** P \geq 0.01 \quad df_1 = 2 \quad df_2 = \infty \quad F = 4.61$$

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย
2. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มา

ใช้บริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
 ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| Dependent Variable | ระดับการศึกษา | ระดับการศึกษา | Mean Difference | Sig. |
|--|------------------|------------------|-----------------|--------|
| 1. ภายในศูนย์จำหน่ายและ บริการสะดวก ตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | 0.25 | 0.03* |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | 0.32 | 0.01** |
| 2. มีสถานที่นั่งรอบริการที่ สะดวก สะอาดและปลอดภัย เพียงพอกับ จำนวนลูกค้า ที่มาใช้บริการ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | 0.26 | 0.02* |
| | | สูงกว่าปริญญาตรี | 0.37 | 0.00** |

*Sig < 0.05

**Sig < 0.01

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะดวก ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ลูกค้าที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะดวก สะอาดและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้าที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

| รายการ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่นๆ | | F |
|--|-------------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.77 | 0.76 | 3.82 | 0.80 | 3.78 | 0.85 | 3.53 | 0.70 | 0.72 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่ สวยงาม เช่นเบาะหนัง | 3.73 | 0.77 | 3.71 | 0.82 | 3.69 | 0.80 | 3.42 | 0.77 | 0.84 |
| 3. ตรายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 3.93 | 0.84 | 4.01 | 0.88 | 3.86 | 0.80 | 3.53 | 0.84 | 3.04* |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.79 | 0.83 | 3.81 | 0.80 | 3.84 | 0.81 | 3.53 | 0.96 | 0.83 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.82 | 0.85 | 3.75 | 0.74 | 3.78 | 0.84 | 3.58 | 0.77 | 0.51 |
| รวม | 3.81 | 0.67 | 3.82 | 0.62 | 3.79 | 0.66 | 3.52 | 0.64 | 1.24 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมี ให้เลือกหลายระดับ | 3.84 | 0.86 | 3.95 | 0.89 | 3.78 | 0.88 | 3.68 | 0.75 | 1.00 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.64 | 0.85 | 3.68 | 0.72 | 3.66 | 0.86 | 3.53 | 0.84 | 0.21 |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.70 | 0.74 | 3.80 | 0.69 | 3.85 | 0.80 | 3.74 | 0.87 | 0.90 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่ เหมาะสม | 3.67 | 0.75 | 3.69 | 0.67 | 3.84 | 0.74 | 3.63 | 0.68 | 1.57 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ต่ำ | 3.83 | 0.75 | 3.70 | 0.69 | 3.87 | 0.76 | 3.63 | 0.68 | 1.46 |
| รวม | 3.74 | 0.59 | 3.77 | 0.53 | 3.80 | 0.59 | 3.64 | 0.61 | 0.57 |

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | F |
|---|-------------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและ บริการกระจาย ทั่วประเทศ | 3.68 | 0.83 | 3.87 | 0.88 | 3.99 | 0.84 | 3.79 | 0.79 | 2.97* |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการ เดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.49 | 0.78 | 3.62 | 0.82 | 3.64 | 0.91 | 3.26 | 0.65 | 1.69 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการ สวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.70 | 0.86 | 3.87 | 0.87 | 3.81 | 0.93 | 3.74 | 0.81 | 0.73 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่าย และบริการเห็นชัดเจนสังเกต ง่าย | 3.90 | 0.86 | 3.93 | 0.89 | 3.99 | 0.83 | 3.53 | 0.61 | 2.75* |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมี หลากหลายช่องทาง | 3.96 | 0.83 | 4.04 | 0.71 | 4.10 | 0.79 | 3.84 | 0.76 | 1.14 |
| รวม | 3.75 | 0.61 | 3.87 | 0.61 | 3.91 | 0.62 | 3.63 | 0.52 | 2.30 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ใน การเข้าบริการ | 3.78 | 0.76 | 3.95 | 0.71 | 3.94 | 0.82 | 3.84 | 0.69 | 1.35 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงาน มหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.81 | 0.86 | 3.87 | 0.89 | 3.67 | 0.95 | 3.53 | 0.90 | 1.52 |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ ระลึก/ ซิงโครค /แจกของขวัญ | 3.72 | 0.81 | 3.84 | 0.87 | 3.76 | 0.92 | 3.68 | 0.89 | 0.43 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการ ซื้อ | 3.44 | 0.93 | 3.61 | 0.92 | 3.48 | 0.85 | 3.37 | 0.76 | 0.90 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการ ค่าอะไหล่ | 3.54 | 0.91 | 3.43 | 0.90 | 3.48 | 0.90 | 3.42 | 0.69 | 0.32 |
| รวม | 3.66 | 0.62 | 3.74 | 0.64 | 3.67 | 0.69 | 3.57 | 0.47 | 0.56 |

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่นๆ | | F |
|---|-------------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้การบริการอย่างเป็นระบบ | 3.56 | 0.93 | 3.57 | 0.80 | 3.60 | 0.90 | 3.63 | 0.50 | 0.07 |
| 22. พนักงานอภัยข้อยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.61 | 0.94 | 3.65 | 0.93 | 3.61 | 0.89 | 3.42 | 0.69 | 0.35 |
| 23. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.41 | 0.82 | 3.64 | 0.91 | 3.55 | 0.80 | 3.84 | 0.83 | 2.25 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.63 | 0.70 | 3.68 | 0.69 | 3.75 | 0.76 | 3.89 | 0.66 | 1.10 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.73 | 0.70 | 3.60 | 0.71 | 3.73 | 0.70 | 3.89 | 0.66 | 1.29 |
| รวม | 3.59 | 0.53 | 3.63 | 0.51 | 3.65 | 0.53 | 3.74 | 0.33 | 0.59 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.46 | 0.68 | 3.63 | 0.72 | 3.53 | 0.73 | 3.68 | 0.58 | 1.34 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.63 | 0.71 | 3.64 | 0.73 | 3.70 | 0.78 | 3.68 | 0.58 | 0.24 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.57 | 0.77 | 3.47 | 0.83 | 3.62 | 0.85 | 3.53 | 0.84 | 0.68 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.70 | 0.70 | 3.75 | 0.77 | 3.92 | 0.78 | 4.11 | 0.74 | 2.94* |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.61 | 0.75 | 3.52 | 0.66 | 3.56 | 0.80 | 3.53 | 0.61 | 0.28 |
| รวม | 3.60 | 0.41 | 3.60 | 0.44 | 3.66 | 0.43 | 3.71 | 0.33 | 0.93 |

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

| รายการ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | | อาชีพส่วนตัว | | รับจ้าง | | อื่น ๆ | | F |
|--|-------------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและ บริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 3.83 | 0.90 | 4.05 | 0.84 | 3.82 | 0.84 | 4.37 | 0.76 | 3.63* |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่ง อำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.93 | 0.87 | 3.74 | 0.76 | 3.82 | 0.86 | 3.47 | 0.77 | 2.03 |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่ สะอาด สะดวกและปลอดภัย เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มา ใช้บริการ | 3.69 | 0.81 | 3.83 | 0.76 | 3.66 | 0.92 | 3.79 | 0.54 | 0.96 |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ กับผู้ใช้บริการ | 3.60 | 0.68 | 3.50 | 0.64 | 3.45 | 0.80 | 3.32 | 0.82 | 1.47 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.60 | 0.68 | 3.44 | 0.74 | 3.59 | 0.78 | 3.63 | 0.76 | 1.20 |
| รวม | 3.73 | 0.41 | 3.71 | 0.38 | 3.67 | 0.39 | 3.72 | 0.27 | 0.59 |
| รวมทั้งหมด | 3.69 | 0.38 | 3.73 | 0.39 | 3.73 | 0.41 | 3.65 | 0.32 | 0.51 |

$$*P \geq 0.05 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 2.60$$

$$** P \geq 0.01 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.78$$

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดีน่าเชื่อถือ

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ
2. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย

นอกนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
 ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน

| Dependent Variable | อาชีพ | อาชีพ | Mean Difference | Sig. |
|---|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|--------|
| 1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | อื่น ๆ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | 0.41 | 0.05* |
| | | อาชีพส่วนตัว | 0.48 | 0.02* |
| | | รับจ้าง | 0.33 | 0.10 |
| 2. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและ บริการกระจาย ทั่วประเทศ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | อาชีพส่วนตัว | 0.19 | 0.09 |
| | | รับจ้าง | 0.31 | 0.00** |
| | | อื่น ๆ | 0.11 | 0.59 |
| 3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่าย และบริการเห็นชัดเจน สังเกตง่าย | รับจ้าง | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | 0.09 | 0.38 |
| | | อาชีพส่วนตัว | 0.06 | 0.57 |
| | | อื่น ๆ | 0.47 | 0.02* |
| | | | | |
| 4. มีการติดต่อลูกค้าแจ้ง ความคืบหน้าในกระบวนการ ซื้อขายที่มีปัญหา | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | อาชีพส่วนตัว | 0.05 | 0.62 |
| | | รับจ้าง | 0.21 | 0.02* |
| | | อื่น ๆ | 0.40 | 0.03* |
| 5. ภายในศูนย์จำหน่ายและ บริการสะอาด ตกแต่ง สวยงาม ทันสมัย | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | อาชีพส่วนตัว | 0.22 | 0.05 |
| | | รับจ้าง | 0.01 | 0.95 |
| | | อื่น ๆ | 0.54 | 0.01** |
| | อื่น ๆ | พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ | 0.54 | 0.01** |
| | | อาชีพส่วนตัว | 0.32 | 0.14 |
| | | รับจ้าง | 0.55 | 0.01** |

*Sig < 0.05

**Sig < 0.01

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ครายี่ห้อที่มีภาพลักษณ์ดีน่าเชื่อถือ ลูกค้าที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการกระจาย ทั่วประเทศ ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ / รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มิอาชีพรับจ้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มิอาชีพอื่น ๆ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. มีการโทรติดต่อลูกค้า แจ้งความก้ำกั้หน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มิอาชีพรับจ้าง และอื่น ๆ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ภายในศูนย์จำหน่ายและบริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ลูกค้าที่มีอาชีพส่วนตัว มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มิอาชีพรับจ้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลูกค้าที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มิอาชีพพนักงานของรัฐ / รัฐวิสาหกิจ และรับจ้าง ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | F |
|--|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | | | | |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจ เช่น รูปทรงสวยงาม | 3.91 | 0.79 | 3.72 | 0.75 | 3.70 | 0.79 | 3.83 | 0.88 | 1.36 |
| 2. มีการออกแบบภายในที่ สวยงาม เช่นเบาะหนัง | 3.73 | 0.85 | 3.63 | 0.81 | 3.64 | 0.70 | 3.81 | 0.85 | 1.20 |
| 3. ครายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | 4.03 | 0.92 | 3.79 | 0.84 | 3.81 | 0.76 | 4.06 | 0.86 | 2.79* |
| 4. มีระบบความปลอดภัยดี น่าเชื่อถือ | 3.85 | 0.78 | 3.75 | 0.84 | 3.78 | 0.76 | 3.84 | 0.90 | 0.35 |
| 5. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องยนต์ประหยัดน้ำมัน | 3.79 | 0.77 | 3.74 | 0.84 | 3.70 | 0.79 | 3.91 | 0.83 | 1.29 |
| รวม | 3.86 | 0.66 | 3.72 | 0.63 | 3.72 | 0.59 | 3.89 | 0.73 | 1.83 |
| ด้านราคา | | | | | | | | | |
| 6. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมี ให้เลือกหลายระดับ | 4.00 | 0.92 | 3.75 | 0.89 | 3.78 | 0.81 | 3.89 | 0.87 | 1.35 |
| 7. เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก | 3.72 | 0.69 | 3.45 | 0.89 | 3.64 | 0.76 | 3.83 | 0.85 | 3.88** |
| 8. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับรุ่น เดียวกันยี่ห้ออื่น | 3.82 | 0.65 | 3.78 | 0.80 | 3.68 | 0.72 | 3.90 | 0.81 | 1.47 |
| 9. การให้ระยะเวลาในการผ่อนที่ เหมาะสม | 3.81 | 0.70 | 3.73 | 0.65 | 3.66 | 0.73 | 3.80 | 0.80 | 0.97 |
| 10. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ต่ำ | 3.82 | 0.72 | 3.77 | 0.69 | 3.79 | 0.74 | 3.83 | 0.80 | 0.13 |
| รวม | 3.83 | 0.55 | 3.70 | 0.55 | 3.71 | 0.52 | 3.85 | 0.66 | 1.86 |

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | F |
|---|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | | | | | |
| 11. มีจำนวนศูนย์จำหน่ายและ บริการกระจาย ทั่วประเทศ | 4.01 | 0.81 | 3.76 | 0.86 | 3.85 | 0.87 | 3.82 | 0.85 | 1.22 |
| 12. ที่ตั้งศูนย์จำหน่ายและบริการ เดินทางสะดวกและเพียงพอ | 3.69 | 0.84 | 3.48 | 0.90 | 3.52 | 0.79 | 3.64 | 0.82 | 1.16 |
| 13. ศูนย์จำหน่ายและบริการ สวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ | 3.93 | 0.84 | 3.71 | 0.96 | 3.77 | 0.86 | 3.80 | 0.87 | 0.85 |
| 14. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่าย และบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็น ง่าย | 3.96 | 0.88 | 3.79 | 0.89 | 3.86 | 0.82 | 4.12 | 0.78 | 2.92* |
| 15. การให้ข้อมูลข่าวสารมี หลากหลายช่องทาง | 4.06 | 0.72 | 3.95 | 0.81 | 3.97 | 0.78 | 4.17 | 0.79 | 1.62 |
| รวม | 3.93 | 0.61 | 3.74 | 0.62 | 3.79 | 0.61 | 3.91 | 0.62 | 2.01 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | |
| 16. มีบัตรสิทธิพิเศษ เพื่อใช้ใน การเข้าบริการ | 3.84 | 0.75 | 3.86 | 0.80 | 3.87 | 0.77 | 3.98 | 0.75 | 0.62 |
| 17. การจัดแสดงรถยนต์ในงาน มหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 3.93 | 0.93 | 3.49 | 0.95 | 3.77 | 0.81 | 3.92 | 0.90 | 4.87** |
| 18. การจัดโปรโมชั่น/แจกของที่ ระลึก/ ซิงโซค /แจกของขวัญ | 3.85 | 0.89 | 3.71 | 0.92 | 3.68 | 0.80 | 3.86 | 0.88 | 1.17 |
| 19. มีการให้ทดลองขับก่อนการ ซื้อ | 3.64 | 0.95 | 3.45 | 0.87 | 3.38 | 0.82 | 3.59 | 0.94 | 1.77 |
| 20. มีส่วนลดค่าบริการค่าอะไหล่ | 3.54 | 0.91 | 3.43 | 0.84 | 3.45 | 0.90 | 3.54 | 0.94 | 0.40 |
| รวม | 3.76 | 0.69 | 3.59 | 0.63 | 3.63 | 0.58 | 3.78 | 0.69 | 2.04 |

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | F |
|---|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านบุคลากร | | | | | | | | | |
| 21. พนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ | 3.51 | 0.82 | 3.58 | 0.84 | 3.61 | 0.86 | 3.60 | 0.95 | 0.24 |
| 22. พนักงานอรรถยาศัยดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.67 | 0.94 | 3.53 | 0.90 | 3.56 | 0.87 | 3.72 | 0.94 | 0.94 |
| 23. พนักงานพวชม และให้ทดลองขับรถตามความต้องการ | 3.69 | 1.00 | 3.60 | 0.86 | 3.43 | 0.75 | 3.53 | 0.81 | 1.53 |
| 24. พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง | 3.64 | 0.67 | 3.64 | 0.73 | 3.66 | 0.63 | 3.86 | 0.83 | 2.25 |
| 25. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | 3.45 | 0.58 | 3.69 | 0.77 | 3.81 | 0.63 | 3.78 | 0.74 | 4.37** |
| รวม | 3.59 | 0.48 | 3.61 | 0.52 | 3.61 | 0.51 | 3.70 | 0.54 | 0.83 |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | | | | | | | | | |
| 26. มีการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย | 3.46 | 0.68 | 3.53 | 0.69 | 3.51 | 0.72 | 3.66 | 0.72 | 1.20 |
| 27. มีความรวดเร็วในการให้บริการ | 3.58 | 0.76 | 3.63 | 0.73 | 3.67 | 0.71 | 3.74 | 0.74 | 0.70 |
| 28. มีการชี้แจงขั้นตอนการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอน | 3.39 | 0.78 | 3.51 | 0.88 | 3.57 | 0.74 | 3.71 | 0.86 | 2.19 |
| 29. มีการติดต่อลูกค้า แจ้งความคืบหน้าในกระบวนการซื้อขายที่มีปัญหา | 3.72 | 0.77 | 3.81 | 0.84 | 3.86 | 0.69 | 3.83 | 0.74 | 0.52 |
| 30. มีพนักงานโทรสอบถามความพึงพอใจ หลังการซื้อ | 3.43 | 0.56 | 3.62 | 0.75 | 3.58 | 0.69 | 3.58 | 0.88 | 0.93 |
| รวม | 3.52 | 0.40 | 3.62 | 0.41 | 3.64 | 0.39 | 3.70 | 0.46 | 2.70* |

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

| รายการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | | 15,000 - 25,000 บาท | | 25,001 - 35,000 บาท | | มากกว่า 35,000 บาท | | F |
|--|-----------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------|
| | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | \bar{X} | SD | |
| ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | | | | | | | | | |
| 31. ภายในศูนย์จำหน่ายและ บริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย | 4.07 | 0.82 | 3.89 | 0.90 | 3.87 | 0.91 | 3.85 | 0.81 | 1.02 |
| 32. ศูนย์จำหน่ายและบริการมี สิ่งอำนวยความสะดวก อาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 3.81 | 0.74 | 4.03 | 0.81 | 3.78 | 0.87 | 3.64 | 0.85 | 3.86** |
| 33. มีสถานที่นั่งรอบริการที่ สะอาด สะดวกและปลอดภัย เพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มา ใช้บริการ | 3.91 | 0.77 | 3.64 | 0.76 | 3.59 | 0.92 | 3.84 | 0.80 | 3.27* |
| 34. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ กับผู้ใช้บริการ | 3.45 | 0.66 | 3.42 | 0.76 | 3.50 | 0.75 | 3.64 | 0.7 | 1.63 |
| 35. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 3.52 | 0.82 | 3.59 | 0.72 | 3.61 | 0.74 | 3.48 | 0.70 | 0.63 |
| รวม | 3.75 | 0.38 | 3.71 | 0.39 | 3.67 | 0.4 | 3.69 | 0.40 | 0.71 |
| รวมทั้งหมด | 3.75 | 0.41 | 3.67 | 0.40 | 3.68 | 0.36 | 3.79 | 0.41 | 2.07 |

$$*P \geq 0.05 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 2.60$$

$$** P \geq 0.01 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.78$$

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ เงินคาวนมีหลายอัตราให้เลือก

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตเห็นง่าย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่น งานมอเตอร์โชว์

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ศูนย์จำหน่ายและบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

| Dependent Variable | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | Mean Difference | Sig. |
|---|----------------------|----------------------|-----------------|--------|
| 1. ทรายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ | มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.03 | 0.81 |
| | | 15,000 – 25,000 บาท | 0.27 | 0.02* |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.26 | 0.03* |
| 2. เงินดาวน์มีหลายอัตราให้เลือก | 15,000 – 25,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.27 | 0.04* |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.19 | 0.09 |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | 0.38 | 0.00** |
| 3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย | มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.17 | 0.21 |
| | | 15,000 – 25,000 บาท | 0.33 | 0.01** |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.27 | 0.02* |
| 4. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ | 15,000 – 25,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.44 | 0.00** |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.28 | 0.02* |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | 0.43 | 0.00** |
| 5. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 15,000 – 25,000 บาท | 0.24 | 0.03* |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.36 | 0.00** |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | 0.33 | 0.00** |
| 6. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า | 15,000 – 25,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.22 | 0.09 |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.25 | 0.03* |
| | | มากกว่า 35,000 บาท | 0.39 | 0.00** |
| 7. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 15,000 – 25,000 บาท | 0.27 | 0.04* |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.32 | 0.01** |
| | มากกว่า 35,000 บาท | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 0.07 | 0.61 |
| | | 15,000 – 25,000 บาท | 0.21 | 0.08 |
| | | 25,001 – 35,000 บาท | 0.26 | 0.02* |

*Sig < 0.05

**Sig < 0.01

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ของลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ครายี่ห้อมีภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 15,000 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. เงินดาวน์มีหลายอัตราให้เลือก ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้มากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ป้ายแสดงชื่อศูนย์จำหน่ายและบริการเห็นชัดเจนสังเกตง่าย ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. การจัดแสดงรถยนต์ในงานมหกรรม เช่นมอเตอร์โชว์ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. พนักงานตอบคำถามและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ดี ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 25,001 – 35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. ศูนย์จำหน่ายและบริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอาหารว่าง และเครื่องดื่ม สำหรับให้บริการลูกค้า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้มากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. มีสถานที่นั่งรอบริการที่สะอาด สะดวกและปลอดภัยเพียงพอกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มียรายได้ 15,000 – 25,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี