

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ ดังนี้

สัญลักษณ์ และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

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

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 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	140	82.84
2. หญิง	29	17.16
รวม	169	100.00
อายุ		
1. ต่ำกว่า 25 ปี	15	8.80
2. 25-40 ปี	76	45.00
3. 40 ปีขึ้นไป	78	46.20
รวม	169	100.00
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	109	64.50
2. ปริญญาตรี	53	34.40
3. สูงกว่าปริญญาตรี	7	4.10
รวม	169	100.00
อาชีพ		
1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27	16.00
2. พนักงานบริษัท	67	39.60
3. ธุรกิจส่วนตัว	75	44.40
รวม	169	100.00
ประเภทรถยนต์		
1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1)	80	47.34
2. รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รย.2)	22	13.02
3. รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3)	67	39.64
รวม	169	100.00

จากตารางที่4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 82.84 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 46.20 รองลงมา 25-40 ปีร้อยละ45.00 และน้อยที่สุดต่ำกว่า 25 ปีร้อยละ 8.80 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 64.50 รองลงมา ปริญญาตรี ร้อยละ 34.40 และน้อยที่สุด สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 44.40 รองลงมาพนักงานบริษัทร้อยละ 39.60 และน้อยที่สุดข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจร้อยละ16.00 ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รบ.1) ร้อยละ 47.34 รองลงมารถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รบ.3) ร้อยละ39.64 และน้อยที่สุดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รบ.2) ร้อยละ 13.02

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์

เอกชนอาเรียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.26	0.64	4.24	0.69	4.25	0.65
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	4.01	0.54	3.93	0.59	3.99	0.55
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่นฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.86	0.63	3.79	0.68	3.85	0.63
รวม	4.04	0.60	3.99	0.65	4.03	0.61
ด้านราคา						
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.94	0.57	3.69	0.66	3.90	0.59
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี , พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.88	0.70	3.62	0.73	3.83	0.71
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.90	0.70	3.83	0.66	3.89	0.69
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จรับเงิน	3.91	0.72	3.69	0.66	3.88	0.71
รวม	3.91	0.67	3.71	0.68	3.88	0.68
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.86	0.75	3.69	0.76	3.83	0.75
9. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.15	1.03	3.31	1.07	3.18	1.04
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.91	1.12	2.79	1.18	2.89	1.13
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.35	0.66	4.59	0.57	4.39	0.65
รวม	3.57	0.89	3.60	0.89	3.57	0.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.66	0.79	3.45	0.83	3.63	0.80
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.56	0.61	4.66	0.61	4.58	0.61
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.69	0.98	3.66	0.97	3.68	0.98
รวม	3.97	0.80	3.92	0.81	3.96	0.80

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคคล						
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.78	0.79	3.69	0.76	3.76	0.78
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.89	0.81	3.93	0.75	3.90	0.80
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.89	0.77	3.86	0.74	3.89	0.76
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสาร ได้อย่างถูกต้อง	3.94	0.74	4.03	0.73	3.96	0.74
รวม	3.88	0.78	3.88	0.75	3.88	0.77
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
19. มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.98	0.63	3.93	0.75	3.97	0.65
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	2.56	1.21	2.45	1.15	2.54	1.20
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.61	1.23	2.41	0.98	2.58	1.19
รวม	3.05	1.02	2.93	0.96	3.03	1.01
ด้านกระบวนการ						
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.96	0.57	3.66	0.81	3.91	0.63
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ	3.98	0.61	3.72	0.80	3.93	0.65
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	4.02	0.91	3.72	0.84	3.97	0.90
รวม	3.99	0.70	3.70	0.82	3.94	0.73
รวมทั้งหมด	3.77	0.78	3.68	0.79	3.76	0.78

จากตารางที่ 4.2 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85-4.25$) ทุกรายการคือ

1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์
 2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย
 3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น
- เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83-3.90$) ทุกรายการคือ

1. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด
 2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
 3. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จรับเงิน
 4. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม
- เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83-4.39$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง
 2. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สะดวกกับการมาใช้บริการ
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นเพศหญิงรายการความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.59$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.58$) จำนวน 1 รายการคือ มีบริการรับฝากรถที่มารับบริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นเพศหญิง รายการ มีการแจกเอกสารหรือใบปลิว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$)

ด้านบุคคล ผู้บริโภคมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76-3.96$) ทุกรายการคือ

1. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถามข้อสงสัยได้
3. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย

ผู้บริโภคเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกจากนี้ในระดับน้อย

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91-3.97$) ทุกรายการคือ

1. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ
2. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ
3. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชายและเพศหญิง

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคราย 100 ราย จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.27	0.70	4.22	0.69	4.28	0.60	4.25	0.65
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสอบสภาพ ที่ทันสมัย	3.93	0.59	4.00	0.57	4.00	0.54	3.99	0.55
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.67	0.49	3.87	0.60	3.87	0.69	3.85	0.63
รวม	3.96	0.60	4.03	0.62	4.05	0.61	4.03	0.61
ด้านราคา								
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.60	0.63	3.88	0.59	3.97	0.58	3.90	0.59
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี , พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.67	0.98	3.84	0.63	3.86	0.73	3.83	0.71
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.73	0.80	3.84	0.65	3.96	0.71	3.89	0.69
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จ รับเงิน	3.60	0.91	3.84	0.63	3.96	0.73	3.88	0.71
รวม	3.65	0.83	3.85	0.63	3.94	0.69	3.88	0.68
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.53	0.83	3.86	0.71	3.87	0.78	3.83	0.75
9. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.00	1.20	3.12	1.03	3.27	1.02	3.18	1.04
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.60	1.45	2.93	1.11	2.90	1.08	2.89	1.13
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.40	0.63	4.26	0.68	4.51	0.60	4.39	0.65
รวม	3.38	1.03	3.54	0.88	3.64	0.87	3.57	0.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.47	0.92	3.64	0.73	3.64	0.85	3.63	0.80
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.60	0.51	4.57	0.64	4.59	0.61	4.58	0.61
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.73	0.96	3.59	1.06	3.76	0.90	3.68	0.98
รวม	3.93	0.79	3.93	0.81	4.00	0.79	3.96	0.80

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคราย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคคล								
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.73	0.80	3.71	0.78	3.82	0.79	3.76	0.78
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.67	0.82	3.84	0.82	4.00	0.77	3.90	0.80
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.53	0.92	3.83	0.79	4.01	0.67	3.89	0.76
18. เจ้าหน้าที่ที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสื่อสารได้อย่างถูกต้อง	3.80	0.78	3.91	0.73	4.04	0.73	3.96	0.74
รวม	3.68	0.83	3.82	0.78	3.97	0.74	3.88	0.77
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.93	0.59	3.95	0.63	4.00	0.68	3.97	0.65
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	3.00	1.31	2.43	1.18	2.56	1.18	2.54	1.20
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	3.00	1.20	2.42	1.20	2.65	1.16	2.58	1.19
รวม	3.31	1.03	2.93	1.00	3.07	1.01	3.03	1.01
ด้านกระบวนการ								
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอนก่อน-หลัง	3.87	0.52	3.92	0.63	3.90	0.66	3.91	0.63
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ	4.00	0.54	3.91	0.64	3.95	0.68	3.93	0.65
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.93	0.96	4.04	0.81	3.91	0.98	3.97	0.90
รวม	3.93	0.67	3.96	0.69	3.92	0.77	3.94	0.73
รวมทั้งหมด	3.68	0.83	3.73	0.77	3.80	0.78	3.76	0.78

จากตารางที่ 4.3 ผู้บริโภคที่อายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85-4.27$) ทุกรายการคือ

1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์
 2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย
 3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น
- เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับอายุ

ด้านราคา ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60-3.73$) ทุกรายการคือ

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
 2. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม
 3. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด
 4. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จรับเงิน
- เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53-4.40$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง
 2. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สะดวกกับการมาใช้บริการ
- นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ ผู้ที่มีอายุ 25-40 ปี ยกเว้น ผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป รายการ ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$) จำนวน 1 รายการคือ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก และปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีอายุ 25-40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป ยกเว้นรายการ มีการแจกเอกสารหรือใบปลิว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$)

ด้านบุคคล ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$)
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53-3.80$) ทุกรายการคือ

1. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ
3. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถามข้อสงสัยได้
4. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอายุ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 40 ปีขึ้นไป ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 25 -40 ปี รายการ ความชัดเจนป้ายชื่อ และสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ และจัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสม และเพียงพอ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.43$ และ 2.42 ตามลำดับ)

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87-4.00$) ทุกรายการคือ

1. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ
2. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ
3. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับอายุ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.24	0.64	4.30	0.70	4.14	0.38	4.25	0.65
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	4.01	0.55	3.92	0.55	4.29	0.49	3.99	0.55
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ เป็นต้น	3.89	0.66	3.74	0.59	4.14	0.38	3.85	0.63
รวม	4.05	0.62	3.99	0.61	4.19	0.41	4.03	0.61
ด้านราคา								
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.93	0.62	3.79	0.53	4.29	0.49	3.90	0.59
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี , พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.85	0.77	3.79	0.63	3.86	0.38	3.83	0.71
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.86	0.74	3.89	0.61	4.29	0.49	3.89	0.69
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จรับเงิน	3.87	0.73	3.83	0.67	4.29	0.49	3.88	0.71
รวม	3.88	0.72	3.83	0.61	4.18	0.46	3.88	0.68
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.82	0.80	3.79	0.66	4.43	0.54	3.83	0.75
9. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.24	1.04	3.04	1.00	3.29	1.38	3.18	1.04
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.99	1.18	2.74	0.98	2.43	1.27	2.89	1.13
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.47	0.59	4.25	0.68	4.29	1.11	4.39	0.65
รวม	3.63	0.90	3.46	0.83	3.61	1.08	3.57	0.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.64	0.82	3.57	0.75	3.86	0.90	3.63	0.80
13. มีบริการรับฝากจดที่มาใช้บริการ	4.53	0.63	4.62	0.60	5.00	0.00	4.58	0.61
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.75	0.94	3.55	1.01	3.57	1.27	3.68	0.98
รวม	3.97	0.80	3.91	0.78	4.14	0.72	3.96	0.80

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคคล								
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.80	0.80	3.68	0.73	3.86	0.90	3.76	0.78
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.91	0.81	3.87	0.76	4.00	1.00	3.90	0.80
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการ บริการ	3.89	0.75	3.87	0.76	4.00	1.00	3.89	0.76
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง	3.97	0.74	3.92	0.70	4.00	1.00	3.96	0.74
รวม	3.89	0.78	3.84	0.74	3.97	0.98	3.88	0.77
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.95	0.67	3.96	0.62	4.29	0.49	3.97	0.65
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจ สภาพรถ	2.51	1.22	2.58	1.15	2.71	1.25	2.54	1.20
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.61	1.26	2.53	1.09	2.57	0.98	2.58	1.19
รวม	3.02	1.05	3.02	0.95	3.19	0.91	3.03	1.01
ด้านกระบวนการ								
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.92	0.61	3.83	0.67	4.29	0.49	3.91	0.63
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจ สภาพรถ	3.94	0.62	3.85	0.69	4.43	0.54	3.93	0.65
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.92	0.92	4.04	0.88	4.29	0.76	3.97	0.90
รวม	3.93	0.72	3.91	0.75	4.34	0.59	3.94	0.73
รวมทั้งหมด	3.77	0.80	3.71	0.75	3.94	0.75	3.76	0.78

จากตารางที่ 4.4 ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89-4.24$) ทุกรายการคือ

1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ด้านราคา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85-3.93$) ทุกรายการคือ

1. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด
2. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จรับเงิน
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
4. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82-4.47$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง
2. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สะดวกกับการมาใช้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาพบว่า มีค่าสอดคล้องกับการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้น ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายการ สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.43$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ด้านบุคคล ผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80-3.97$) ทุกรายการ คือ

1. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถามข้อสงสัยได้
3. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) จำนวน 1 รายการ คือ มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92 -3.94$) ทุกรายการ คือ

1. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ
2. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง
3. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารยันต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.48	0.58	4.16	0.64	4.25	0.66	4.25	0.65
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	3.96	0.59	4.01	0.54	3.99	0.56	3.99	0.55
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ เป็นต้น	3.81	0.68	3.88	0.66	3.84	0.59	3.85	0.63
รวม	4.08	0.62	4.02	0.61	4.03	0.60	4.03	0.61
ด้านราคา								
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมาย กำหนด	3.85	0.60	3.84	0.59	3.97	0.59	3.90	0.59
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และ ประกันภัย มีความเหมาะสม	3.85	0.66	3.73	0.75	3.92	0.69	3.83	0.71
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.96	0.71	3.79	0.75	3.95	0.63	3.89	0.69
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จ รับ เงิน	3.89	0.75	3.84	0.73	3.91	0.68	3.88	0.71
รวม	3.89	0.68	3.80	0.71	3.94	0.65	3.88	0.68
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.67	0.62	3.81	0.76	3.92	0.78	3.83	0.75
9. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	2.81	0.96	3.19	0.96	3.29	1.11	3.18	1.04
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.78	1.05	2.97	1.10	2.85	1.18	2.89	1.13
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.30	0.47	4.36	0.69	4.45	0.66	4.39	0.65
รวม	3.39	0.77	3.58	0.88	3.63	0.94	3.57	0.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.74	0.66	3.52	0.86	3.68	0.79	3.63	0.80
13. มีบริการรับฝากรถที่มารับบริการ	4.74	0.59	4.45	0.66	4.64	0.56	4.58	0.61
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.41	1.12	3.67	0.93	3.79	0.96	3.68	0.98
รวม	3.96	0.79	3.88	0.81	4.04	0.77	3.96	0.80

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคคล								
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.70	0.82	3.67	0.81	3.87	0.74	3.76	0.78
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.70	0.82	3.88	0.84	3.99	0.74	3.90	0.80
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการ บริการ	3.74	0.81	3.78	0.85	4.04	0.63	3.89	0.76
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสาร ได้อย่างถูกต้อง	3.93	0.73	3.88	0.79	4.04	0.69	3.96	0.74
รวม	3.77	0.80	3.80	0.82	3.99	0.70	3.88	0.77
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	4.07	0.62	3.88	0.62	4.01	0.69	3.97	0.65
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจ สภาพรถ	2.44	1.19	2.46	1.17	2.65	1.23	2.54	1.20
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.44	1.22	2.49	1.24	2.71	1.14	2.58	1.19
รวม	2.98	1.01	2.94	1.01	3.12	1.02	3.03	1.01
ด้านกระบวนการ								
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.85	0.66	3.82	0.58	4.00	0.66	3.91	0.63
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจ สภาพรถ	3.85	0.72	3.79	0.57	4.09	0.66	3.93	0.65
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	4.00	0.92	3.97	0.85	3.96	0.95	3.97	0.90
รวม	3.90	0.77	3.86	0.66	4.02	0.76	3.94	0.73
รวมทั้งหมด	3.71	0.77	3.70	0.79	3.83	0.77	3.76	0.78

จากตารางที่ 4.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วน
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ในภาพรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81-4.48$) ทุกรายการคือ

1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์
 2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย
 3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ เป็นต้น
- เมื่อพิจารณาตามอาชีพพบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอาชีพ

ด้านราคา ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85-3.96$) ทุกรายการคือ

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
 2. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จรับเงิน
 3. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด
 4. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม
- เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอาชีพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น
โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}=3.67-4.30$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง
 2. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สะดวกกับการมาใช้บริการ
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง
- เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น
โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$)
จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก และปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับ พนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว ยกเว้น
รายการ นำต่อภาษีฟรี เมื่อซื้อ พรบ. อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$ และ 3.79 ตามลำดับ)

ด้านบุคคล ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.70-3.93$) ทุกรายการ คือ

1. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ
3. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถามข้อสงสัยได้
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอาชีพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) จำนวน 1 รายการ คือ มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท ยกเว้น ผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 รายการคือ ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ และจัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.65$ และ 2.71 ตามลำดับ)

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85-4.00$) ทุกรายการ คือ

1. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ
2. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ
3. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกอาชีพ

ตารางที่4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมจำแนกตามประเภทรถยนต์

รายการ	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลไม่ เกินเจ็ดคน (รย.1)		รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลเกิน เจ็ดคน (รย.2)		รถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3)		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.22	0.64	4.32	0.72	4.27	0.64	4.25	0.65
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	3.98	0.55	3.82	0.50	4.07	0.56	3.99	0.55
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่นฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.81	0.62	3.73	0.63	3.94	0.65	3.85	0.63
รวม	4.00	0.60	3.96	0.62	4.09	0.62	4.03	0.61
ด้านราคา								
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.91	0.62	3.68	0.57	3.96	0.56	3.90	0.59
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี , พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.83	0.74	3.59	0.67	3.93	0.68	3.83	0.71
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.95	0.65	3.50	0.67	3.94	0.72	3.89	0.69
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จรับเงิน	3.91	0.66	3.73	0.63	3.88	0.79	3.88	0.71
รวม	3.90	0.67	3.63	0.63	3.93	0.69	3.88	0.68
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.89	0.75	3.77	0.75	3.79	0.77	3.83	0.75
9. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.36	1.07	2.86	0.99	3.06	0.98	3.18	1.04
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.96	1.15	2.68	1.09	2.87	1.11	2.89	1.13
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.49	0.69	4.18	0.59	4.34	0.59	4.39	0.65
รวม	3.68	0.92	3.37	0.85	3.52	0.86	3.57	0.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.76	0.75	3.27	0.55	3.58	0.89	3.63	0.80
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.63	0.60	4.55	0.60	4.54	0.64	4.58	0.61
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.69	1.00	3.32	1.04	3.79	0.91	3.68	0.98
รวม	4.03	0.78	3.71	0.73	3.97	0.81	3.96	0.80

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภครายหนึ่งตามประเภทรถยนต์ (ต่อ)

รายการ	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รถยนต์.1)		รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รถยนต์.2)		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถยนต์.3)		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคคล								
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.79	0.74	3.59	0.85	3.79	0.81	3.76	0.78
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.98	0.75	3.68	1.00	3.88	0.79	3.90	0.80
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.99	0.70	3.64	1.05	3.85	0.70	3.89	0.76
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสื่อสาร ได้อย่างถูกต้อง	4.01	0.70	3.68	0.95	3.99	0.69	3.96	0.74
รวม	3.94	0.72	3.65	0.96	3.88	0.75	3.88	0.77
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.95	0.67	3.95	0.49	4.00	0.67	3.97	0.65
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	2.69	1.21	2.36	1.00	2.43	1.23	2.54	1.20
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.65	1.18	2.32	1.09	2.58	1.23	2.58	1.19
รวม	3.10	1.02	2.88	0.86	3.00	1.05	3.03	1.01
ด้านกระบวนการ								
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอนก่อน-หลัง	3.93	0.65	3.73	0.63	3.94	0.60	3.91	0.63
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ	3.98	0.68	3.68	0.65	3.97	0.60	3.93	0.65
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.96	0.88	3.95	0.95	3.99	0.93	3.97	0.90
รวม	3.96	0.74	3.79	0.74	3.97	0.71	3.94	0.73
รวมทั้งหมด	3.81	0.78	3.57	0.78	3.77	0.78	3.76	0.78

จากตารางที่ 4.6 ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81-4.22$) ทุกรายการคือ

1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์
 2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพที่ทันสมัย
 3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ เป็นต้น
- เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกประเภทรถยนต์

ด้านราคา ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83-3.95$) ทุกรายการคือ

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ
 2. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด
 3. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้องตรงตามใบเสร็จรับเงิน
 4. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม
- เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกประเภทรถยนต์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89-4.49$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง
 2. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สะดวกกับการมาใช้บริการ
- นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกประเภทรถยนต์

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.63$) จำนวน 1 รายการคือ มีบริการรับฝากรถที่มารับบริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3) ยกเว้น ผู้บริโภคประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รย.2) รายการ มีการแจกเอกสารหรือใบปลิว แล รายการ นำต่อภาษีฟรี เมื่อซื้อพบ.อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.27$ และ 3.32 ตามลำดับ)

ด้านบุคคล ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79-4.01$)ทุกรายการ คือ

1. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ
3. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถามข้อสงสัยได้
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกประเภทรถยนต์

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รย.2) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับน้อย

ผู้บริโภคที่มีรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) จำนวน 1 รายการคือ มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง และน้อย

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93-3.98$) ทุกรายการคือ

1. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ
2. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ
3. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง

เมื่อพิจารณาตามประเภทรถยนต์ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับทุกประเภทรถยนต์

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถาน
 ตรวจสอบสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
 ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถาน
 ตรวจสอบสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.26	0.64	4.24	0.69	0.113
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสอบสภาพ ที่ทันสมัย	4.01	0.54	3.93	0.59	0.638
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.86	0.63	3.79	0.68	0.523
รวม	4.04	0.60	3.99	0.65	0.531
ด้านราคา					
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.94	0.57	3.69	0.66	2.110*
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี , พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.88	0.70	3.62	0.73	1.746
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.90	0.70	3.83	0.66	0.533
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จรับเงิน	3.91	0.72	3.69	0.66	1.644
รวม	3.91	0.67	3.71	0.68	1.721
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.86	0.75	3.69	0.76	1.127
9. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.15	1.03	3.31	1.07	-0.738
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.91	1.12	2.79	1.18	0.479
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.35	0.66	4.59	0.57	-1.982*
รวม	3.57	0.89	3.60	0.89	-0.187
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
12. มีการแจกเอกสาร หรือ ใบปลิว	3.66	0.79	3.45	0.83	1.289
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.56	0.61	4.66	0.61	-0.726
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.69	0.98	3.66	0.97	0.153
รวม	3.97	0.80	3.92	0.81	0.429

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมกันตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคคล					
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.78	0.79	3.69	0.76	0.569
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ชี้ สงสัยได้	3.89	0.81	3.93	0.75	-0.245
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.89	0.77	3.86	0.74	0.202
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้ อย่างถูกต้อง	3.94	0.74	4.03	0.73	-0.613
รวม	3.88	0.78	3.88	0.75	-0.019
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.98	0.63	3.93	0.75	0.318
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	2.56	1.21	2.45	1.15	0.489
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.61	1.23	2.41	0.98	0.955
รวม	3.05	1.02	2.93	0.96	0.739
ด้านกระบวนการ					
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.96	0.57	3.66	0.81	2.385*
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพ รถ	3.98	0.61	3.72	0.80	1.944
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	4.02	0.91	3.72	0.84	1.708
รวม	3.99	0.70	3.70	0.82	2.047*
รวมทั้งหมด	3.77	0.78	3.68	0.79	0.966

* $P \geq 0.05$ $df = \infty$ $t = \pm 1.960$

** $P \geq 0.01$ $df = \infty$ $t = \pm 2.576$

จากตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ของผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิง พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอาเรียนต์ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านราคา ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคนเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการคือ มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอนก่อน-หลัง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารยันต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.27	0.70	4.22	0.69	4.28	0.60	0.159
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	3.93	0.59	4.00	0.57	4.00	0.54	0.099
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.67	0.49	3.87	0.60	3.87	0.69	0.704
รวม	3.96	0.60	4.03	0.62	4.05	0.61	0.253
ด้านราคา							
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมาย กำหนด	3.60	0.63	3.88	0.59	3.97	0.58	3.609*
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.67	0.98	3.84	0.63	3.86	0.73	0.463
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.73	0.80	3.84	0.65	3.96	0.71	0.977
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตาม ใบเสร็จรับเงิน	3.60	0.91	3.84	0.63	3.96	0.73	1.810
รวม	3.65	0.83	3.85	0.63	3.94	0.69	1.682
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.53	0.83	3.86	0.71	3.87	0.78	1.328
9. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.00	1.20	3.12	1.03	3.27	1.02	0.645
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.60	1.45	2.93	1.11	2.90	1.08	0.555
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.40	0.63	4.26	0.68	4.51	0.60	3.938*
รวม	3.38	1.03	3.54	0.88	3.64	0.87	1.018
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.47	0.92	3.64	0.73	3.64	0.85	0.329
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.60	0.51	4.57	0.64	4.59	0.61	0.038
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.73	0.96	3.59	1.06	3.76	0.90	0.564
รวม	3.93	0.79	3.93	0.81	4.00	0.79	0.232

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภครายต่าง ๆ ตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคคล							
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.73	0.80	3.71	0.78	3.82	0.79	0.391
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.67	0.82	3.84	0.82	4.00	0.77	1.457
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.53	0.92	3.83	0.79	4.01	0.67	3.989*
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสื่อสารได้อย่างถูกต้อง	3.80	0.78	3.91	0.73	4.04	0.73	0.991
รวม	3.68	0.83	3.82	0.78	3.97	0.74	1.499
ด้านลักษณะทางกายภาพ							
19. มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.93	0.59	3.95	0.63	4.00	0.68	0.152
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	3.00	1.31	2.43	1.18	2.56	1.18	1.431
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	3.00	1.20	2.42	1.20	2.65	1.16	1.784
รวม	3.31	1.03	2.93	1.00	3.07	1.01	1.494
ด้านกระบวนการ							
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอนก่อน-หลัง	3.87	0.52	3.92	0.63	3.90	0.66	0.058
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ	4.00	0.54	3.91	0.64	3.95	0.68	0.158
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.93	0.96	4.04	0.81	3.91	0.98	0.406
รวม	3.93	0.67	3.96	0.69	3.92	0.77	0.069
รวมทั้งหมด	3.68	0.83	3.73	0.77	3.80	0.78	0.765

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

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

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านราคา ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคคล ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์ เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ความสะดวกโดยรวมของสถานที่ตั้ง ผู้บริโภคที่มีอายุ 25-40 ปีมีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถ ให้ความเอาใจใส่ในการบริการ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.24	0.64	4.30	0.70	4.14	0.38	0.278
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	4.01	0.55	3.92	0.55	4.29	0.49	1.452
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.89	0.66	3.74	0.59	4.14	0.38	1.845
รวม	4.05	0.62	3.99	0.61	4.19	0.41	0.658
ด้านราคา							
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมายกำหนด	3.93	0.62	3.79	0.53	4.29	0.49	2.497
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.85	0.77	3.79	0.63	3.86	0.38	0.132
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.86	0.74	3.89	0.61	4.29	0.49	1.228
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จรับเงิน	3.87	0.73	3.83	0.67	4.29	0.49	1.287
รวม	3.88	0.72	3.83	0.61	4.18	0.46	1.159
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.82	0.80	3.79	0.66	4.43	0.54	2.326
9. ท่าที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.24	1.04	3.04	1.00	3.29	1.38	0.706
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.99	1.18	2.74	0.98	2.43	1.27	1.532
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.47	0.59	4.25	0.68	4.29	1.11	2.242
รวม	3.63	0.90	3.46	0.83	3.61	1.08	1.208
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.64	0.82	3.57	0.75	3.86	0.90	0.460
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.53	0.63	4.62	0.60	5.00	0.00	2.131
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.75	0.94	3.55	1.01	3.57	1.27	0.828
รวม	3.97	0.80	3.91	0.78	4.14	0.72	0.557

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา(ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคคล							
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.80	0.80	3.68	0.73	3.86	0.90	0.463
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบ คำถาม ข้อสงสัยได้	3.91	0.81	3.87	0.76	4.00	1.00	0.102
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ใน การบริการ	3.89	0.75	3.87	0.76	4.00	1.00	0.094
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง	3.97	0.74	3.92	0.70	4.00	1.00	0.087
รวม	3.89	0.78	3.84	0.74	3.97	0.98	0.177
ด้านลักษณะทางกายภาพ							
19. มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.95	0.67	3.96	0.62	4.29	0.49	0.862
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจ สภาพรถ	2.51	1.22	2.58	1.15	2.71	1.25	0.136
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.61	1.26	2.53	1.09	2.57	0.98	0.075
รวม	3.02	1.05	3.02	0.95	3.19	0.91	0.134
ด้านกระบวนการ							
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.92	0.61	3.83	0.67	4.29	0.49	1.692
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการ ตรวจสภาพรถ	3.94	0.62	3.85	0.69	4.43	0.54	2.566
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.92	0.92	4.04	0.88	4.29	0.76	0.760
รวม	3.93	0.72	3.91	0.75	4.34	0.59	1.510
รวมทั้งหมด	3.77	0.80	3.71	0.75	3.94	0.75	0.900

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

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

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคราย 10 ราย

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. บริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านรถยนต์	4.48	0.58	4.16	0.64	4.25	0.66	2.361
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสภาพ ที่ทันสมัย	3.96	0.59	4.01	0.54	3.99	0.56	0.097
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่นฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.81	0.68	3.88	0.66	3.84	0.59	0.127
รวม	4.08	0.62	4.02	0.61	4.03	0.60	0.198
ด้านราคา							
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมาย กำหนด	3.85	0.60	3.84	0.59	3.97	0.59	1.052
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.85	0.66	3.73	0.75	3.92	0.69	1.253
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.96	0.71	3.79	0.75	3.95	0.63	1.081
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตามใบเสร็จ รับ เงิน	3.89	0.75	3.84	0.73	3.91	0.68	0.181
รวม	3.89	0.68	3.80	0.71	3.94	0.65	1.017
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.67	0.62	3.81	0.76	3.92	0.78	1.204
9. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	2.81	0.96	3.19	0.96	3.29	1.11	2.157
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.78	1.05	2.97	1.10	2.85	1.18	0.341
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.30	0.47	4.36	0.69	4.45	0.66	0.722
รวม	3.39	0.77	3.58	0.88	3.63	0.94	1.269
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
12. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว	3.74	0.66	3.52	0.86	3.68	0.79	1.010
13. มีบริการรับฝากรถที่มาใช้บริการ	4.74	0.59	4.45	0.66	4.64	0.56	2.909
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.41	1.12	3.67	0.93	3.79	0.96	1.506
รวม	3.96	0.79	3.88	0.81	4.04	0.77	1.251

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมกันตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคคล							
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.70	0.82	3.67	0.81	3.87	0.74	1.199
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบ คำถาม ข้อสงสัยได้	3.70	0.82	3.88	0.84	3.99	0.74	1.280
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ใน การบริการ	3.74	0.81	3.78	0.85	4.04	0.63	2.796
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้อง	3.93	0.73	3.88	0.79	4.04	0.69	0.863
รวม	3.77	0.80	3.80	0.82	3.99	0.70	1.611
ด้านลักษณะทางกายภาพ							
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	4.07	0.62	3.88	0.62	4.01	0.69	1.151
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจ สภาพรถ	2.44	1.19	2.46	1.17	2.65	1.23	0.560
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.44	1.22	2.49	1.24	2.71	1.14	0.781
รวม	2.98	1.01	2.94	1.01	3.12	1.02	0.878
ด้านกระบวนการ							
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และ ให้บริการตามขั้นตอน ก่อน-หลัง	3.85	0.66	3.82	0.58	4.00	0.66	1.561
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการ ตรวจสภาพรถ	3.85	0.72	3.79	0.57	4.09	0.66	4.291*
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	4.00	0.92	3.97	0.85	3.96	0.95	0.019
รวม	3.90	0.77	3.86	0.66	4.02	0.76	1.182
รวมทั้งหมด	3.71	0.77	3.70	0.79	3.83	0.77	1.413

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

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

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภครที่มีอาชีพ ต่างกัน พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภครที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านกระบวนการผู้บริโภครที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสม และเพียงพอ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ ของผู้บริโภคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ความสะดวกรวดเร็วในการออกใบรับรองผลการตรวจสภาพรถ ผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีความคิดเห็นแตกต่างกับ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ของผู้บริโภค จำแนกตามประเภทรถยนต์

รายการ	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลไม่ เกินเจ็ดคน (รย.1)		รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลเกิน เจ็ดคน (รย.2)		รถยนต์ บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3)		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. บริการให้คำแนะนำนำปริญญาด้านรถยนต์	4.22	0.64	4.32	0.72	4.27	0.64	0.205
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสอบสภาพ ที่ทันสมัย	3.98	0.55	3.82	0.50	4.07	0.56	1.906
3. มีความหลากหลายด้านบริการ เช่น ฝากชำระ ภาษี, รับทำประกันภัย, พรบ. เป็นต้น	3.81	0.62	3.73	0.63	3.94	0.65	1.238
รวม	4.00	0.60	3.96	0.62	4.09	0.62	0.997
ด้านราคา							
4. มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจนตรงตามที่กฎหมาย กำหนด	3.91	0.62	3.68	0.57	3.96	0.56	1.808
5. ราคาค่าบริการด้านอื่นๆ เช่น ฝากต่อภาษี, พรบ. และประกันภัย มีความเหมาะสม	3.83	0.74	3.59	0.67	3.93	0.68	1.855
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	3.95	0.65	3.50	0.67	3.94	0.72	4.096*
7. มีระบบการจัดเก็บเงินที่ถูกต้อง ตรงตาม ใบเสร็จรับเงิน	3.91	0.66	3.73	0.63	3.88	0.79	0.589
รวม	3.90	0.67	3.63	0.63	3.93	0.69	2.416
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
8. มีเวลาเปิด ปิดเหมาะสม สอดคล้องกับการมาใช้บริการ	3.89	0.75	3.77	0.75	3.79	0.77	0.381
9. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.36	1.07	2.86	0.99	3.06	0.98	2.770
10. สถานที่ตั้งเป็นที่รู้จักเปิดให้บริการมานาน	2.96	1.15	2.68	1.09	2.87	1.11	0.554
11. ความสะดวกโดยภาพรวมของสถานที่ตั้ง	4.49	0.69	4.18	0.59	4.34	0.59	2.258
รวม	3.68	0.92	3.37	0.85	3.52	0.86	2.115
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
12. มีการแจกเอกสาร หรือไปปลิว	3.76	0.75	3.27	0.55	3.58	0.89	3.512*
13. มีบริการรับฝากรถที่มารับบริการ	4.63	0.60	4.55	0.60	4.54	0.64	0.410
14. นำต่อภาษีฟรีเมื่อซื้อ พรบ.	3.69	1.00	3.32	1.04	3.79	0.91	1.961
รวม	4.03	0.78	3.71	0.73	3.97	0.81	2.535

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภคร่วมกันตามประเภทรถยนต์ (ต่อ)

รายการ	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่กินเจ็ดคน (รย.1)		รถยนต์นั่งส่วนบุคคลกินเจ็ดคน (รย.2)		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3)		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคคล							
15. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.79	0.74	3.59	0.85	3.79	0.81	0.613
16. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยได้	3.98	0.75	3.68	1.00	3.88	0.79	1.195
17. ผู้ควบคุมการตรวจสภาพรถให้ความเอาใจใส่ในการบริการ	3.99	0.70	3.64	1.05	3.85	0.70	1.999
18. เจ้าหน้าที่รับรถ มีความรู้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสื่อสารได้อย่างถูกต้อง	4.01	0.70	3.68	0.95	3.99	0.69	1.838
รวม	3.94	0.72	3.65	0.96	3.88	0.75	1.547
ด้านลักษณะทางกายภาพ							
19. มีพื้นที่เพียงพอกับการจอดรถเพื่อให้บริการ	3.95	0.67	3.95	0.49	4.00	0.67	0.114
20. ความชัดเจนป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ของสถานตรวจสภาพรถ	2.69	1.21	2.36	1.00	2.43	1.23	1.119
21. จัดให้มีที่นั่งรออย่างเหมาะสมและ เพียงพอ	2.65	1.18	2.32	1.09	2.58	1.23	0.670
รวม	3.10	1.02	2.88	0.86	3.00	1.05	0.651
ด้านกระบวนการ							
22. มีการรับรถที่เป็นระบบ และให้บริการตามขั้นตอนก่อน-หลัง	3.93	0.65	3.73	0.63	3.94	0.60	1.024
23. ความสะดวกรวดเร็ว ในการออกไปรับรองผลการตรวจสภาพรถ	3.98	0.68	3.68	0.65	3.97	0.60	1.959
24. มีความเหมาะสมด้านระยะเวลาการให้บริการ	3.96	0.88	3.95	0.95	3.99	0.93	0.015
รวม	3.96	0.74	3.79	0.74	3.97	0.71	0.728
รวมทั้งหมด	3.81	0.78	3.57	0.78	3.77	0.78	2.270

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

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

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ของผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ต่างกัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชนอารียนต์ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านราคา ผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแจกเอกสารหรือใบปลิว นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ ของผู้บริโภคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รย.2) และผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. มีการแจกเอกสาร หรือใบปลิว ผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) มีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริโภครที่มีประเภทรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคน (รย.2) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05