

ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2547

ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2547

อำพล สุวรรณธีรานุ. (2547). ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการ หลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รศ. ดร.พุทธกาล รัชธร.

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ในด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการหลังการขาย จำแนกตาม ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า T-test และความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance) ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็ก รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง โดยเป็นธุรกิจประเภท Bill Payment รองลงมาคือ ธุรกิจ T&E Retail และธุรกิจ All Day Process สำหรับเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่นิยมใช้ คือ ยี่ห้อ HYPERCOM และเป็นยี่ห้ออื่น ส่วนระยะเวลาในการใช้ คือ น้อยกว่า 1 ปี รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต คือ นอกเวลาปกติ รองมาคือ เวลาปกติ และตลอด 24 ชั่วโมง

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

2.1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความทนทานของเครื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดตั้ง ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ และมารยาทของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการแจ้งปัญหา ได้แก่ การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการซ่อมบำรุง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการฝึกอบรม ได้แก่ หลักสูตรในการฝึกอบรม และเอกสารในการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ พบว่า

ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ พบว่า

ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



SATISFACTION OF EDC AND AFTER SALE SERVICE'S USER IN BANGKOK



AN ABSTRACT
BY
MR AMPHOL SUWANTHEERANGKUL

Presented in Partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
March 2004

Amphol Suwantheerangkul. (2004). *The Satisfaction of EDC and After Sale Service's User in Bangkok*. Master's Project , M.B.A.(Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Vice. Prof. Buddhakarn Ratchathorn.

These purposes of research were to study and compare satisfaction of EDC in Bangkok. Three aspects: Features Factors, Function Factors after sale Services factors. The factors were compared by EDC's User under the following categories: business size, business type, EDC times usage, No.of EDC brand and office hours.

The samples group was 400 Hypercom EDC's User in Bangkok. The questionnaire was constructed and used as a tool for collecting data. SPSS Program analyzed the statistics of Percentage, Mean, Standard Deviation, T-test, One-Way ANOVA and LSD test.

The research revealed that :

1. EDC's Users in Bangkok were almost small business, bill payment business, less than one year EDC usage, Only Use HYPERCOM EDC, Daily Process business.
2. Satisfaction of EDC's User in Bangkok were evaluated in high level in part of feature factors, function factors and after sale services at high level..
3. Feature and Function Satisfaction os EDC's factors were influenced with statistical significant difference to Business factors in part of business size, No. of EDC Brand, EDC time usage and Office Hour at level 0.01.
4. After Sale Service Satisfaction os EDC's factors were influenced with statistical significant difference to Business factors in part of business size, business type, No. of EDC Brand, EDC time usage and Office Hour at level 0.01

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสาร
นิพนธ์ฉบับนี้ แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พุททกาล รัชธร)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.พุททกาล รัชธร)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังขเกษม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.พุททกาล รัชทร อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นกรรมการที่ปรึกษาของโครงการบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต (สำหรับผู้บริหาร) เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขความบกพร่องเพื่อการปรับปรุง เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้มอบทุน อันเป็นความรู้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา ที่ได้อนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถามให้เป็นที่ยอมรับสมบูรณ์

ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่า ที่ได้ให้คำแนะนำชี้แนะ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ กราบ ขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และ ขอขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ และ เพื่อน ๆ X-MBA รุ่น 2 ที่คอยช่วยเหลือ และแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

อำพล สุวรรณธีรางกูร

สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	4
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	4
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	9
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	10
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียน.....	12
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	20
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	46
3	วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	54
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	56
	วิธีการสร้างเครื่องมือ.....	56
	การหาคุณภาพเครื่องมือ.....	68
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
4	การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาค้นคว้า	72
	สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
	การเสนอผลการศึกษาค้นคว้า.....	74

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 81
ความมุ่งหมายของการศึกษา.....	81
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	81
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	81
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	82
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า.....	85
ข้อเสนอแนะ.....	93
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	93
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	93
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	104
ภาคผนวก ก หนังสือขอความร่วมมือและแบบสอบถาม.....	105
ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือ.....	121
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	127

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมวดวิชาและเพศ.....	55
2	แสดงจำนวนร้อยละที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ หมวดวิชา อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพสมรสของผู้ปกครอง ระดับการศึกษา ของผู้ปกครอง.....	75
3	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 ที่กู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	77
4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียน ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา.....	78
5	แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์แบบ Stepwise	79
6	แสดงปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กู้ยืมเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	80
7	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามนิสัยทางการเรียน.....	122
8	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามลักษณะมุ่งอนาคต ทางการเรียน.....	122
9	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามสัมพันธภาพ ระหว่างนักศึกษากับผู้ปกครอง.....	123
10	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามลักษณะทางกายภาพ ของการเรียนการสอน.....	124
11	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่าง นักศึกษากับอาจารย์.....	124
12	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามสัมพันธภาพระหว่าง นักศึกษากับเพื่อน.....	125
13	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามการเข้าร่วมกิจกรรม ของนักศึกษา.....	125
14	แสดงค่าอำนาจจำแนก (t) เป็นรายชื่อของแบบสอบถามพฤติกรรมการเรียน ของนักศึกษา.....	126

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

- 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า..... 9



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันบัตรเครดิตได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำรงชีวิตไทย ตลอดจนการซื้อขายขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ การใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการมีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ และกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่อย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้อีกแล้ว ความนิยมในการใช้บัตรเครดิตทดแทนเงินสดของคนไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากปริมาณบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น จากตัวเลขเมื่อสิ้นปี 2534 มีปริมาณบัตรเครดิตทั้งสิ้น 939,000 บัตร เพิ่มขึ้นเป็น 1,766,000 บัตร เมื่อสิ้นปี 2543 และเพิ่มเป็น 2,338,591 บัตรเมื่อสิ้นไตรมาส 3 ปี 2544 (ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) การเติบโตของฐานบัตรเครดิตส่วนหนึ่งมาจากการผ่อนคลายเงื่อนไขของผู้ถือบัตรที่กำหนด โดยธนาคารแห่งประเทศไทย และอีกส่วนหนึ่งเกิดมาจากการสร้างดีมานด์เทียม เนื่องจากการแข่งขันในการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดบัตรเครดิตระหว่างสถาบันการเงินต่างๆ ยิ่งทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ธนาคารต่างๆ ตื่นตัวที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดบัตรเครดิต โดยพยายามใช้กลยุทธ์เผชิญหน้ากับคู่แข่งสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเสนอให้ใช้บัตรฟรี ของแจกของแถมราคาตั้งแต่ 500 – 1,000 บาท ทันทีที่ได้รับการอนุมัติบัตรเครดิต สาเหตุสำคัญที่ธนาคารต่างๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดบัตรเครดิต เนื่องจากต้องการแย่งชิงค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินคิดตั้งแต่ 1% – 3% ของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต สำหรับปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี 2543 มีปริมาณทั้งสิ้น 170,164 ล้านบาท และในไตรมาสที่ 3 ปี 2545 มีปริมาณทั้งสิ้น 68,155.75 ล้านบาท (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545)

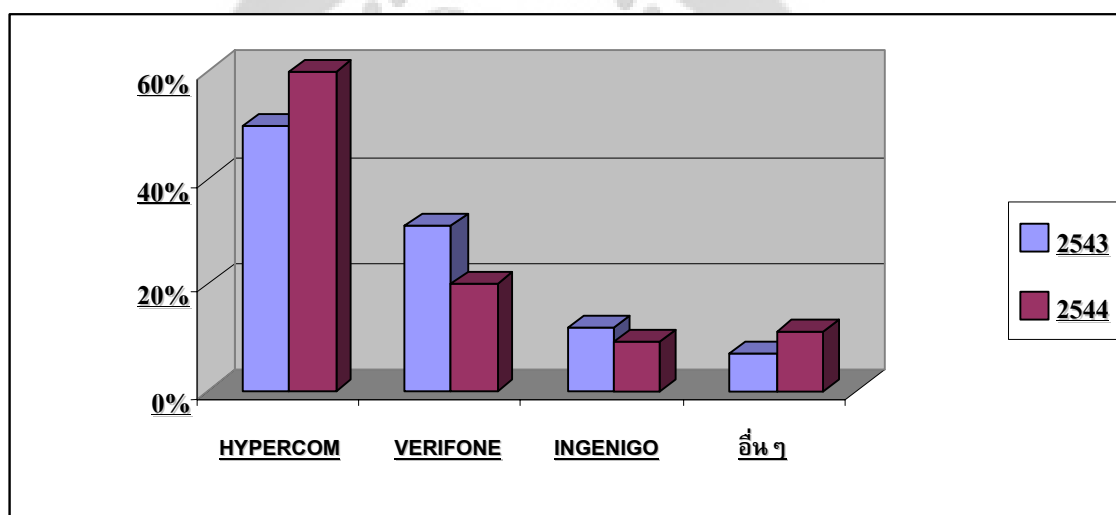
ในสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตในปัจจุบัน เครื่องอนุมัติบัตรอัตโนมัตินับเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางด้านการตลาดให้กับธนาคารต่างๆ โดยธนาคารจะใช้เป็นเครื่องมือเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และร้านค้าของธนาคารในการรองรับการใช้จ่ายผ่านบัตร ซึ่งในภาคการค้าในปี 2544 นั้น ยอดค้าปลีกรวมของผู้ประกอบการมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 956,000 ล้านบาท (ที่มา: ศูนย์ข้อมูลกลสิกรไทย, 2545) ทั้งนี้แบ่งเป็นส่วนที่เป็นการชำระโดยใช้ผ่านบัตรประมาณ 20% ของมูลค่ายอดค้าปลีกทั้งหมด ทั้งนี้ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรนี้จะต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงเครื่องมือเพื่อใช้ในอนุมัติบัตรนี้ด้วย ดังนั้นอัตราการเติบโตและการขยายตัวของเครื่องอนุมัติบัตรนี้จะแปรผันตามยอดการลงทุน โดยอัตราการลงทุนจากปี 2545 นี้จะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 0.5 % ซึ่งมีส่วนของการลงทุนด้านเครื่องอนุมัติบัตรในปี 2545 อยู่ที่ประมาณ 480 ล้านบาท

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดเครื่องอนุมัติบัตรอัตโนมัติ จะมีผู้ประกอบการที่มีบทบาททั้งหมด 3 รายหลักได้แก่ Hypercom, Verifone และ Ingenico ในปีที่ผ่านมาสามารถประมาณส่วนแบ่งของตลาดได้ดังนี้

ตาราง1 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ผลิตภัณฑ์	ปี 2543 (ร้อยละ)	ปี 2544 (ร้อยละ)	+เพิ่ม/-ลด (ร้อยละ)
1. Hypercom	50	60	+10
2. Verifone	31	20	-11
3. Ingenigo	12	9	-3
4. อื่นๆ	7	11	-4

ที่มา: บริษัท ไฮเปอร์คอม(ประเทศไทย) จำกัด



ภาพประกอบ 1 แสดงการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาด ปี 2543-2544

ที่มา : บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด ได้มองกลยุทธ์ที่นำมาใช้สำหรับการวางแผน บริษัทได้มองไปที่ลูกค้าเป็นหลัก หรือที่เรียกว่า Customer Oriented มากกว่า Product Oriented นั้นหมายถึงบริษัทได้ใช้กลยุทธ์ 4 Cs และการบริหาร MARKETING MIX ที่เหมาะสมและสอดคล้องกัน เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมทั้งเน้นให้เกิดคุณภาพในผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการสร้างความคุ้มค่าให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด และที่สำคัญคือทำให้เกิดความภักดีใน Brand นั้นคือในความเป็น HYPERCOM

จากแนวคิดในการดำเนินกลยุทธ์แบบ Customer Oriented ของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด ที่มุ่งสู่ความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ผู้วิจัยซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด จึงมีความต้องการทราบถึงความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขายของ

บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด ว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่และมีสิ่งใดที่จำเป็นต้องแก้ไขและปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อสามารถครองความเป็นผู้นำ (Leader) ในตลาดเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในประเทศไทยต่อไป

ในฐานะที่ผู้วิจัยทำงานอยู่ในสายการตลาดของ บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด และเป็นผู้นำตลาดเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในประเทศไทย จึงมีความสนใจในเรื่องดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงยุทธศาสตร์ทางการตลาดเพื่อตอบสนอง Customer Oriented ของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด และให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด และเลือกที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ด้วยพัฒนาการของตลาดด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตนั้นอยู่ในช่วงของความเป็น Maturity Stage ที่คู่แข่งทุกรายมีสินค้าที่มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกัน คือสามารถทำการอนุมัติได้เหมือนกัน นอกจากนั้นการแข่งขันได้ครอบคลุมตลาดไปทุกพื้นที่ เมื่อการแข่งขันสูงขึ้น กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาจึงไม่ใช่วิถีทางที่ถูกนำมาใช้ มากขึ้นการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในด้านคุณภาพของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและคุณภาพการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ในด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจที่มีจำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่มีในองค์กรธุรกิจ

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อช่วยให้บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด ได้นำผลวิจัยมาเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อขยายฐานของผู้ใช้บริการเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย กำหนดให้จำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 เครื่อง เท่ากับ 1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ จำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM จำนวน 12,000 เครื่อง ในเขตกรุงเทพมหานคร (ที่มา: บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด. 2545)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยหมายถึงจำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ในเขตกรุงเทพมหานคร การสุ่มตัวอย่างทำตามทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Theory) มีขั้นตอนดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคออกตามขนาดของธุรกิจ
2. การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในแต่ละกลุ่ม ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการใช้สูตรคำนวณ (ดร.วิเชียร เกตุสิงห์. 2543 : 24) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 387 ตัวอย่าง จึงเก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างเพื่อใช้ในการนี้มีข้อผิดพลาดในเก็บข้อมูลโดยมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% ที่ความเชื่อมั่น 95%

นิยามศัพท์เฉพาะ

บัตรเครดิต หมายถึง บัตรที่ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรให้เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงตัวของ ผู้ถือบัตรในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ โดยธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรสัญญาว่าจะชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนผู้ออกบัตร โดยธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรจะไปเรียกเก็บค่าสินค้าหรือบริการจากผู้ถือบัตรในภายหลัง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความคิดเห็น หรือทัศนคติในทางบวกของผู้บริโภคต่อสินค้า และ/หรือ บริการ

เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้สำหรับส่งข้อมูลจากบัตรเครดิตเพื่อตรวจสอบและอนุมัติกิจกรรมทางการเงินระหว่างธนาคารผู้ออกบัตรกับร้านค้า

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้บริการในธุรกิจต่างๆที่ใช้งานเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของธุรกิจ หมายถึง จำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ที่ใช้อยู่ในธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก, ขนาดกลาง, ขนาดใหญ่

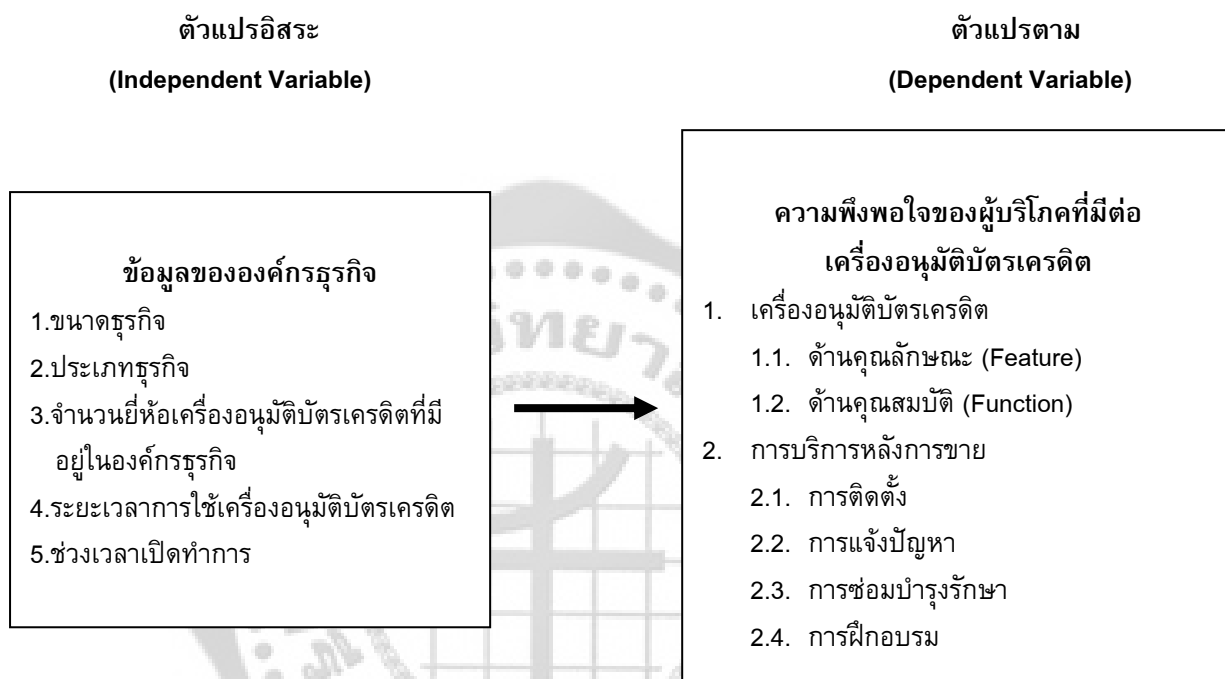
ธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง ธุรกิจที่มีเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM น้อยกว่า 10 เครื่อง

ธุรกิจขนาดกลาง หมายถึง ธุรกิจที่มีเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ระหว่าง 10-30 เครื่อง

ธุรกิจขนาดใหญ่ หมายถึง ธุรกิจที่มีเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM มากกว่า 30 เครื่อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่อง อนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนั้นสามารถ แสดงกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. ขนาดของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
2. ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
3. จำนวนยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
5. ช่วงเวลาเปิดทำการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
6. ขนาดของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
7. ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
8. จำนวนยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
9. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
10. ช่วงเวลาเปิดทำการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

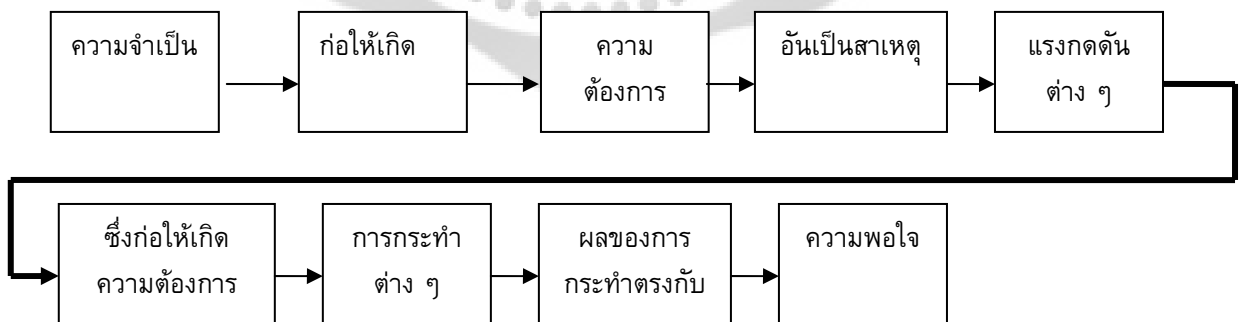
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
4. ประวัติและความเป็นมาของบริษัท ไฮเปอร์คอม(ประเทศไทย) จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาค้นคว้าถึงทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีต่างๆ ไว้ดังนี้

ในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร จะเห็นว่าบางคนทำงานหนักด้วยความเต็มอกเต็มใจกว่าคนอื่น บางคนแสดงให้เห็นว่ามีสิ่งจูงใจที่ทำให้เขาใช้ความพยายามมากเพื่อทำงานให้สำเร็จ ในขณะที่บางคนไม่ใช้ความพยายามเลย และเมื่อทราบแล้วว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นไปโดยสมมุติฐานที่สัมพันธ์กันอยู่ 3 ประการ คือพฤติกรรมเกิดขึ้นเพราะมีสาเหตุ มีสิ่งจูงใจและมีจุดมุ่งหมายเสมอ (กรองแก้ว อยู่สุข. 2533 : 71)

ดังนั้นการจูงใจจึงเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรโดยพิจารณากระบวนการที่มีผลเกี่ยวเนื่องกับการกระทำที่เกิดขึ้นโดยเริ่มต้นจากความจำเป็นซึ่งก่อให้เกิดความต้องการและความต้องการนี้จะทำให้เกิดแรงกดดันที่จะพยายามหาหนทางตอบสนองความต้องการของตน จึงเกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น (ไพลิน ผ่องใส. 2531 : 206)



ภาพประกอบ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความจำเป็น-ความต้องการ-ความพอใจ

ที่มา : Harold,Donnell.Weirich.(1986).Essential of Management p.343.

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เน้นกระบวนการเอาไว้ว่า เป็นทฤษฎีที่ค้นพบว่า สิ่งใดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมและเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในขบวนการของการจูงใจ (เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ; 2529 : 29) ทฤษฎีที่เน้นกระบวนการนี้เป็นทฤษฎีที่เน้นการหาเหตุผลที่จูงใจมุ่งที่จะหากระบวนการที่จะกระตุ้น นำทางรักษาและยุติพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของคนงานเพื่อให้งานสำเร็จ (ดิน ปรัชญาพฤทธิ์; 2534 : 48) นอกจากนั้น (Gannon; 1982 : 323-324) กล่าวถึงทฤษฎีนี้ว่า ทฤษฎีนี้จะให้ความสนใจกิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำงานเป็นสำคัญ

ดังนั้นจึงแบ่งกลุ่มทฤษฎีที่เน้นกระบวนการนี้ที่สำคัญ ได้แก่

1. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)
2. ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory)

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

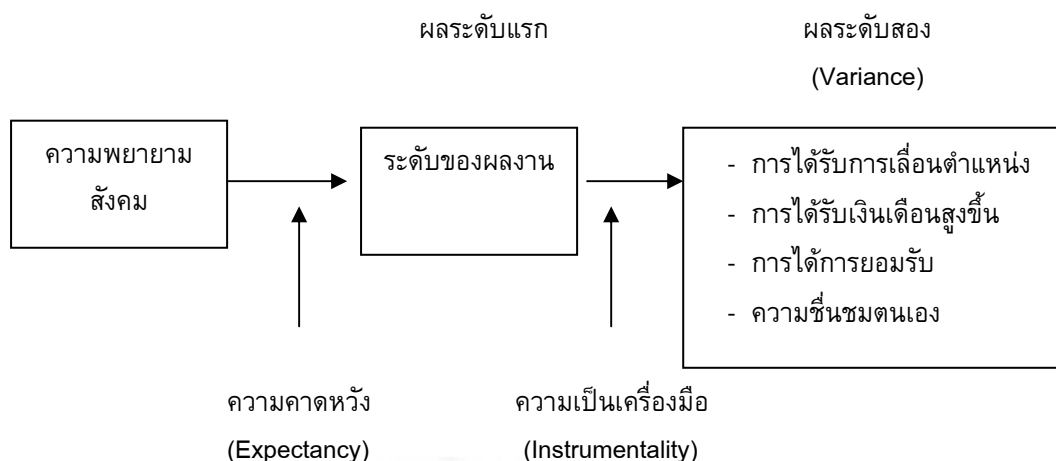
แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้คือ ความคิดที่ว่าคนเราทุกคนมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากผลกระทำที่เขาได้ทำขึ้นมากไปยิ่งกว่านั้น คนทุกๆ คนต่างมีความชอบในผลสัมพัทธ์ชนิดต่างๆ แตกต่างกันด้วย ซึ่งความหมายถึงว่ามนุษย์เราได้รับการพิจารณาว่ามีความคิดมีการหาเหตุผล และมีการคาดการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ในอนาคตและผลที่ตามมาจากสิ่งต่างๆ ดังกล่าวคือบุคคลเหล่านี้ก็อาจเลือกวิธีดำเนินการเพียงอย่างเดียวที่เขาคิดว่าดีที่สุดจากเลือกหรือจากวิธีดำเนินการต่างๆ ที่มีอยู่ (พนม เมืองแมน. 2529 : 29)

ดิน ปรัชญาพฤทธิ์. 2534 : 49 กล่าวว่า Vroom อธิบายว่าแรงจูงใจคือผลของความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. สิ่งที่แปรออกมา (Variance) คือ ระดับของผลงานของคุณ จะถูกกำหนดโดยความชอบ (Perference) ที่บุคคลนั้นมีต่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งในบรรดาวัตถุประสงค์หลายๆ อัน เช่น หากคนประสงค์จะได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นและรู้สึกว่าผลงานที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยที่สำคัญในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น “ผลระดับแรก” ของเขาก็อาจจะเห็นว่าเขาต้องปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงกว่าโยเนลีย์หรือมีคุณภาพต่ำแล้วแต่กรณี และผลงานระดับที่สองที่เขาชอบคือการได้รับเลื่อนตำแหน่งให้สูง ถึงแม้ว่าผลงานเหล่านั้นจะมีสิ่งอื่นๆ รวมอยู่ด้วยก็ตาม เช่น เงินเดือนที่สูงขึ้น การยอมรับจากสังคมและความชื่นชมในตนเอง ฯลฯ

2. ความเป็นเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความรู้สึกของคนงานซึ่งเชื่อหรือคาดหวังว่าผลระดับแรกที่จะนำไปสู่ผลระดับที่สอง

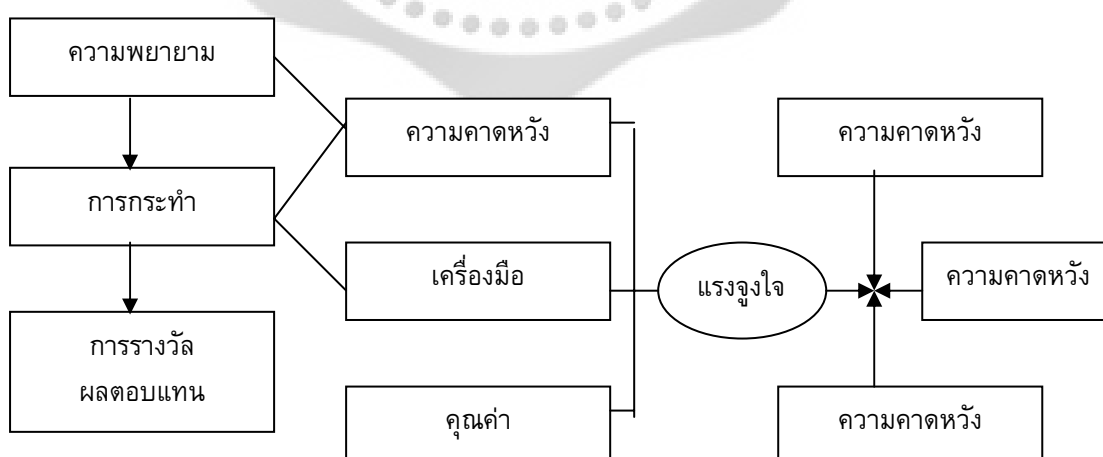
3. ความคาดหวัง (Expectancy) เป็นตัวเชื่อมระหว่างความพยายามของบุคลากรกับผลระดับแรกจะเห็นว่าความคาดหวังมีลักษณะคล้ายๆ กับความเป็นเครื่องมือแต่แตกต่างกันตรงที่ว่าความคาดหวังเป็นเรื่องที่เกี่ยวเนื่องกับการนำความพยายามมาสัมพันธ์กับผลระดับแรก ส่วนความเป็นเครื่องมือเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการนำเอาผลระดับแรกมาสัมพันธ์กับผลระดับที่สอง ซึ่งทฤษฎีของ Vroom สรุปเป็นภาพประกอบดังนี้



ภาพประกอบ 3 แสดงทฤษฎีความคาดหวังของมูลเหตุจูงใจ
ที่มา : ดิน ปรัชญพฤทธิ; (2534) P.49

สรุปได้ง่ายๆ ว่าการที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่เชื่อว่าความพยายามของตนจะสัมฤทธิ์ผลออกมา เป็นผลลัพธ์แรกและความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์แรกที่มีต่อผลลัพธ์สองซึ่งในที่สุดนั้นการที่คนจะปฏิบัติงานให้สำเร็จหรือไม่ประการใด ย่อมขึ้นอยู่กับจิตภาพและความเชื่อของเข่ว่าเขาต้องการหรือไม่ ต้องการอะไรและจะใช้กลยุทธ์อะไรในอันที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขาเลือกทางเดินเอาไว้

ในการปฏิบัติงานนั้น ทฤษฎีความคาดหวังให้การยอมรับว่านอกจากแรงจูงใจแล้วยังมีอิทธิพลของความสามารถของคุณลักษณะการรับรู้ในบทบาท (Role Perception) และโอกาสเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (นราสมประสงค์; 2536 : 152) ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทฤษฎีความคาดหวัง
ที่มา : Robert A. & Jerald;(1990) P.89

จากภาพประกอบ 4 จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจเป็นผลมาจากความคาดหวังเครื่องมือและการให้คุณค่าซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพยายาม การกระทำและผลตอบแทนแต่ในการทำงานนอกจากแรงจูงใจแล้วยังต้องคำนึงถึงความสามารถและคุณลักษณะเฉพาะตน รวมทั้งการรับรู้บทบาทของตนและการมีโอกาสร่วมทำงานประกอบด้วย การปฏิบัติงานจึงจะสำเร็จตามเป้าหมาย

สรุปว่า ทฤษฎีความคาดหวังจะอธิบายแรงจูงใจในแง่ของความคาดหวังที่บุคคลมีต่อความสามารถที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประเภทของรางวัลที่พวกเขาจะได้รับ ถ้าพวกเขาปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามทฤษฎีความคาดหวังนี้เราจะมีปัจจัยที่แยกจากกันสามอย่างที่มียุทธพลต่อแรงจูงใจของบุคคลที่จะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และพิจารณาถึงองค์ประกอบแต่ละอย่างและในที่สุดการพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้จะรวมเข้าด้วยกันเพื่อที่จะกำหนดระดับแรงจูงใจโดยส่วนร่วมของบุคคล

ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory)

ทฤษฎีการจูงใจของ Adam มีพื้นฐานมาจากแนวคิดของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ว่าแต่ละคนจะประเมินความสัมพันธ์ทางสังคมของตนเองและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในขณะนั้น บุคคลจะมองว่าความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนซึ่งตนเข้าร่วมเพื่อคาดหวังผลตอบแทนและมีการเปรียบเทียบทางสังคมโดยการใช้ข้อมูลตนเข้าร่วมร่วมปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้อื่นมาตัดสินใจว่าในการแลกเปลี่ยนตนจะได้กำไรได้ผลประโยชน์หรือไม่อย่างไร (นรา สมประสงค์; 2536: 154)

ทฤษฎีความเสมอภาคชี้ให้เห็นว่าบุคคลจะมุ่งการถูกปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นเราจะพอใจต่อสถานการณ์ของความสมดุลหรือความเสมอภาคเกิดขึ้นเมื่อเรารับรู้ว่าอัตราส่วนของปัจจัยและผลลัพธ์ของบุคคลอื่นที่ถูกเปรียบเทียบภายในสถานการณ์เดียวกัน (สมยศ นาวิกการ; 2538:378-379)

ดังนั้น สิ่งที่ทฤษฎีนี้ใช้เปรียบเทียบประกอบด้วย ตัวป้อน (Input) กับผลลัพธ์ (Outcome) ของตนกับบุคคลอื่นๆ ในการทำงาน

ตัวป้อน (Input) หมายถึง สิ่งที่ผู้ทำงานได้ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเช่นประสบการณ์ ความพยายาม การศึกษา การฝึกฝนอบรม เวลา ความคิดเห็น ความสามารถและทักษะในการทำงาน

ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึง ผลที่ได้จากการทำงาน เช่น เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล การเลื่อนตำแหน่ง การยกย่อง ความมั่นคง การพัฒนาส่วนบุคคล สวัสดิการและสถานภาพ

เทพนม เมืองแมนและสวิง สุวรรณ. 2529: 33 ซึ่งประเด็นว่าการที่คน ๆ หนึ่งเปรียบเทียบอัตราส่วนของสิ่งที่ได้รับกับสิ่งนำเข้าของเขากับบุคคลอื่นจะมีผลเกิดขึ้น 3 ประการคือ ถ้าอัตราส่วนเท่ากันภาวะความเสมอภาคจะยังคงมีอยู่อย่างไรก็ตามหากคน ๆ นั้นมีการรับรู้ อัตราส่วนดังกล่าวมาแล้วของเขา น้อยกว่าบุคคลที่เขาเปรียบเทียบภาวะความไม่เสมอภาคก็จะเกิดขึ้น ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ}} = \frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$

ความไม่เสมอภาคดังที่กล่าวมาแล้วมีได้ 2 รูปแบบ แบบแรกเป็นสภาวะการณ์ที่อัตราส่วนน้อยกว่า

$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ} < \text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ} \quad \text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$

เมื่ออัตราส่วนของสิ่งนำออกกับสิ่งนำเข้าของบุคคล ๆ หนึ่งน้อยกว่าบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบอาจจะเรียกภาวะทั่ว ๆ ไปว่าเป็นภาวะของการให้ค่าจ้างต่ำ โดยทางตรงกันข้ามหากมีสภาวะการณ์ที่อัตราส่วนที่เปรียบเทียบมากกว่า เรียกภาวะการณ์นั้นว่าการให้ค่าจ้างสูงดังสมการ

$$\frac{\text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ} > \text{สิ่งนำออกของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}{\text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ต้องการจะเปรียบเทียบ} \quad \text{สิ่งนำเข้าของบุคคลที่ใช้เปรียบเทียบ}}$$

สรุปทฤษฎีความเสมอภาคเป็นการสนองแรงจูงใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ว่ามีค่าเสมอภาคหรือยุติธรรมในการทำงาน โดยการเปรียบเทียบอัตราส่วนตัวป้อน (Input) และผลลัพธ์ (Outcome) ของตนกับอัตราส่วนตัวป้อนและผลลัพธ์ของผู้อื่น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาค้นคว้าถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้มีผู้ที่ให้นิยามของความพึงพอใจไว้หลายท่านด้วยกันดังนี้

มอร์ส (อนงค์ เอื้อวัฒนา. 2542; อ้างอิงจาก Morse. 1958 : 2527) กล่าวว่า “ความพึงพอใจหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมาก ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ”

หลุยส์ จาปาเทศ. 2538 : 8 กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมา ก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

อเดย์และแอนเดอร์สัน (อนงค์ เอื้อวัฒนา. 2542 : อ้างอิงจาก Aday & Anderson; 1975 : 4) ให้ความหมายถึง ความพึงพอใจว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน”

Anton Jon ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อม ระหว่างความสำเร็จระยะสั้นและการเจริญเติบโตของธุรกิจระยะยาว

Philip Kotler. 2000: 45-47 ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's Perceived Performance) กับการคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับของความพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (perceived) และ ความคาดหวัง (expectations) ระดับความพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ เป็นสามระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งในสามระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับการคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับการคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกิดกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

หน้าที่ของบริษัท คือ ตรวจสอบต้นทุนและการดำเนินงานของกิจกรรมสร้างคุณค่า ตลอดจนหาวิธีปรับปรุงการดำเนินงานให้ดีขึ้น ทั้งนี้บริษัทควรประเมินการดำเนินงานและต้นทุนของบริษัทคู่แข่ง เพื่อเปรียบเทียบกับของบริษัทตน หากพบว่าบริษัทสามารถดำเนินงานได้ดีกว่าคู่แข่ง เท่ากับบริษัทบรรลุหรือมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จของบริษัทไม่เพียงแต่จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมที่แต่ละฝ่ายดำเนินงานนั้นมีความสอดคล้องประสานกันด้วยดีเพียงใด บ่อยครั้งที่พบว่าคนในแผนกหรือฝ่ายมุ่งที่จะแสวงหาประโยชน์สูงสุดให้ฝ่ายตนมากเกินไปจนไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทหรือลูกค้า เช่นกรณีที่ฝ่ายสินค้าใช้เวลาในการพิจารณาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของลูกค้า เพื่อป้องกันปัญหาหนี้เสียในภายหลังนานเกินไปจนกระทั่งผู้ซื้อสินค้า (ลูกค้า) และพนักงานขาย (ฝ่ายลูกค้า) รู้สึกหมดหวัง หรือกรณีที่ฝ่ายจัดส่งสินค้าเลือกส่งสินค้าดัดแปลงทางรถไฟเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของฝ่ายแต่ทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอ ตัวอย่างที่ยกมานี้แสดงให้เห็นว่าแต่ละฝ่ายหรือแผนกล้วนสร้างกำแพงขึ้นมา ซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งมอบบริการลูกค้าที่มีคุณภาพโดยไม่รู้ตัว ทางออกต่อปัญหาดังกล่าวคือต้องให้ความสำคัญกับการบริหารกระบวนการธุรกิจหลัก (core business process) ที่สะดวกราบรื่น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ทำหน้าที่หลายอย่าง (cross-functional inputs) และความร่วมมือ กระบวนการธุรกิจหลัก ได้แก่

1. กระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นจริง (New product realization process) ได้แก่ กิจกรรมทั้งปวงที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเอกลักษณ์ การวิจัยและการพัฒนา และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความรวดเร็ว มีคุณภาพสูงและมีต้นทุนที่เหมาะสมได้อย่างประสบความสำเร็จ
2. กระบวนการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management Process) ได้แก่กิจกรรม ทั้งปวงที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและบริหารสถานที่ตั้งของคลังสินค้าประเภทวัตถุดิบ วัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป และสินค้าสำเร็จรูปเพื่อให้มีสินค้าสำรองในคลังพอเพียงต่อความต้องการอยู่เสมอ และเพื่อไม่ให้เกิดการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายกรณีที่มีสินค้าในสต็อกสูงเกินไป
3. กระบวนการรับคำสั่งและการจัดส่งสินค้าไปแจ้งหนี้แก่ลูกค้า (Order-to-remittance process) ได้แก่กิจกรรมทั้งปวงที่เกี่ยวข้องกับการรับคำสั่งซื้อ การอนุมัติการสั่งซื้อ การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา และการเรียกเก็บหนี้
4. กระบวนการให้บริการลูกค้า (Customer service process) ได้แก่กิจกรรมทั้งปวงที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการติดต่อฝ่ายต่างๆ ในบริษัทได้ตรงตามความต้องการของพวกเขา ตลอดจนได้รับการที่สะดวกรวดเร็วและน่าพอใจ ตลอดจนการตอบคำถามและแก้ไขปัญหาต่างๆ

ฟิตเจอรัลและฟูแลนซ์ (Fitzgerald & Furant.1980: 586) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานของท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ สิ่งที่แต่ละคนได้ตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย

วอลแมน (Wolman.1973: 478) ได้ให้ความหมายว่า เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

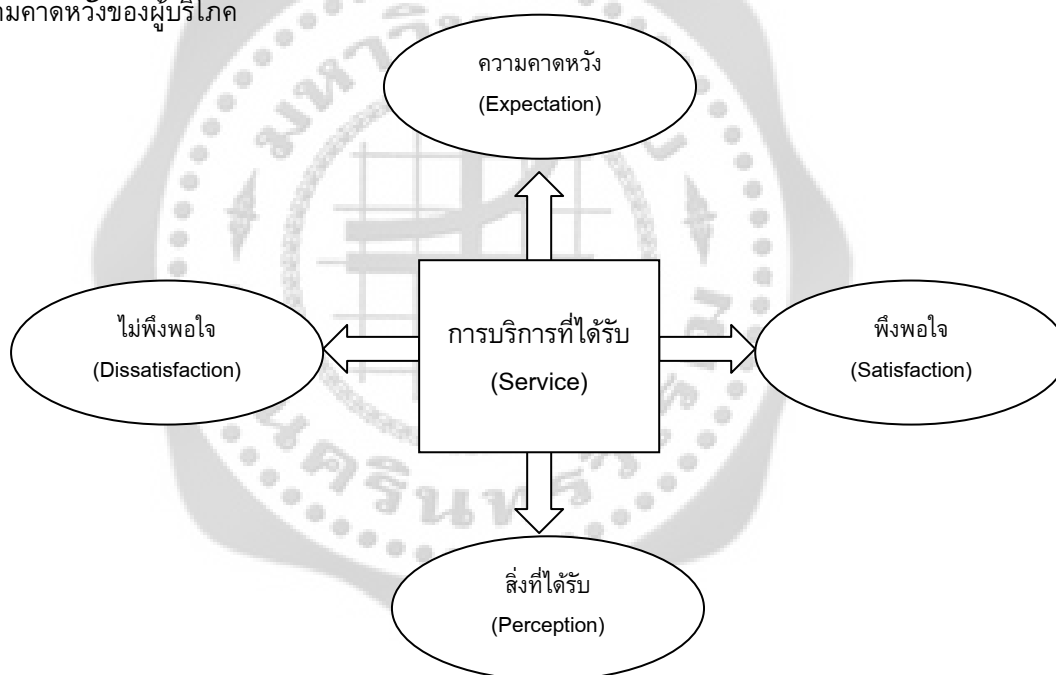
แชปลิน (Chaplin. 1986: 437) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกของผู้รับบริการต่อสถานบริการตามสถานการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

เกรียงศักดิ์ เที่ยวยาสัตว์ (2539:11) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการที่เกิดจากประสบการณ์ที่เข้ามาใช้บริการ ในสถานที่นั้น ๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้มารับบริการ เมื่อเขาได้รับการสนองตอบตามความต้องการ

จารุวรรณ ชิตโชติ (2540:16) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในงานว่าเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวกของพนักงานที่มีต่องาน และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานซึ่งความรู้สึกนี้เกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ ทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

เพอร์สัน (Person. 1993: 14) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ การที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และเมื่อนั้นการซื้อหรือการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น และบ่อยครั้งขึ้น โดยจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป

วารา (Vavra. 1992: 139) ได้ให้คำนิยามของความพึงพอใจในงานบริการของผู้บริโภค คือ ความยึดมั่น และเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำเสนอสินค้า และบริการ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 5 Definition of Satisfaction

ที่มา : Vavra (1992:142)

Vavra (1992: 141 –142) มีความคิดเห็นสรุปว่า “ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนมาก สิ่งสำคัญก็คือ ผู้ทำการตลาดต้องรู้จักเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการของบริษัท รวมทั้งกระบวนการที่ผู้บริโภคจะหาซื้อสินค้า หรือบริการนั้นได้ หากต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ต้องการให้ผู้บริโภคนั้นเป็น ผู้บริโภคประจำและต่อเนื่อง และผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะมีการบอกต่อถึง ความพึงพอใจในสินค้า และบริการนั้น ๆ ให้แก่เพื่อน ๆ แต่ถ้าผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจก็จะบอกต่อถึงความไม่พอใจนั้นออกไปเช่นกันและส่วนใหญ่จะมากกว่ากลุ่มแรกอีกด้วย

สาโรช ไสยสมบัติ (2534:15) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

เมสเตอร์ (Maister.1993: 70-71) ได้สรุปถึงสิ่งที่เรียกว่า กฎข้อแรกของการบริการ (The First Law of Service) เป็นสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{array}{ccccc} \text{ความพึงพอใจ} & = & \text{สิ่งที่ได้รับ} & - & \text{ความคาดหวัง} \\ (\text{SATISFACTION}) & & (\text{PERCEPTION}) & & (\text{EXPECTATION}) \end{array}$$

ในกรณีที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความคาดหวังในการที่จะได้รับบริการ แต่เมื่อได้รับการบริการในระดับที่น้อยกว่าที่คาดหวังหรือต่างจากที่คาดหวัง ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเกิดความไม่พึงพอใจในการรับบริการ แต่ถ้าลูกค้าหรือผู้รับบริการ ได้รับบริการในระดับที่คาดหวังหรือเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ

การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยอาศัยคุณภาพ บริการ และคุณค่า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า

การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต และจากการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality)

คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (Total customer value) เป็นผลรวมของผลประโยชน์จาก ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกันคือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ คุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

ต้นทุนรวมของลูกค้า (Total customer cost) เป็นต้นทุนของลูกค้าที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ประกอบด้วยต้นทุนในรูปของตัวเงิน ต้นทุนด้านเวลา ต้นทุนด้านพลังงาน และต้นทุนด้านจิตวิทยา เช่น ความไม่สบายใจหรือความวิตกกังวลซึ่งต้องตัดค่าออกมาเป็นตัวเงิน

คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer delivered value) เป็นความแตกต่างระหว่างคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (Total customer value) และต้นทุนรวมของลูกค้า (Total customer cost)

นักการตลาดจะต้องสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและความแตกต่างนั้นจะต้องสามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) คุณค่านั้นจะต้องสูงเกินกว่าต้นทุน (Cost) หรือราคา (Price) ทั้งนี้ยึดหลักว่าคุณค่า (Value) ที่ส่งมอบแก่ลูกค้าต้องมากกว่า ราคาสินค้า (Price) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 45-47)

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) เป็นเครื่องกำหนดผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีอยู่ 3 ประการคือ คุณลักษณะ (features) คุณสมบัติ (functions) และประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ (benefits) ยกตัวอย่างเช่น “ยาเม็ดใหญ่สามารถละลายได้หมดในน้ำเพียง 4 ออนซ์ภายในเวลา 10 วินาที” ซึ่งก็คือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ไม่ใช่คุณลักษณะหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการที่สามารถละลายได้รวดเร็ว ในกรณีที่มีการถามถึงความเร็วในการละลาย ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคสามารถเลือกสารเคมีที่ต้องการได้ หรือในอีกกรณีหนึ่ง เช่น “ต้องไม่ลื่นบนไม้ผิวลื่นที่ 30 องศา” ข้อตกลงนี้มีความต้องการรองเท้าที่มีความปลอดภัยสูง แต่เขารู้ว่าการลื่นบนโต๊ะที่ลาดเอียงก็เป็นปัญหาใหญ่ในเรื่องของความปลอดภัยและสามารถช่วยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคได้ กล่าวคือ ประโยชน์คือสิ่งที่น่าพึงพอใจที่สุดที่จะใช้ในข้อตกลง ซึ่งดีกว่า คุณสมบัติหรือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (C.Merle Crawford. 1997:231-232)

คุณสมบัติ (Functions) คือรายละเอียดในการทำงาน (Performance Specs) หรือ ขอบระบุถึงความสามารถในการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้น เช่น จำนวนแรงม้าของเครื่องยนต์ ระยะเวลาเร่งความเร็วจาก 0-100 ก.ม/ช.ม. ภายใน 6 วินาที

คุณลักษณะ (Features) คือลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือลักษณะการทำงานของผลิตภัณฑ์เช่น รองเท้าทำจากหนัง พื้นรองเท้าไม่ลื่นในความลาดชัน หรือ สีของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ผลประโยชน์ (Benefit) คือผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์เช่น ใช้แชมพูกำจัดรังแค ทำให้รังแคหมดไป หรือ ใส่รองเท้าแล้วทำให้ดูสวยขึ้น เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ

จากการศึกษาค้นคว้าถึงแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ ได้มีผู้ที่ให้นิยามของการบริการไว้หลายท่านด้วยกันดังนี้

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2543:6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการคือ กระบวนการ กระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายได้ง่ายๆ บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยผู้ให้บริการและจะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้นๆโดยทันทีหรือเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

ดนัย เทียนพุฒ (2543: 10) กล่าวว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้านั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองด้วยบริการที่เป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

ความพึงพอใจกับการให้บริการ

ในธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามักจะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการและลูกค้า เช่น พนักงานสุภาพ พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่อบอุ่น พนักงานให้ความเป็นมิตร พนักงานให้ความสนใจใส่ใจและยอมให้เวลาเพื่อทำความเข้าใจลูกค้า ซึ่ง Bithier ET AL. 1994 (Mittal and Lassar. 1996) เรียกว่า Personalization Mittal and Lassar (1996) กล่าวว่า Personalization หรือ ทำทางและท่าทีของพนักงานบริการที่แสดงต่อลูกค้า เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอใจของลูกค้าและการเป็นลูกค้าประจำ พนักงานขายก็คือพนักงานให้บริการ ดังนั้นบริการที่จะได้รับจากผู้ขายจะมีผลต่อความพึงพอใจและการเป็นลูกค้าประจำ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ

โคเวล (Cowell) ได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป 4 ประการ ดังนี้

1. intangibility บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
2. inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
3. heterogeneity บริการจะไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ใครเป็นผู้ให้บริการ
4. perishability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บสำรองได้

ไฮเซอร์และเรนเดอร์ (Heizer & Render. 2001: 12) ได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการที่แตกต่างกับสินค้าทั่วไปเพิ่มเป็น 7 ประการดังต่อไปนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Services are usually intangible)
2. การบริการผลิตและบริโภคในขณะเดียวกัน (Services are often produced and consumed simultaneously)
3. การบริการมีลักษณะเฉพาะตัวขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ (Services are often unique)
4. การบริการมีการตอบสนองกับลูกค้าสูง (Services have high customer interaction)
5. การบริการมีความยืดหยุ่นต่างจากนิยามของสินค้า (Services have inconsistent product definition)
6. การบริการขึ้นอยู่กับฐานความรู้ (Services are often knowledge-based)
7. การบริการกระจ่ายไปยังลูกค้าหรือผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (Services are frequently dispersed)

นวลฉวี รตางศุ. 2543:14; อ้างอิงถึง Millet.1954: 334-400) ให้นิยามของเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการไว้ ดังนี้

1. การให้บริการเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกัน
2. การบริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้วจะไม่เกิดประสิทธิภาพ ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น
3. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) มีจำนวนผู้ให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ภักดี ดนัยพงศกร (2543: 24) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล บุคคลแต่ละบุคคลจึงอาจมีความพึงพอใจในการให้บริการลักษณะเดียวกันแตกต่างกันได้

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2543: 14-16) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ไว้ดังนี้

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังรับบริการแล้ว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539:45) ได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) ว่าการบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ผู้บริโภค องค์ประกอบของงานบริการประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการคือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี มีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ
3. การสื่อสาร เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี
4. ขั้นตอนในการดำเนินงานที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ
5. สถานที่ที่ให้บริการ ควรมีลักษณะที่เหมาะสมกับการให้บริการ

ลองเนคเกอร์ (Longenecker. 1997: 424) ได้เสนอวิธีการบริหารคุณภาพให้ธุรกิจบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคดังนี้

1. สร้างมาตรฐานในการให้บริการ และบริหารเพื่อให้บรรลุถึงมาตรฐานนั้น ๆ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (Being on Target)
2. มีความเข้าใจถึงความต้องการ ทศนคติ และความคิดของผู้บริโภคพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภค (Care and Concern)
3. ให้อำนาจบุคลากรที่ให้บริการ ให้สามารถคิดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นในระบบบริหาร (Spontaneity)
4. ฝึกให้พนักงานเป็นนักแก้ปัญหา ให้พนักงานแสดงความเอาใจใส่ในการรับฟังปัญหาของผู้บริโภค (Problem Solving)
5. ติดตามแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจนกระทั่งได้แก้ไขปัญหาที่ถาวร (Follow up) การแก้ไขข้อขัดข้องอย่างรวดเร็ว สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค (Recovery)

เสรี วงศ์มณฑา (2543: 18-21) กล่าวว่าเครื่องมือทางการตลาดหรือส่วนผสมทางการตลาดที่มุ่งเน้นแค่ 4 P's ไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เนื่องจาก ไม่สามารถสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคได้ จึงมีแนวคิดใหม่สำหรับเครื่องมือทางการตลาดหรือส่วนผสมทางการตลาดแนวคิดที่ 4 (8P's) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) จะต้องมีส่วนที่สนองความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1.1. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นกำหนดตำแหน่งครองใจให้กับสินค้าในใจผู้บริโภค

1.2. บุคลิกภาพ (Personality) เป็นการสร้างบุคลิกภาพให้แก่ตัวสินค้าหรือบริการ สามารถให้ผู้บริโภคสามารถคาดหวังจากชื่อสินค้าหรือบริการได้

2. ราคา (Price) เป็นราคาที่ผู้บริโภคยอมรับ

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นการกระจายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นความพยายามในการทำให้สินค้าขายได้

5. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความเชื่อว่าสินค้าที่ดีต้องอยู่ในหีบห่อที่ดี สวยงาม และ น่าเชื่อถือ

6. พนักงาน (People) การตลาดที่ดีต้องไม่มองข้ามบุคคลทุกระดับที่ต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับลูกค้าเพราะถ้าหากไม่ดูแลในส่วนนี้อาจทำให้สูญเสียลูกค้าได้ในทุกจุด

7. อำนาจ (Power) อำนาจของผู้บริหารในระดับสูง เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด และจำเป็นต้องรู้จักวิธีการทางธุรกิจ และ รู้จักบุคคลในการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นสัมพันธภาพที่สำคัญในการทำธุรกิจในประเทศไทย

8. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การประชาสัมพันธ์ เป็นสามารถสร้างภาพพจน์ให้แก่ตัวสินค้าและบริการได้ดี

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537: 1) กลยุทธ์ในการบริการจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาใช้ด้วย ซึ่งหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรืออาจหมายถึง ความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) โครงสร้างราคา (Price) ระบบการจัดจำหน่าย (Distribution) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel) และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Activities) ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดขององค์การ จากความหมายนี้ได้แสดงลักษณะของส่วนประสมการตลาด คือ

1. เป็นปัจจัยทางการตลาด หรือเครื่องมือทางการตลาด ที่ธุรกิจควบคุมได้
2. ต้องใช้ร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกันทั้ง 4 เครื่องมือ
3. มีวัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายคือผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ
4. ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

งานที่สำคัญของธุรกิจการให้บริการมี 3 ประการ ดังนี้

1. ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) คือ ผู้ประกอบการจะต้องพยายามหาวิธีการหรือแนวทางในการสร้างความแตกต่างในด้านบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ เช่น การเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป (Innovation Features) และการให้บริการเสริมที่แตกต่าง

2. คุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างสิ่งที่แตกต่างของการให้บริการ โดยเสนอคุณภาพของการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (Wanted) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพยายามรักษาคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้า และการวิจัยทดสอบความพึงพอใจของลูกค้า เป็นแนวทางหนึ่งของบริษัทที่จะประเมินความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับคุณภาพของงานบริการหลังการขายได้แก่การให้บริการงานซ่อมและดูแลรักษาอย่างมีคุณภาพด้วยการให้บริการในความสะดวกในการติดต่อในการแจ้งซ่อม มีการเข้าบริการซ่อมแซม ในการติดต่อในการแจ้งซ่อม มีการเข้าบริการซ่อมแซมด้วยความรวดเร็ว ผลของงานซ่อมแซมมีคุณภาพได้มาตรฐาน ช่างที่เข้าซ่อมมีอัธยาศัยที่ดี มีความรับผิดชอบในการบริการ เป็นต้น

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivities) ผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการต้องพยายามหรือรักษาประสิทธิภาพการให้บริการให้อยู่ในระดับมาตรฐาน โดยที่ยังรักษาคุณภาพของการให้บริการรวมทั้งระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้อีกด้วย ซึ่งการรักษาประสิทธิภาพในการให้บริการประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น การพัฒนาพนักงานที่ให้บริการมีประสิทธิภาพในการบริการสูงขึ้น รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ และการพัฒนาระบบการบริการในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นสาขาในประเทศไทยของ Hypercom Corporation Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับระบบชำระเงินอัตโนมัติ โดยสินค้าจะประกอบด้วย เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต/เอทีเอ็ม และ อุปกรณ์เครือข่าย รวมถึงการให้บริการในด้านต่างๆ โดยมีธุรกิจหลัก ได้แก่

1. เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องอนุมัติบัตร (Terminal)
2. เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์เชื่อมโยงเครือข่าย (Networking)
3. เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายโปรแกรมทางด้านระบบชำระเงินอัตโนมัติ (Application Software)
4. เป็นผู้ให้บริการทางด้านระบบชำระเงินอัตโนมัติ (Application Service Provider)

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่

1. กลุ่มธุรกิจค้าปลีก (Retailer)
2. กลุ่มธุรกิจน้ำมัน (Oil&Petroleum Company)
3. ร้านอาหาร (Restaurant)

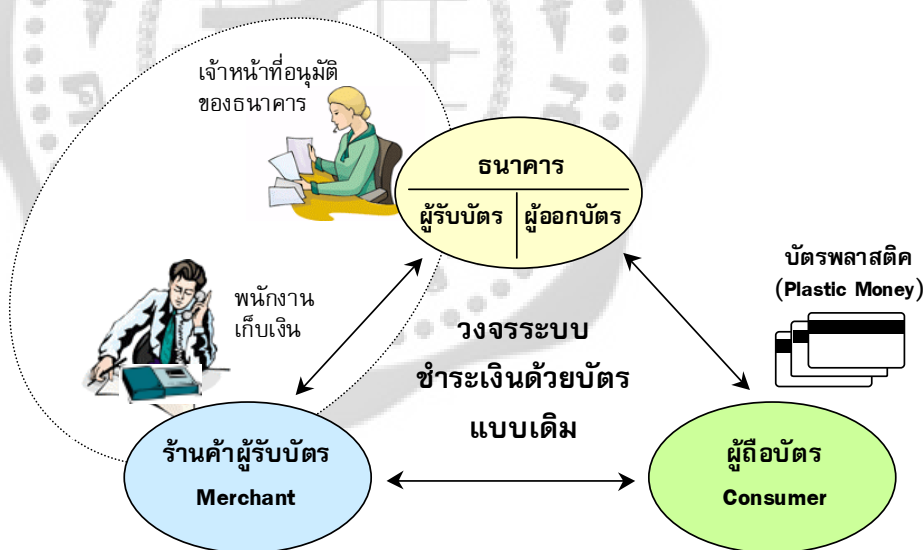
ความเป็นมาของบัตรเครดิตในประเทศไทย

บัตรเครดิตเป็นที่รู้จักครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ.2493 ภายใต้ชื่อ Diner Club ตามมาด้วย American Express ในปี พ.ศ.2501 Bank American Card ในปี พ.ศ.2502 ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็น Visa Card และธนาคารในแถบภาคตะวันออกของสหรัฐอเมริกาได้ร่วมกับธนาคารเวลล์ส ฟาโก (Wells

Fargo) ออกบัตรเครดิตชื่อ Master Charge ในปี พ.ศ.2509 ซึ่งก็คือ Master Card ในปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. 2542)

สำหรับประเทศไทย ผู้ถือบัตรเครดิตชาวต่างประเทศเริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาใช้กับร้านค้าในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2503 ต่อมาบริษัทไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ออกบัตรไดเนอร์ส ให้กับคนไทยได้ใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2512 และถือเป็นบัตรเครดิตสากลใบแรกของไทย บัตรเครดิตได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในบรรดานักธุรกิจชั้นนำ ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ไทยร่วมกับบริษัทบัตรเครดิตในต่างประเทศ ออกบัตรเครดิตสากลเพื่อเพิ่มคุณสมบัติของการใช้บัตรเครดิตให้กว้างขึ้น

สำหรับคุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกประกาศลงวันที่ 12 ตุลาคม 2545 ให้ธนาคารพาณิชย์พิจารณาคุณสมบัติและกำหนดวงเงินสำหรับลูกค้าแต่ละรายอย่างเข้มงวดยิ่งขึ้น โดยในการออกบัตรรายใหม่นั้น ผู้ถือบัตรหลัก (ทั้งบุคคลทั่วไป ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และองค์กรของรัฐ) ต้องมีรายได้ประจำอย่างน้อยปีละ 180,000 บาท ส่วนในการออกบัตรเสริมให้แก่ผู้ถือบัตรทั้งรายใหม่และรายเก่าที่ต่ออายุบัตรนั้น ผู้ถือบัตรหลักจะต้องมีรายได้เพิ่มขึ้นอีก 60,000 บาทต่อปีต่อบัตรเสริม 1 ใบ ทั้งนี้ผู้ถือบัตรเสริมจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี จากอดีต ก่อนที่จะมีระบบชำระเงินอัตโนมัติดังเช่นปัจจุบันนั้น การรับชำระบัตรแบบเดิมต้องมีขั้นตอนในการอนุมัติวงเงินหลายขั้นตอน ซึ่งต้องใช้บุคลากรในการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน



ภาพประกอบ 6 แสดงวงจรรบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแบบเดิม
ที่มา: บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

จากภาพประกอบ 6 การรับชำระบัตรเครดิตแบบเดิมจะมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือบัตรชำระค่าสินค้า/บริการด้วยบัตรเครดิตแทนเงินสด ณ จุดชำระเงิน (Point-Of-Sale)
2. พนักงานเก็บเงินต้องโทรศัพท์ไปติดต่อเจ้าหน้าที่ที่ศูนย์อนุมัติบัตรของธนาคารเพื่อตรวจสอบวงเงินที่เหลืออยู่ของผู้ถือบัตร

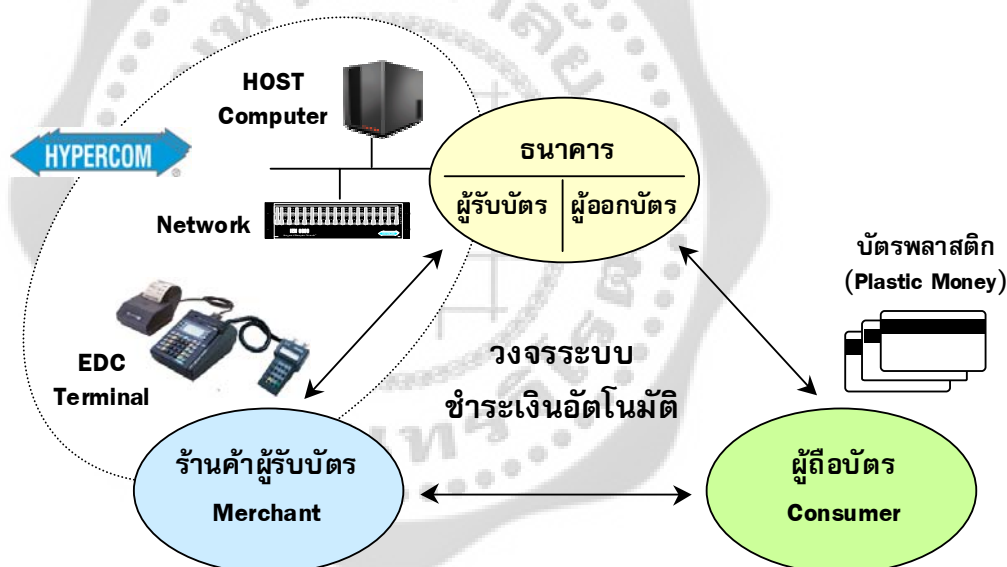
3. หากได้รับการอนุมัติ เจ้าหน้าที่ของธนาคารก็จะแจ้งรหัสอนุมัติ (Approval Code) ให้กับทางร้านค้า

4. หลังจากนั้นพนักงานเก็บเงินก็จะใช้แท่นพิมพ์ Zip Zap ซึ่งใช้สำหรับพิมพ์ใบบันทึกการขายการด้วยมือ (Manual) แล้วก็กรอกรายละเอียดต่างๆ ที่จำเป็น เช่น ราคาสินค้า รหัสอนุมัติ วันที่บันทึกการขายการ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเซ็นรับรอง

5. พนักงานเก็บเงินรับใบบันทึกการขายการจากลูกค้าและให้สำเนากับลูกค้าเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน

6. ทางร้านค้าต้องรวบรวมใบบันทึกการขายการที่ได้รับการสรุปยอดในแต่ละวัน ไปติดต่อกับธนาคารในวันถัดไปเพื่อรับเงินจากทางธนาคาร โดยต้องเสียค่าธรรมเนียม (Commission) ให้กับธนาคารประมาณร้อยละ 1-3 จากยอดขายรวม

ด้วยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ได้มีการพัฒนาจากระบบการชำระเงินแบบเดิม ซึ่งจากเดิมใช้บุคลากรดำเนินการ มาเป็นระบบใหม่ที่เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเราเรียกว่า “ระบบอนุมัติวงเงินโดยอัตโนมัติ” (Electronic Data Capture System)



ภาพประกอบ 7 แสดงวงจรรบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแบบอัตโนมัติ ในปัจจุบัน ที่มา: บริษัท ไอเอเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

จากภาพประกอบ 7 หลังจากได้มีการนำระบบชำระเงินแบบอัตโนมัติมาใช้ ทำให้ธนาคารร้านค้าและผู้ถือบัตร ได้รับประโยชน์ (Benefit) ดังต่อไปนี้

สำหรับผู้ถือบัตร (Consumer)

1. ได้รับบริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว
2. ป้องกันความผิดพลาดของพนักงานเก็บเงินอันอาจเกิดขึ้นได้
3. ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บัตร

สำหรับร้านค้า (Merchant)

1. สามารถให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
2. ร้านค้าจะได้รับเงินจากธนาคารสะดวกรวดเร็วจากการกระทบยอดด้วยอิเล็กทรอนิกส์
3. ป้องกันบัตรปลอมหรือบัตรที่มีปัญหา
4. เพิ่มโอกาสในการขาย

สำหรับธนาคาร (Bank)

1. ลดจำนวนพนักงานในส่วนของการอนุมัติบัตร และพนักงานป้อนข้อมูล
2. เป็นเครื่องมือทางการตลาด ในการนำเสนอร้านค้าเพื่อให้ใช้บริการจากทางธนาคาร
3. ได้รับรายได้จากค่าธรรมเนียม (Commission) จากการชำระเงินผ่านบัตรเพิ่มขึ้น
4. สามารถควบคุมบัตรที่มีปัญหา เช่น บัตรปลอม บัตรที่ถูกโจรกรรม บัตรที่ใช้เกินวงเงิน เป็นต้น ได้อย่างทันทั่วถึง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัย เกตุวิมลกิจ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยกองบัญชาการกองทัพเรือ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นบริการแต่ละด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความก้าวหน้าของการให้บริการมากที่สุด รองลงมาลูกค้ามีความพึงพอใจด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านคุณภาพการบริการ ตามลำดับ

ศุภณีย์วิจัยข้อมูลการตลาด เอ.อาร์ (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการชำระค่าสินค้าและบริการของผู้บริโภค” พบว่า ช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการ เช่น การผ่อนชำระบ้าน , ที่ดิน , รถยนต์ , ประกันชีวิต , การชำระบัตรเครดิต ในปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายมีการชำระที่ธนาคารพาณิชย์โดยตรง ร้อยละ 75.2 และชำระโดยการหักบัญชีเงินฝาก ร้อยละ 48.4 ชำระผ่านบัตร ATM ร้อยละ 25.2 ชำระผ่าน Internet banking ร้อยละ 6.6 ชำระผ่าน mobile banking ร้อยละ 6.2 และชำระผ่านแบบ Tele banking ร้อยละ 5.0 จะเห็นได้ว่า ธนาคารพาณิชย์ยังคงเป็นศูนย์รวมทางการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ เนื่องมาจากธนาคารพาณิชย์มีฐานลูกค้าของตนอยู่แล้ว และมีโครงสร้างพื้นฐานของการให้บริการทั้งออฟไลน์ และออนไลน์รองรับอยู่แล้ว

วันชัย ไชยมหาพฤกษ์ (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของลูกค้าบริษัท สุโขทัยฮอนด้าคาร์ส จำกัด จังหวัดสุโขทัย พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการหลังการขายโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง และมีบางปัจจัยที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด และเมื่อจำแนกเป็นบริการแต่ละด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบุคคลลักษณะของพนักงานในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อคุณภาพงานซ่อมในระดับน้อยที่สุด ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพงานซ่อมรถ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM โดยผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานและขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้บริโภคที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12,000 เครื่อง (ข้อมูลอ้างอิงจาก บริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด 30 ตุลาคม 2545)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง มีระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้ไม่เกิน 5% โดยในการคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543:22)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n	คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	คือ จำนวนของประชากรทั้งหมด = 17,188 เครื่อง
e	คือค่าความผิดพลาดหรือ (Alpha) = 0.05

$$n = \frac{12,000}{1 + (12,000 \times (0.05)^2)}$$
$$= \frac{12,000}{1 + 30}$$
$$= \frac{12,000}{31} = 387.10 \text{ ตัวอย่าง}$$
$$= 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบหลายขั้นตอนและหลายวิธี มีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1. การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคออกเป็น 3 กลุ่ม แบ่งตามขนาดของธุรกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ธุรกิจขนาดใหญ่ คือ ธุรกิจที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ตั้งแต่ 30 เครื่องขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 3,200 เครื่อง

1.2 ธุรกิจขนาดกลาง คือ ธุรกิจที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ระหว่าง 10 - 30 เครื่อง มีจำนวนทั้งสิ้น 1,800 เครื่อง

1.3 ธุรกิจขนาดเล็ก คือ ธุรกิจที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM น้อยกว่า 10 เครื่อง มีจำนวนทั้งสิ้น 7,000 เครื่อง

2. การกำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนโดยพิจารณาจากจำนวนประชากรเพื่อให้ข้อมูลมีลักษณะกระจายผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนจำนวนตัวอย่างให้สัมพันธ์กับสัดส่วนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดธุรกิจ	จำนวน	
	ประชากร	ตัวอย่าง
1. ใหญ่	3,200	107
2. กลาง	1,800	60
3. เล็ก	7,000	233
รวม	12,000	400

การหาจำนวนตัวอย่าง ซึ่งคำนวณได้จากสูตร ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา ; 2545 : 27)

$$n_i = \frac{[N_i] n}{N}$$

n_i คือจำนวนตัวอย่างหรือขนาดตัวอย่างในกลุ่ม i

n คือจำนวนตัวอย่างหรือขนาดตัวอย่างทั้งหมด

N_i คือจำนวนประชากรหรือขนาดประชากรในกลุ่ม i

N คือจำนวนประชากรหรือขนาดประชากรทั้งหมด

3. การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดหมายเลขของประชากรในแต่ละกลุ่มและทำการสุ่มเลือกขึ้นในแต่ละกลุ่มตามจำนวนที่ได้จากการคำนวณในขั้นตอนที่ 1 โดยให้แต่ละตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทางคณะผู้วิจัยได้จัดสร้างแบบสอบถามขึ้นเองโดยการนำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยทำเป็นคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยขนาดของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่มีอยู่ในธุรกิจ ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขาย โดยแบ่งออกเป็น

1. ด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
 - 1.1. ด้านคุณลักษณะ (Feature)
 - 1.2. ด้านคุณสมบัติ (Function)
2. ด้านการให้บริการหลังการขาย
 - 2.1 ด้านการติดตั้ง
 - 2.2 ด้านการแจ้งปัญหา
 - 2.3 ด้านการซ่อมบำรุงรักษา
 - 2.4 ด้านการฝึกอบรม

เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น มีลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยจำแนกระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับคือ

พอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
พอใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	เท่ากับ	3	คะแนน
พอใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
พอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคำถามปลายเปิด (Open End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในเรื่องที่ทำการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการทำการการศึกษา เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการทำแบบสอบถาม
2. ศึกษาแนวทางการจัดจำหน่าย การออกแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆของ บริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อกำหนดกรอบความพึงพอใจด้านต่างๆของเรื่องที่ต้องการศึกษา
3. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบเบื้องต้น (Pilot Survey) จำนวน 40 ชุดจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์ Alpha (-Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.964

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้ทำการวิจัยแจ้งให้ฝ่ายบริการลูกค้าบริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด ส่งจดหมายขอความร่วมมือในการทำการสำรวจเพื่อนัดหมายวันและเวลา
2. นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์โดยตรงกับผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานหรือแก้ไขปัญหาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากเจ้าหน้าที่ที่ออกไปทำการสัมภาษณ์

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ครบถ้วนแล้วจากทุกกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนและสมบูรณ์ มาทำการประมวลผล โดยการลงรหัส (Coding) และนำไปตรวจสอบและวิเคราะห์จากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows version 11 (Statistics for the Social-Science for Windows)

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและข้อมูลที่ลงรหัสในโปรแกรม SPSS
2. วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและบริการหลังการขายของบริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด ในแต่ละด้าน และผลสรุปรวมของความพึงพอใจรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) พิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้คือ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้บริโภคพอใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้บริโภคพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้บริโภคเฉยๆ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้บริโภคพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้บริโภคพอใจมากที่สุด

เกณฑ์ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและบริการหลังการขายของ บริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด โดยผู้ศึกษาได้กำหนดลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ โดยให้น้ำหนักระดับคะแนนของความพึงพอใจไว้คือ 5 = พอใจอย่างยิ่ง 4 = พอใจ 3 = เฉย ๆ 2 = ไม่พอใจ 1 = ไม่พอใจอย่างยิ่ง เมื่อนำค่าระดับคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนมาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและบริการหลังการขายในแต่ละด้าน โดยกำหนดอันตรภาคชั้น คำนวณช่วงกว้างของชั้นโดยใช้สูตร (กานดา; 2530 : 30)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

5. ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญให้ทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

6. ทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้ t- test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540:117 – 119)

1.1. ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (Percentage)

1.2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์; 2543:65)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543:66)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n - 1}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 x^2 แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (Reliability of test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัค แอล ฟา (Cronbach's alpha) สูตรดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125 – 126)

$$= \frac{n}{n - 1} \left(1 - \frac{S_t^2}{S^2} \right)$$

เมื่อ n แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 S_t^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
 S^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) (ดร.คุณทลี เวชสาร. 2542: 222-253)

3.1. ค่าสถิติ t-test ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543:83-84)

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี $d = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$

เมื่อ t	แทน ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม
$\bar{x}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
x_2	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
d	แทน องศาอิสระ (Degree of Freedom)

3.2. ค่าสถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 3 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้สูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543: 83-84)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
	MS_w	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	ผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (ในตาราง F - test)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลา การใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเสนอในรูปแบบของ ความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติ บัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาเปิดทำการ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ขนาดธุรกิจ		
1 - 10 เครื่อง	233	58.25
11 - 30 เครื่อง	60	15.00
มากกว่า 30 เครื่อง	107	26.75
รวม	400	100.00
2. ประเภทธุรกิจ		
T&E Retail	121	30.25
All Day Process	57	14.25
Bill Payment	222	55.50
รวม	400	100.00
3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต		
ใช่	340	85.00
ไม่ใช่	60	15.00
รวม	400	100.00
4. ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต		
น้อยกว่า 1 ปี	189	27.25
1 - 3 ปี	98	24.50
มากกว่า 3 ปี	113	28.25
รวม	400	100.00
5. ช่วงเวลาเปิดทำการ		
เวลาทำการปกติ	157	39.25
นอกเวลาทำการ	189	47.25
ตลอด 24 ชม.	54	13.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาคือธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

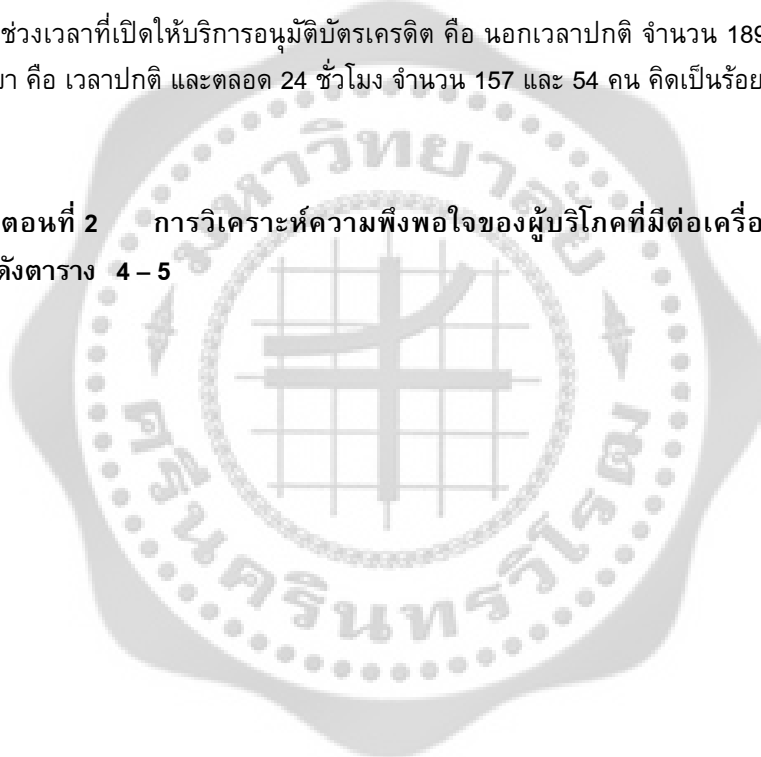
ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภท Bill Payment จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือธุรกิจ T&E Retail จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และธุรกิจ All Day Process จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ

เครื่องอนุมัติเครดิตที่นิยมใช้ คือ ยี่ห้อ HYPERCOM จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 และเป็นยี่ห้ออื่น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ระยะเวลาในการใช้ คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต คือ นอกเวลาปกติ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองมา คือ เวลาปกติ และตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 157 และ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และ 13.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
ปรากฏผลดังตาราง 4 – 5



ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้านและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)			
1.1 ความสวยงาม	4.27	0.50	มากที่สุด
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	4.30	0.46	มากที่สุด
1.3 ความทนทานของเครื่อง	3.91	0.92	มาก
รวม	4.16	0.58	มาก
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)			
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย	4.42	4.42	มากที่สุด
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	3.77	3.77	มาก
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	3.45	3.45	มาก
รวม	3.88	0.57	มาก
รวม	4.02	0.52	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.30 ตามลำดับ ส่วนความทนทานของเครื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, 3.45 และ 4.42 ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมทุกด้านและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการติดตั้ง			
1.1 ระยะเวลาในการติดตั้ง	4.84	0.40	มากที่สุด
1.2 การนัดหมายและการแจ้งกำหนดการในการติดตั้ง	4.36	0.51	มากที่สุด
1.3 ความตรงต่อเวลาในการติดตั้ง	4.35	0.48	มากที่สุด
1.4 คุณภาพของงานหลังติดตั้ง	4.42	0.52	มากที่สุด
1.5 ความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่	4.32	0.50	มากที่สุด
1.6 การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่	4.15	0.53	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.7 มารยาทของเจ้าหน้าที่	3.93	0.25	มาก
รวม	4.33	0.34	มากที่สุด
2. การแจ้งปัญหา			
2.1 ความสะดวกในการแจ้งปัญหา	4.92	0.27	มากที่สุด
2.2 มารยาทของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.21	0.47	มากที่สุด
2.3 การให้คำแนะนำ หรือคำปรึกษาเพื่อแก้ไขเบื้องต้นของ เจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.76	0.48	มากที่สุด
2.4 การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.01	0.26	มาก
รวม	4.47	0.23	มากที่สุด
3. การซ่อมบำรุง			
3.1 ระยะเวลาในการมาซ่อมบำรุงของช่าง	3.53	0.55	มาก
3.2 การแจ้งนัดหมายเพื่อการซ่อมบำรุง	3.71	0.84	มาก
3.3 ความตรงต่อเวลาของช่าง	3.68	0.82	มาก
3.4 การแต่งกายของช่าง	3.54	0.83	มาก
3.5 ความรู้ ความสามารถของช่าง	3.59	0.86	มาก
3.6 มารยาทในการให้บริการของช่าง	3.60	0.86	มาก
3.7 คุณภาพของงานหลังซ่อมบำรุง	4.12	0.60	มาก
รวม	3.68	0.68	มาก
4. การฝึกอบรม			
4.1 ระยะเวลาในการฝึกอบรม	4.26	0.49	มากที่สุด
4.2 หลักสูตรในการฝึกอบรม	4.02	0.35	มาก
4.3 เอกสารในการฝึกอบรม	4.03	0.36	มาก
4.4 ลักษณะ บุคลิก ของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.68	0.54	มากที่สุด
4.5 การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.50	0.80	มากที่สุด
4.6 มารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.65	0.60	มากที่สุด
รวม	4.35	0.39	มากที่สุด
รวม	4.17	0.36	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดตั้ง ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ และมารยาทของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 9.39 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการแก้ปัญหา ได้แก่ การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการซ่อมบำรุง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการฝึกอบรม ได้แก่ หลักสูตรในการฝึกอบรม และเอกสารในการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่อง
อนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังตาราง 6 - 55

สมมติฐานที่ 1 ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	8.846	4.423	19.184	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	91.531	0.231		**
	รวม	399	100.377			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	50.573	25.287	300.319	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	33.427	0.00		**
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	294.765	147.382	1262.50	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	46.345	0.117	0	**
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	643.886	321.943	565.558	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	225.992	0.569		**
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	78.603	39.302	821.446	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	18.994	0.000		**
	รวม	399	97.598			

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	228.093	114.046	1024.24	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	44.205	0.111	9	**
	รวม	399	272.298			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	70.564	35.282	192.571	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	28.436	0.000		**
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	1001.414	500.707	1034.37	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	192.176	0.484	0	**
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3251.025	1625.513	941.437	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	685.472	1.727		**
	รวม	399	3936.497			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิป ปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ขนาดธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 7

ตาราง 7 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.14	ธุรกิจขนาดกลาง 4.45	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.44
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.14	-	0.00 0.89	-0.30** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.45		-	0.31** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.44			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็กกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ และขนาดกลางจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็กแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 และ 0.31 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.09	ธุรกิจขนาดกลาง 4.05	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.89
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.09	-	-0.84** 0.00	-0.79** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.05		-	0.00 0.29
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.89			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านความพึง

พอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 และ 0.79 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ขนาดธุรกิจ	X คุณลักษณะ (ความทนทาน)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.19	ธุรกิจขนาดกลาง 5.00	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.89
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.19	-	0.11* 0.04	-1.70** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	5.00		-	-1.81** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.89			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.11

ธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70

ส่วนธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ
(ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.05	ธุรกิจขนาดกลาง 4.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.05	-	0.00 0.86	0.90** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.95		-	0.90** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ
(ความชัดเจนของจอภาพ)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.19	ธุรกิจขนาดกลาง 3.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.19	-	0.99** 0.00	1.76** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	3.95		-	0.76** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.99 และ 1.76

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{x}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.09	ธุรกิจขนาดกลาง 3.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 3.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.09	-	0.00 0.88	0.85** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	3.95		-	0.86** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

H_0 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตไม่แตกต่าง

H_1 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.774	1.387	5.641	0.004**
	ภายในกลุ่ม	397	97.604	0.246		
	รวม	399	100.378			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	40.925	20.462	188.591	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	43.075	0.109		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	294.387	147.194	1250.696	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	46.723	0.118		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	543.642	271.821	330.782	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	326.235	0.822		
	รวม	399	869.878			
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	69.689	34.844	495.662	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	27.909	0.070		
	รวม	399	97.597			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	224.667	112.333	936.289	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	47.631	0.120		
	รวม	399	272.297			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	61.727	30.863	328.725	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	37.273	0.093		
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	925.732	462.866	686.026	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	267.858	0.675		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	2887.668	1443.83	546.516	0.00**
	ภายในกลุ่ม	397	1048.829	2.642		
	รวม	399	3936.498			

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่อง อนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทาน ของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและ การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่อง อนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 14

ตาราง 14 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	T&E Retail 4.32	All Day Process 4.42	Bill Payment 4.20
T&E Retail	4.32	-	0.00	0.12*
			0.22	0.03
All Day Process	4.42		-	0.22**
				0.00
Bill Payment	4.20			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของ ธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่าง เป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะ เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกัน อย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.79	4.05	4.10
T&E Retail	4.79	-	0.73**	0.69**
			0.00	0.00
All Day Process	4.05		-	0.00
				0.34
Bill Payment	4.10			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.81	5.00	3.15
T&E Retail	4.81	-	- 0.19**	1.66**
			0.00	0.00
All Day Process	5.00		-	1.85**
				0.00
Bill Payment	3.15			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19 และ 1.66 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ประเภทธุรกิจ	X คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.86	4.95	4.05
T&E Retail	4.86	-	0.00* 0.04	0.81** 0.00
All Day Process	4.95		-	0.90** 0.00
Bill Payment	4.05			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.00

ประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติ

เครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	T&E Retail 4.83	All Day Process 3.95	Bill Payment 3.15
T&E Retail	4.83	-	0.89**	1.69**
All Day Process	3.95		0.00	0.00
Bill Payment	3.15			0.80**
				0.00
				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 และ 1.69 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ประเภทธุรกิจ	X คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	T&E Retail 3.86	All Day Process 3.95	Bill Payment 3.10
T&E Retail	3.86	-	0.00 0.75	0.76** 0.00
All Day Process	3.95		-	0.85** 0.00
Bill Payment	3.10			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	ยี่ห้อ		ไม่ใช่ยี่ห้อ		t	Prob.
	HYPERCOM		HYPERCOM			
	(N= 340)		(N=60)			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)	12.34	1.53	13.30	0.65	-4.78**	0.000
1.1 ความสวยงาม	4.24	0.50	4.40	0.49	-2.23*	0.026
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	4.35	0.48	4.00	0.00	5.17**	0.000
1.3 ความทนทานของเครื่อง	3.74	0.89	4.90	0.30	-9.99**	0.000
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)	11.42	1.78	12.90	0.30	-6.39**	0.000
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย	4.34	0.47	4.90	0.30	-8.87**	0.000
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	3.71	0.87	4.10	0.30	-3.37**	0.001
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	3.37	0.48	3.90	0.30	-8.19**	0.000
รวม	23.76	3.25	26.20	0.88	-5.76**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 20 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านคุณลักษณะที่เกี่ยวกับความสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	7.747	3.873	16.601	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	92.631	0.233		
	รวม	399	100.377			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	53.331	26.665	345.175	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	30.669	0.077		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	307.601	153.801	1822.176	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	33.509	0.084		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	703.361	351.680	838.456	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	166.517	0.419		
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	71.208	35.604	535.625	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	26.389	0.066		
	รวม	399	97.598			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	260.460	13.234	4371.054	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	11.829	0.029		
	รวม	399	272.297			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	76.504	38.252	675.072	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	22.496	0.057		
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	1102.045	551.022	2389.591	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	91.545	0.231		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3566.098	1783.049	1911.099	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	370.400	0.933		
	รวม	399	3936.498			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 22

ตาราง 22 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	น้อยกว่า 1 ปี 4.17	1 – 3 ปี 4.51	มากกว่า 3 ปี 4.21
น้อยกว่า 1 ปี	4.17	-	-0.34** 0.000	0.00 0.511
1 – 3 ปี	4.51		-	0.30** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.21			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกัน อย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.00	4.91	4.27
น้อยกว่า 1 ปี	4.00	-	-0.91**	-0.27**
			0.000	0.000
1 – 3 ปี	4.91		-	0.63**
				0.000
มากกว่า 3 ปี	4.27			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.91 และ 0.27 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความความทนทานของเครื่อง)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.94	มากกว่า 3 ปี 4.56
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.94** 0.000	-1.56** 0.000
1 – 3 ปี	4.94		-	0.38** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.56			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 และ 1.56 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	น้อยกว่า 1 ปี 4.00	1 – 3 ปี 5.00	มากกว่า 3 ปี 4.63
น้อยกว่า 1 ปี	4.00	-	-1.00** 0.000	-0.63** 0.000
1 – 3 ปี	5.00		-	0.37** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.63			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 และ 0.63 ตามลำดับ

มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.97	มากกว่า 3 ปี 4.03
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.97** 0.000	-1.03** 0.000
1 – 3 ปี	4.97		-	0.94** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.03			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และ 1.03 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.00	มากกว่า 3 ปี 3.73
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.00** 0.000	0.73** 0.000
1 – 3 ปี	4.00		-	0.27** 0.000
มากกว่า 3 ปี	3.73			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 และ 0.73 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5 ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่าง กัน

H_0 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.198	1.599	6.532	0.002*
	ภายในกลุ่ม	397	97.180	0.245		
	รวม	399	100.378			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	51.358	25.679	312.310	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	32.642	0.082		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	305.085	152.542	1681.012	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	36.025	0.091		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	616.083	308.042	481.857	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	253.794	0.639		
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการ อนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	65.452	32.726	404.170	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	32.145	0.081		
	รวม	399	97.598			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	233.439	116.719	1192.460	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	38.859	0.098		
	รวม	399	272.298			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	73.160	36.580	562.016	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	25.840	0.065		
	รวม	399	99.000			

ตาราง 28 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	975.453	487.727	887.642	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	218.137	0.549		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3141.942	1570.971	784.936	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	794.556	2.001		
	รวม	399	3936.498			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 29

ตาราง 29 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	X คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	เวลาทำการปกติ 4.34	นอกเวลาทำการ 4.17	ตลอด 24 ชม. 4.39
เวลาทำการปกติ	4.34	-	0.16** 0.002	0.00 0.511
นอกเวลาทำการ	4.17		-	-0.21** 0.005
ตลอด 24 ชม.	4.39			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับนอกเวลาทำการ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 30 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	เวลาทำการปกติ 4.75	นอกเวลาทำการ 4.00	ตลอด 24 ชม. 4.06
เวลาทำการปกติ	4.75	-	0.75** 0.000	0.69** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.00		-	0.00 0.210
ตลอด 24 ชม.	4.06			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 31 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	เวลาทำการปกติ 4.64	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 5.00
เวลาทำการปกติ	4.64	-	1.64**	-0.36**
			0.000	0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-2.00**
				0.000
ตลอด 24 ชม.	5.00			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 0.36 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 32 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	เวลาทำการปกติ 4.75	นอกเวลาทำการ 4.00	ตลอด 24 ชม. 4.94
เวลาทำการปกติ	4.75	-	0.75** 0.000	-0.19** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.00		-	-0.94** 0.000
ตลอด 24 ชม.	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 และ 0.19 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 33 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ
(ความชัดเจนของจอภาพ)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	เวลาทำการปกติ 4.64	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 3.94
เวลาทำการปกติ	4.64	-	1.64** 0.000	0.70** 0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-0.94** 0.000
ตลอด 24 ชม.	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 0.70 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	เวลาทำการปกติ 3.82	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 3.94
เวลาทำการปกติ	3.82	-	0.82**	-0.12**
			0.000	0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-0.94**
				0.000
ตลอด 24 ชม.	3.94			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.82 และ 0.12 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอเนกประสงค์ชนิดเครื่องใช้เครื่องอเนกประสงค์และช่วงเวลาเปิดทำการ

สมมติฐานที่ 6 ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการหลังการขาย						
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1106.881	553.441	172.886	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1270.869	3.201		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	73.501	36.751	50.295	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	290.089	0.731		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6775.027	3387.513	531.178	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2531.813	6.377		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	751.384	375.692	100.280	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1487.326	3.746		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	16312.741	8156.371	234.933	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	13783.009	34.718		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามขนาดธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณา

แต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแก้ปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ขนาดธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 36

ตาราง 36 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ขนาดธุรกิจ	X การติดตั้ง	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.14	ธุรกิจขนาดกลาง 4.50	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.67
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.14	-	1.16**	3.71**
ธุรกิจขนาดกลาง	4.50		0.00	0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.67		-	2.55**
				0.00
				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.16 และ 3.71 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 37 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา			
		ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		4.45	4.28	4.62
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.45	-	1.35** 0.000	0.68** 0.000
ธุรกิจขนาดกลาง	4.28		-	0.66** 0.000
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.62			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.35 และ 0.68 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 38 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา			
		ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		3.29	3.90	4.64
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.29	-	8.24** 0.000	9.50** 0.000
ธุรกิจขนาดกลาง	3.90		-	1.26** 0.001
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.64			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.24 และ 9.50 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.26

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 39 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การฝึกอบรม	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		2.38	3.16	3.49
ธุรกิจขนาดใหญ่	2.38	-	4.09** 0.000	0.41 0.067
ธุรกิจขนาดกลาง	3.16		-	3.68** 0.000
ธุรกิจขนาดเล็ก	3.49			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ธุรกิจที่มีขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 7 ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการหลังการขาย						
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	759.166	379.583	93.103	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1613.584	4.077		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	58.482	29.241	38.048	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	305.108	0.769		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6461.687	375.432	450.818	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2845.153	7.167		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	750.865	375.432	100.176	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1487.845	3.748		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	11913.907	5956.954	130.070	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	18181.843	45.798		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 41

ตาราง 41 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ประเภทธุรกิจ	X การติดตั้ง	T&E Retail 4.58	All Day Process 4.51	Bill Payment 4.16
T&E Retail	4.58	-	0.48 0.141	2.90** 0.000
All Day Process	4.51		-	2.43** 0.000
Bill Payment	4.16			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 42 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	T&E Retail 4.56	All Day Process 4.26	Bill Payment 4.47
T&E Retail	4.56	-	1.23** 0.000	0.38** 0.000
All Day Process	4.26		-	0.85** 0.000
Bill Payment	4.47			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23 และ 0.38 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 43 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุง	T&E Retail 4.54	All Day Process 3.47	Bill Payment 3.26
T&E Retail	4.54	-	7.50** 0.000	8.98** 0.000
All Day Process	3.47		-	1.47** 0.000
Bill Payment	3.26			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.50 และ 8.98 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.47

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 44 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ การฝึกอบรม	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.38	3.80	4.48
T&E Retail	4.38	-	3.44**	0.62**
			0.000	0.000
All Day Process	3.80		-	4.06**
				0.000
Bill Payment	4.48			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และ 0.62 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 8 จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

H_0 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	ยี่ห้อ		ไม่ใช่ยี่ห้อ		t	Prob.
	HYPERCOM		HYPERCOM			
	(N= 340)		(N=60)			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านการติดตั้ง	30.26	2.37	31.05	2.71	-2.34*	0.020
2. การแจ้งปัญหา	18.09	0.79	16.80	1.04	10.99**	0.000
3. การซ่อมบำรุง	26.05	5.18	24.20	0.61	2.75**	0.006
4. การฝึกอบรม	26.71	2.07	22.85	0.66	14.33**	0.000
รวม	101.11	8.98	94.90	3.69	5.27**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 45 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ ด้านการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านการติดตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 9 ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1257.918	628.959	222.977	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1119.832	2.821		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	204.160	102.080	254.192	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	159.430	0.402		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	7969.712	3938.856	1183.124	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1337.128	3.368		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	953.761	476.880	147.338	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1284.949	3.237		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	20185.710	10092.855	404.324	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	9910.040	24.962		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 47

ตาราง 47 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การติดตั้ง	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.14	4.77	4.29
น้อยกว่า 1 ปี	4.14	-	4.39** 0.000	1.06** 0.000
1 – 3 ปี	4.77		-	3.33** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.29			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และ 1.06 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 48 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.50	4.71	4.47
น้อยกว่า 1 ปี	4.50	-	0.85**	1.11**
			0.000	0.000
1 – 3 ปี	4.71		-	1.95**
				0.000
มากกว่า 3 ปี	4.47			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85 และ 1.11 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 49 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		3.14	4.73	3.67
น้อยกว่า 1 ปี	3.14	-	11.11**	3.71**
			0.000	0.000
1 – 3 ปี	4.73		-	7.40**
				0.000
มากกว่า 3 ปี	3.67			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.11 และ 3.71 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.40

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 50 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การฝึกอบรม	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.50	4.54	3.94
น้อยกว่า 1 ปี	4.50	-	0.29 0.187	3.32** 0.000
1 – 3 ปี	4.54		-	3.61** 0.000
มากกว่า 3 ปี	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 10 ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่าง

ตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	677.661	338.830	79.123	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1700.089	4.282		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	64.320	32.160	42.663	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	299.270	0.754		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6973.637	3486.819	593.290	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2333.203	5.877		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	773.112	386.556	104.710	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1465.598	3.692		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	11589.559	5794.779	124.311	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	18506.191	46.615		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 52

ตาราง 52 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การติดตั้ง	เวลาทำการปกติ 4.51	นอกเวลาทำการ 4.14	ตลอด 24 ชม. 4.52
เวลาทำการปกติ	4.51	-	2.59** 0.000	0.00 0.805
นอกเวลาทำการ	4.14		-	2.67** 0.00
ตลอด 24 ชม.	4.52			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 53 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.52	4.50	4.22
เวลาทำการปกติ	4.52	-	0.11	1.23**
			0.222	0.000
นอกเวลาทำการ	4.50	-	-	1.11**
				0.000
ตลอด 24 ชม.	4.22			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ บริการตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงบริการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.11

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 54 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.41	3.14	3.43
เวลาทำการปกติ	4.41	-	8.89**	6.84**
			0.000	0.000
นอกเวลาทำการ	3.14	-	-	2.06**
				0.00
ตลอด 24 ชม.	3.43			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.89 และ 6.84 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 55 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{x}$ การฝึกอบรม	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.37	4.50	3.78
เวลาทำการปกติ	4.37	-	0.73** 0.000	3.55** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.50		-	4.28** 0.000
ตลอด 24 ชม.	3.78			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73 และ 3.55 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	ผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (ในตาราง F - test)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลา การใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเสนอในรูปแบบของ ความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติ บัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาเปิดทำการ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ขนาดธุรกิจ		
1 - 10 เครื่อง	233	58.25
11 - 30 เครื่อง	60	15.00
มากกว่า 30 เครื่อง	107	26.75
รวม	400	100.00
2. ประเภทธุรกิจ		
T&E Retail	121	30.25
All Day Process	57	14.25
Bill Payment	222	55.50
รวม	400	100.00
3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต		
ใช่	340	85.00
ไม่ใช่	60	15.00
รวม	400	100.00
4. ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต		
น้อยกว่า 1 ปี	189	27.25
1 - 3 ปี	98	24.50
มากกว่า 3 ปี	113	28.25
รวม	400	100.00
5. ช่วงเวลาเปิดทำการ		
เวลาทำการปกติ	157	39.25
นอกเวลาทำการ	189	47.25
ตลอด 24 ชม.	54	13.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาคือธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

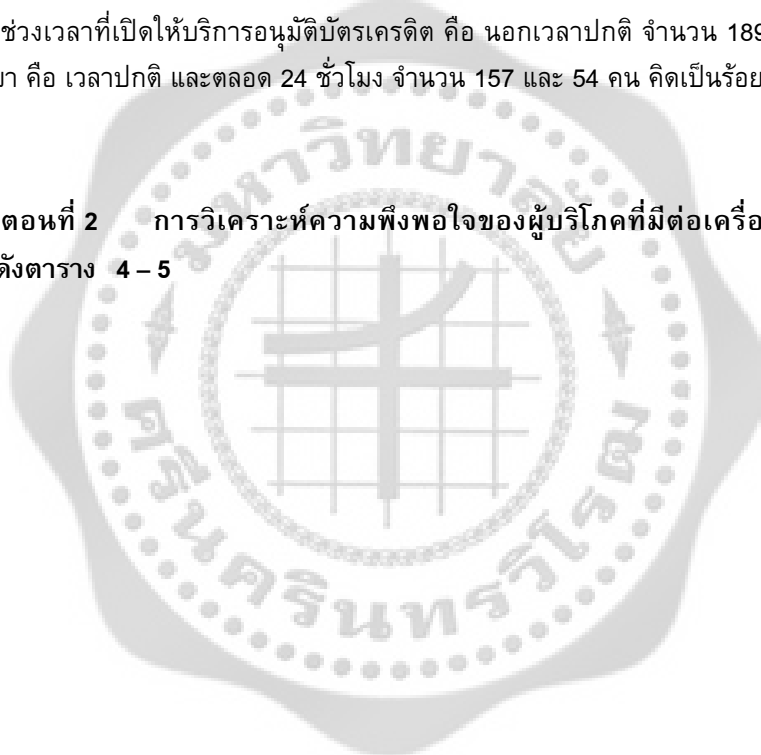
ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภท Bill Payment จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือธุรกิจ T&E Retail จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และธุรกิจ All Day Process จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ

เครื่องอนุมัติเครดิตที่นิยมใช้ คือ ยี่ห้อ HYPERCOM จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 และเป็นยี่ห้ออื่น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ระยะเวลาในการใช้ คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต คือ นอกเวลาปกติ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองมา คือ เวลาปกติ และตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 157 และ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และ 13.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
ปรากฏผลดังตาราง 4 – 5



ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้านและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)			
1.1 ความสวยงาม	4.27	0.50	มากที่สุด
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	4.30	0.46	มากที่สุด
1.3 ความทนทานของเครื่อง	3.91	0.92	มาก
รวม	4.16	0.58	มาก
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)			
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย	4.42	4.42	มากที่สุด
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	3.77	3.77	มาก
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	3.45	3.45	มาก
รวม	3.88	0.57	มาก
รวม	4.02	0.52	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.30 ตามลำดับ ส่วนความทนทานของเครื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, 3.45 และ 4.42 ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมทุกด้านและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการติดตั้ง			
1.1 ระยะเวลาในการติดตั้ง	4.84	0.40	มากที่สุด
1.2 การนัดหมายและการแจ้งกำหนดการในการติดตั้ง	4.36	0.51	มากที่สุด
1.3 ความตรงต่อเวลาในการติดตั้ง	4.35	0.48	มากที่สุด
1.4 คุณภาพของงานหลังติดตั้ง	4.42	0.52	มากที่สุด
1.5 ความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่	4.32	0.50	มากที่สุด
1.6 การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่	4.15	0.53	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.7 มารยาทของเจ้าหน้าที่	3.93	0.25	มาก
รวม	4.33	0.34	มากที่สุด
2. การแจ้งปัญหา			
2.1 ความสะดวกในการแจ้งปัญหา	4.92	0.27	มากที่สุด
2.2 มารยาทของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.21	0.47	มากที่สุด
2.3 การให้คำแนะนำ หรือคำปรึกษาเพื่อแก้ไขเบื้องต้นของ เจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.76	0.48	มากที่สุด
2.4 การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง	4.01	0.26	มาก
รวม	4.47	0.23	มากที่สุด
3. การซ่อมบำรุง			
3.1 ระยะเวลาในการมาซ่อมบำรุงของช่าง	3.53	0.55	มาก
3.2 การแจ้งนัดหมายเพื่อการซ่อมบำรุง	3.71	0.84	มาก
3.3 ความตรงต่อเวลาของช่าง	3.68	0.82	มาก
3.4 การแต่งกายของช่าง	3.54	0.83	มาก
3.5 ความรู้ ความสามารถของช่าง	3.59	0.86	มาก
3.6 มารยาทในการให้บริการของช่าง	3.60	0.86	มาก
3.7 คุณภาพของงานหลังซ่อมบำรุง	4.12	0.60	มาก
รวม	3.68	0.68	มาก
4. การฝึกอบรม			
4.1 ระยะเวลาในการฝึกอบรม	4.26	0.49	มากที่สุด
4.2 หลักสูตรในการฝึกอบรม	4.02	0.35	มาก
4.3 เอกสารในการฝึกอบรม	4.03	0.36	มาก
4.4 ลักษณะ บุคลิก ของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.68	0.54	มากที่สุด
4.5 การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.50	0.80	มากที่สุด
4.6 มารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม	4.65	0.60	มากที่สุด
รวม	4.35	0.39	มากที่สุด
รวม	4.17	0.36	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดตั้ง ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ และมารยาทของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 9.39 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการแก้ปัญหา ได้แก่ การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการซ่อมบำรุง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการฝึกอบรม ได้แก่ หลักสูตรในการฝึกอบรม และเอกสารในการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังตาราง 6 - 55

สมมติฐานที่ 1 ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 6 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	8.846	4.423	19.184	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	91.531	0.231		**
	รวม	399	100.377			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	50.573	25.287	300.319	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	33.427	0.00		**
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	294.765	147.382	1262.50	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	46.345	0.117	0	**
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	643.886	321.943	565.558	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	225.992	0.569		**
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	78.603	39.302	821.446	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	18.994	0.000		**
	รวม	399	97.598			

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	228.093	114.046	1024.24	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	44.205	0.111	9	**
	รวม	399	272.298			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	70.564	35.282	192.571	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	28.436	0.000		**
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	1001.414	500.707	1034.37	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	192.176	0.484	0	**
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3251.025	1625.513	941.437	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	685.472	1.727		**
	รวม	399	3936.497			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิป ปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ขนาดธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 7

ตาราง 7 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.14	ธุรกิจขนาดกลาง 4.45	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.44
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.14	-	0.00 0.89	-0.30** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.45		-	0.31** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.44			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็กกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ และขนาดกลางจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็กแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 และ 0.31 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.09	ธุรกิจขนาดกลาง 4.05	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.89
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.09	-	-0.84** 0.00	-0.79** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.05		-	0.00 0.29
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.89			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านความพึง

พอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 และ 0.79 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ขนาดธุรกิจ	X คุณลักษณะ (ความทนทาน)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.19	ธุรกิจขนาดกลาง 5.00	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.89
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.19	-	0.11* 0.04	-1.70** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	5.00		-	-1.81** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.89			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.11

ธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70

ส่วนธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.05	ธุรกิจขนาดกลาง 4.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.05	-	0.00 0.86	0.90** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	4.95		-	0.90** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.19	ธุรกิจขนาดกลาง 3.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.19	-	0.99** 0.00	1.76** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	3.95		-	0.76** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.99 และ 1.76

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ขนาดธุรกิจ	$\bar{x}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	ธุรกิจขนาดใหญ่ 3.09	ธุรกิจขนาดกลาง 3.95	ธุรกิจขนาดเล็ก 3.94
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.09	-	0.00 0.88	0.85** 0.00
ธุรกิจขนาดกลาง	3.95		-	0.86** 0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

H_0 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตไม่แตกต่าง

H_1 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.774	1.387	5.641	0.004**
	ภายในกลุ่ม	397	97.604	0.246		
	รวม	399	100.378			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	40.925	20.462	188.591	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	43.075	0.109		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	294.387	147.194	1250.696	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	46.723	0.118		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	543.642	271.821	330.782	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	326.235	0.822		
	รวม	399	869.878			
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	69.689	34.844	495.662	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	27.909	0.070		
	รวม	399	97.597			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	224.667	112.333	936.289	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	47.631	0.120		
	รวม	399	272.297			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	61.727	30.863	328.725	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	37.273	0.093		
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	925.732	462.866	686.026	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	267.858	0.675		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	2887.668	1443.83	546.516	0.00**
	ภายในกลุ่ม	397	1048.829	2.642		
	รวม	399	3936.498			

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่อง อนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทาน ของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและ การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่อง อนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 14

ตาราง 14 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	T&E Retail 4.32	All Day Process 4.42	Bill Payment 4.20
T&E Retail	4.32	-	0.00	0.12*
			0.22	0.03
All Day Process	4.42		-	0.22**
				0.00
Bill Payment	4.20			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของ ธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่าง เป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะ เครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกัน อย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.79	4.05	4.10
T&E Retail	4.79	-	0.73**	0.69**
			0.00	0.00
All Day Process	4.05		-	0.00
				0.34
Bill Payment	4.10			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.81	5.00	3.15
T&E Retail	4.81	-	- 0.19**	1.66**
			0.00	0.00
All Day Process	5.00		-	1.85**
				0.00
Bill Payment	3.15			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19 และ 1.66 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ประเภทธุรกิจ	X คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.86	4.95	4.05
T&E Retail	4.86	-	0.00* 0.04	0.81** 0.00
All Day Process	4.95		-	0.90** 0.00
Bill Payment	4.05			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.00

ประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติ

เครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	T&E Retail 4.83	All Day Process 3.95	Bill Payment 3.15
T&E Retail	4.83	-	0.89**	1.69**
All Day Process	3.95		0.00	0.00
Bill Payment	3.15			0.80**
				0.00
				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 และ 1.69 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ประเภทธุรกิจ	X คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	T&E Retail 3.86	All Day Process 3.95	Bill Payment 3.10
T&E Retail	3.86	-	0.00 0.75	0.76** 0.00
All Day Process	3.95		-	0.85** 0.00
Bill Payment	3.10			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	ยี่ห้อ		ไม่ใช่ยี่ห้อ		t	Prob.
	HYPERCOM		HYPERCOM			
	(N= 340)		(N=60)			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)	12.34	1.53	13.30	0.65	-4.78**	0.000
1.1 ความสวยงาม	4.24	0.50	4.40	0.49	-2.23*	0.026
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	4.35	0.48	4.00	0.00	5.17**	0.000
1.3 ความทนทานของเครื่อง	3.74	0.89	4.90	0.30	-9.99**	0.000
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)	11.42	1.78	12.90	0.30	-6.39**	0.000
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย	4.34	0.47	4.90	0.30	-8.87**	0.000
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	3.71	0.87	4.10	0.30	-3.37**	0.001
2.3 การพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน	3.37	0.48	3.90	0.30	-8.19**	0.000
รวม	23.76	3.25	26.20	0.88	-5.76**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 20 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านคุณลักษณะที่เกี่ยวกับความสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	7.747	3.873	16.601	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	92.631	0.233		
	รวม	399	100.377			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	53.331	26.665	345.175	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	30.669	0.077		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	307.601	153.801	1822.176	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	33.509	0.084		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	703.361	351.680	838.456	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	166.517	0.419		
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	71.208	35.604	535.625	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	26.389	0.066		
	รวม	399	97.598			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	260.460	13.234	4371.054	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	11.829	0.029		
	รวม	399	272.297			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	76.504	38.252	675.072	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	22.496	0.057		
	รวม	399	99.000			
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	1102.045	551.022	2389.591	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	91.545	0.231		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3566.098	1783.049	1911.099	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	370.400	0.933		
	รวม	399	3936.498			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 22

ตาราง 22 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	น้อยกว่า 1 ปี 4.17	1 – 3 ปี 4.51	มากกว่า 3 ปี 4.21
น้อยกว่า 1 ปี	4.17	-	-0.34** 0.000	0.00 0.511
1 – 3 ปี	4.51		-	0.30** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.21			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกัน อย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.00	4.91	4.27
น้อยกว่า 1 ปี	4.00	-	-0.91**	-0.27**
			0.000	0.000
1 – 3 ปี	4.91		-	0.63**
				0.000
มากกว่า 3 ปี	4.27			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.91 และ 0.27 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความความทนทานของเครื่อง)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.94	มากกว่า 3 ปี 4.56
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.94** 0.000	-1.56** 0.000
1 – 3 ปี	4.94		-	0.38** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.56			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 และ 1.56 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	น้อยกว่า 1 ปี 4.00	1 – 3 ปี 5.00	มากกว่า 3 ปี 4.63
น้อยกว่า 1 ปี	4.00	-	-1.00** 0.000	-0.63** 0.000
1 – 3 ปี	5.00		-	0.37** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.63			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 และ 0.63 ตามลำดับ

มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.97	มากกว่า 3 ปี 4.03
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.97** 0.000	-1.03** 0.000
1 – 3 ปี	4.97		-	0.94** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.03			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และ 1.03 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	น้อยกว่า 1 ปี 3.00	1 – 3 ปี 4.00	มากกว่า 3 ปี 3.73
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-1.00** 0.000	0.73** 0.000
1 – 3 ปี	4.00		-	0.27** 0.000
มากกว่า 3 ปี	3.73			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 และ 0.73 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5 ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่าง กัน

H_0 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.ด้านคุณลักษณะ(Feature)						
1.1 ความสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.198	1.599	6.532	0.002*
	ภายในกลุ่ม	397	97.180	0.245		
	รวม	399	100.378			
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2	51.358	25.679	312.310	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	32.642	0.082		
	รวม	399	84.000			
1.3 ความทนทานของเครื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	305.085	152.542	1681.012	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	36.025	0.091		
	รวม	399	341.110			
รวมคุณลักษณะ	ระหว่างกลุ่ม	2	616.083	308.042	481.857	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	253.794	0.639		
	รวม	399	869.878			
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)						
2.1 ความรวดเร็วในการ อนุมัติ วงเงินใช้จ่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	65.452	32.726	404.170	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	32.145	0.081		
	รวม	399	97.598			
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	233.439	116.719	1192.460	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	38.859	0.098		
	รวม	399	272.298			
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	73.160	36.580	562.016	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	25.840	0.065		
	รวม	399	99.000			

ตาราง 28 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
รวมคุณสมบัติ	ระหว่างกลุ่ม	2	975.453	487.727	887.642	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	218.137	0.549		
	รวม	399	1193.590			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	3141.942	1570.971	784.936	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	794.556	2.001		
	รวม	399	3936.498			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 29

ตาราง 29 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	X คุณลักษณะ (ความสวยงาม)	เวลาทำการปกติ 4.34	นอกเวลาทำการ 4.17	ตลอด 24 ชม. 4.39
เวลาทำการปกติ	4.34	-	0.16** 0.002	0.00 0.511
นอกเวลาทำการ	4.17		-	-0.21** 0.005
ตลอด 24 ชม.	4.39			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับนอกเวลาทำการ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 30 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความสะดวกในการใช้งาน)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความสะดวก)	เวลาทำการปกติ 4.75	นอกเวลาทำการ 4.00	ตลอด 24 ชม. 4.06
เวลาทำการปกติ	4.75	-	0.75** 0.000	0.69** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.00		-	0.00 0.210
ตลอด 24 ชม.	4.06			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 31 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณลักษณะ (ความทนทาน)	เวลาทำการปกติ 4.64	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 5.00
เวลาทำการปกติ	4.64	-	1.64**	-0.36**
			0.000	0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-2.00**
				0.000
ตลอด 24 ชม.	5.00			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 0.36 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 32 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความรวดเร็ว)	เวลาทำการปกติ 4.75	นอกเวลาทำการ 4.00	ตลอด 24 ชม. 4.94
เวลาทำการปกติ	4.75	-	0.75** 0.000	-0.19** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.00		-	-0.94** 0.000
ตลอด 24 ชม.	4.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 และ 0.19 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 33 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ
(ความชัดเจนของจอภาพ)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (ความชัดเจน)	เวลาทำการปกติ 4.64	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 3.94
เวลาทำการปกติ	4.64	-	1.64** 0.000	0.70** 0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-0.94** 0.000
ตลอด 24 ชม.	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 0.70 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามคุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ คุณสมบัติ (การพิมพ์สลิป)	เวลาทำการปกติ 3.82	นอกเวลาทำการ 3.00	ตลอด 24 ชม. 3.94
เวลาทำการปกติ	3.82	-	0.82** 0.000	-0.12** 0.000
นอกเวลาทำการ	3.00		-	-0.94** 0.000
ตลอด 24 ชม.	3.94			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.82 และ 0.12 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอเนกประสงค์ชนิดเครื่องใช้เครื่องอเนกประสงค์และช่วงเวลาเปิดทำการ

สมมติฐานที่ 6 ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามขนาดธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการหลังการขาย						
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1106.881	553.441	172.886	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1270.869	3.201		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	73.501	36.751	50.295	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	290.089	0.731		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6775.027	3387.513	531.178	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2531.813	6.377		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	751.384	375.692	100.280	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1487.326	3.746		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	16312.741	8156.371	234.933	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	13783.009	34.718		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามขนาดธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณา

แต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแก้ปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ขนาดธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 36

ตาราง 36 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ขนาดธุรกิจ	X การติดตั้ง	ธุรกิจขนาดใหญ่ 4.14	ธุรกิจขนาดกลาง 4.50	ธุรกิจขนาดเล็ก 4.67
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.14	-	1.16**	3.71**
ธุรกิจขนาดกลาง	4.50		0.00	0.00
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.67		-	2.55**
				0.00
				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.16 และ 3.71 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 37 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา			
		ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		4.45	4.28	4.62
ธุรกิจขนาดใหญ่	4.45	-	1.35** 0.000	0.68** 0.000
ธุรกิจขนาดกลาง	4.28		-	0.66** 0.000
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.62			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.35 และ 0.68 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 38 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา			
		ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		3.29	3.90	4.64
ธุรกิจขนาดใหญ่	3.29	-	8.24** 0.000	9.50** 0.000
ธุรกิจขนาดกลาง	3.90		-	1.26** 0.001
ธุรกิจขนาดเล็ก	4.64			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.24 และ 9.50 ตามลำดับ

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.26

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 39 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ขนาดธุรกิจ	$\bar{X}$ การฝึกอบรม	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดกลาง	ธุรกิจขนาดเล็ก
		2.38	3.16	3.49
ธุรกิจขนาดใหญ่	2.38	-	4.09** 0.000	0.41 0.067
ธุรกิจขนาดกลาง	3.16		-	3.68** 0.000
ธุรกิจขนาดเล็ก	3.49			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจที่มีขนาดกลาง จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ธุรกิจที่มีขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 7 ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการหลังการขาย						
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	759.166	379.583	93.103	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1613.584	4.077		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	58.482	29.241	38.048	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	305.108	0.769		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6461.687	375.432	450.818	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2845.153	7.167		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	750.865	375.432	100.176	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1487.845	3.748		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	11913.907	5956.954	130.070	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	18181.843	45.798		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 41

ตาราง 41 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ประเภทธุรกิจ	X การติดตั้ง	T&E Retail 4.58	All Day Process 4.51	Bill Payment 4.16
T&E Retail	4.58	-	0.48 0.141	2.90** 0.000
All Day Process	4.51		-	2.43** 0.000
Bill Payment	4.16			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 42 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	T&E Retail 4.56	All Day Process 4.26	Bill Payment 4.47
T&E Retail	4.56	-	1.23** 0.000	0.38** 0.000
All Day Process	4.26		-	0.85** 0.000
Bill Payment	4.47			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23 และ 0.38 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 43 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุง	T&E Retail 4.54	All Day Process 3.47	Bill Payment 3.26
T&E Retail	4.54	-	7.50** 0.000	8.98** 0.000
All Day Process	3.47		-	1.47** 0.000
Bill Payment	3.26			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.50 และ 8.98 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.47

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 44 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ประเภทธุรกิจ	X การฝึกอบรม	T&E Retail	All Day Process	Bill Payment
		4.38	3.80	4.48
T&E Retail	4.38	-	3.44**	0.62**
			0.000	0.000
All Day Process	3.80		-	4.06**
				0.000
Bill Payment	4.48			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ All Day Process และ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และ 0.62 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 8 จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

H_0 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	ยี่ห้อ		ไม่ใช่ยี่ห้อ		t	Prob.
	HYPERCOM		HYPERCOM			
	(N= 340)		(N=60)			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านการติดตั้ง	30.26	2.37	31.05	2.71	-2.34*	0.020
2. การแจ้งปัญหา	18.09	0.79	16.80	1.04	10.99**	0.000
3. การซ่อมบำรุง	26.05	5.18	24.20	0.61	2.75**	0.006
4. การฝึกอบรม	26.71	2.07	22.85	0.66	14.33**	0.000
รวม	101.11	8.98	94.90	3.69	5.27**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 45 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ ด้านการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านการติดตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 9 ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1257.918	628.959	222.977	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1119.832	2.821		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	204.160	102.080	254.192	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	159.430	0.402		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	7969.712	3938.856	1183.124	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1337.128	3.368		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	953.761	476.880	147.338	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1284.949	3.237		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	20185.710	10092.855	404.324	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	9910.040	24.962		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 47

ตาราง 47 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การติดตั้ง	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.14	4.77	4.29
น้อยกว่า 1 ปี	4.14	-	4.39** 0.000	1.06** 0.000
1 – 3 ปี	4.77		-	3.33** 0.000
มากกว่า 3 ปี	4.29			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และ 1.06 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 48 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.50	4.71	4.47
น้อยกว่า 1 ปี	4.50	-	0.85**	1.11**
			0.000	0.000
1 – 3 ปี	4.71		-	1.95**
				0.000
มากกว่า 3 ปี	4.47			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85 และ 1.11 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 49 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา	น้อยกว่า 1 ปี 3.14	1 – 3 ปี 4.73	มากกว่า 3 ปี 3.67
น้อยกว่า 1 ปี	3.14	-	11.11** 0.000	3.71** 0.000
1 – 3 ปี	4.73		-	7.40** 0.000
มากกว่า 3 ปี	3.67			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.11 และ 3.71 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.40

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 50 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต	$\bar{X}$ การฝึกอบรม	น้อยกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	มากกว่า 3 ปี
		4.50	4.54	3.94
น้อยกว่า 1 ปี	4.50	-	0.29 0.187	3.32** 0.000
1 – 3 ปี	4.54		-	3.61** 0.000
มากกว่า 3 ปี	3.94			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 10 ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน

H_0 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่าง

ตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ

ความพึงพอใจ ในด้านการบริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Prob.
1.1 การติดตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	677.661	338.830	79.123	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1700.089	4.282		
	รวม	399	2377.750			
1.2 การแจ้งปัญหา	ระหว่างกลุ่ม	2	64.320	32.160	42.663	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	299.270	0.754		
	รวม	399	363.590			
1.3 การซ่อมบำรุงรักษา	ระหว่างกลุ่ม	2	6973.637	3486.819	593.290	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	2333.203	5.877		
	รวม	399	9306.840			
1.4 การฝึกอบรม	ระหว่างกลุ่ม	2	773.112	386.556	104.710	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	1465.598	3.692		
	รวม	399	2238.710			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	11589.559	5794.779	124.311	0.000**
	ภายในกลุ่ม	397	18506.191	46.615		
	รวม	399	30095.750			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านบริการหลังการขาย จำแนกตามช่วงเวลาเปิดทำการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย โดยรวมทุกด้าน มีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่า ช่วงเวลาเปิดทำการ แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏดังตาราง 52

ตาราง 52 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการติดตั้ง

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การติดตั้ง	เวลาทำการปกติ 4.51	นอกเวลาทำการ 4.14	ตลอด 24 ชม. 4.52
เวลาทำการปกติ	4.51	-	2.59** 0.000	0.00 0.805
นอกเวลาทำการ	4.14		-	2.67** 0.00
ตลอด 24 ชม.	4.52			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 53 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการแจ้งปัญหา

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การแจ้งปัญหา	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.52	4.50	4.22
เวลาทำการปกติ	4.52	-	0.11	1.23**
			0.222	0.000
นอกเวลาทำการ	4.50	-	-	1.11**
				0.000
ตลอด 24 ชม.	4.22			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ บริการตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงบริการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.11

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 54 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการซ่อมบำรุงรักษา

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{X}$ การซ่อมบำรุงรักษา	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.41	3.14	3.43
เวลาทำการปกติ	4.41	-	8.89**	6.84**
			0.000	0.000
นอกเวลาทำการ	3.14	-	-	2.06**
				0.00
ตลอด 24 ชม.	3.43			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.89 และ 6.84 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 55 ความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามการฝึกอบรม

ช่วงเวลาเปิดทำการ	$\bar{x}$ การฝึกอบรม	เวลาทำการปกติ	นอกเวลาทำการ	ตลอด 24 ชม.
		4.37	4.50	3.78
เวลาทำการปกติ	4.37	-	0.73** 0.000	3.55** 0.000
นอกเวลาทำการ	4.50		-	4.28** 0.000
ตลอด 24 ชม.	3.78			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ กับ นอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73 และ 3.55 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “ ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร “ ผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

สังเขปความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ในด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการหลังการขายของบริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจที่มีจำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่มีในองค์กรธุรกิจ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ขนาดของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
2. ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
3. จำนวนยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
5. ช่วงเวลาเปิดทำการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน
6. ขนาดของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
7. ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
8. จำนวนยี่ห้อของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน
9. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกันช่วงเวลาเปิด
10. ทำการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM จำนวน 12,000 เครื่อง ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลทั้ง ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยขนาดของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อของ เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่มีอยู่ในธุรกิจ ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขาย โดยแบ่ง ออกเป็น

1. ด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
 - 1.1. ด้านคุณลักษณะ (Feature)
 - 1.2. ด้านคุณสมบัติ Function)
2. ด้านการให้บริการหลังการขาย
 - 2.1. ด้านการติดตั้ง
 - 2.2. ด้านการแจ้งปัญหา
 - 2.3. ด้านการซ่อมบำรุงรักษา
 - 2.4. ด้านการฝึกอบรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้ทำการวิจัยแจ้งให้ฝ่ายบริการลูกค้าบริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด ส่งจดหมาย ขอความร่วมมือในการทำการสำรวจเพื่อนัดหมายวันและเวลา
2. นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์โดยตรงกับผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานหรือแก้ไขปัญหา การใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากเจ้าหน้าที่ที่ออกไปทำการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences) Version 11 for Windows โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ครบถ้วนแล้วจากทุกกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมา ทำการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนและสมบูรณ์ มาทำการ ประมวลผล โดยการลงรหัส (Coding) และนำไปตรวจสอบและวิเคราะห์จากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows version 11 (Statistics for the Social-Science for Windows)

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและข้อมูลที่ลงรหัสในโปรแกรม SPSS

2. วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและบริการหลังการขายของบริษัท HYPERCOM (ประเทศไทย) จำกัด ในแต่ละด้าน และผลสรุปรวมของความพึงพอใจรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
4. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญให้ทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)
5. การทดสอบความแตกต่างระหว่างจำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยใช้ T- test

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภท Bill Payment จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ ธุรกิจ T&E Retail จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และธุรกิจ All Day Process จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ

เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่นิยมใช้ คือ ยี่ห้อ HYPERCOM จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 และเป็นยี่ห้ออื่น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ระยะเวลาในการใช้ คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต คือ นอกเวลาปกติ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองมา คือ เวลาปกติ และตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 157 และ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และ 13.50 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.30 ตามลำดับ ส่วนความทนทานของเครื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, 3.45 และ 4.42 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดตั้ง ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ และมารยาทของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 9.39 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการแจ้งปัญหา ได้แก่ การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการซ่อมบำรุง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการฝึกอบรม ได้แก่ หลักสูตรในการฝึกอบรม และเอกสารในการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังนี้

1. ขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็กแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 และ 0.31 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณลักษณะ(ความสะดวกในการใช้งาน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 และ 0.79 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ธุรกิจขนาดกลางกับธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดเล็ก ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณลักษณะ (ความสวยงาม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณลักษณะ(ความสะดวกในการใช้งาน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85

คุณสมบัติ(ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

ประเภทของธุรกิจ T&E Retail กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงิน
ใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ

ส่วนข้ออื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนามัยเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ)

แตกต่างกันอย่าง ๗ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านคุณลักษณะ ที่เกี่ยวกับความสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณลักษณะ(ความสวยงาม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และ 1.03 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 และ 0.73 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ช่วงเวลาเปิดทำการ

ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต (ความสวยงาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้าน

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสวยงาม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงเวลาทำการปกติ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม.ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความสะดวกในการใช้งาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 และ 0.69 ตามลำดับ

คุณลักษณะ (ความทนทานของเครื่อง)

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม ด้านความพึงพอใจในด้าน คุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความทนทานของเครื่อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

คุณสมบัติ(ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย)

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม ด้านความพึงพอใจในด้าน คุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (ความชัดเจนของจอภาพ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64 และ 0.70 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (ความชัดเจนของจอภาพ) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณสมบัติ (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ และ เปิดตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.82 และ 0.12 ตามลำดับ

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะเครื่องอนุมัติเครดิต (การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังนี้

1. ขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแก้ไขปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การติดตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.16 และ 3.71 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่าง ไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.35 และ 0.68 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่าง ไม่
มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.24 และ 9.50 ตามลำดับ

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจขนาดกลาง ในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การติดตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การแจ้งปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23 และ 0.38 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การซ่อมบำรุงรักษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.50 และ 8.98 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.47

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การฝึกอบรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ T&E Retail แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process และ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และ 0.62 ตามลำดับ

ประเภทของธุรกิจ All Day Process กับ Bill Payment จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ All Day Process แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของธุรกิจ Bill Payment ในด้านความพึงพอใจการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ ด้านการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านการติดตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การติดตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และมากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และ 1.06 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การติดตั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

แจ้งปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต น้อยกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี และ มากกว่า 3 ปี ด้านความพึง

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การแจ้งปัญหา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95

การซ่อมบำรุงรักษา

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การซ่อมบำรุงรักษา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.40

การฝึกอบรม

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี กับ มากกว่า 3 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต 1 – 3 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต มากกว่า 3 ปี ด้านความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

5. ช่วงเวลาเปิดทำการ

ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การติดตั้ง

เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ กับ ตลอด 24 ชม. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการช่วงนอกเวลาทำการ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลาเปิดทำการตลอด 24 ชม. ด้านความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนคู่อื่น ๆ มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขาย (การฝึกอบรม) แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีธุรกิจขนาดเล็ก รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง โดยเป็นธุรกิจประเภท Bill Payment รองลงมาคือ ธุรกิจ T&E Retail และธุรกิจ All Day Process
2. สำหรับเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่นิยมใช้ คือ ยี่ห้อ HYPERCOM และเป็นยี่ห้ออื่น ส่วนระยะเวลาในการใช้ คือ น้อยกว่า 1 ปี รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต คือ นอกเวลาปกติ รองลงมาคือ เวลาปกติ และตลอด 24 ชั่วโมง
3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

3.1. ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความทนทานของเครื่อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.2. ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการติดตั้ง ได้แก่ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่ และมารยาทของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการแจ้งปัญหา ได้แก่ การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการซ่อมบำรุง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการฝึกอบรม ได้แก่ หลักสูตรในการฝึกอบรม และเอกสารในการฝึกอบรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังนี้

4.1. ขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีธุรกิจขนาดเล็กจะพึงพอใจกับเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่มีความสวยงามมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลางจะพึงพอใจความทนทานของเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก สอดคล้องกับอนงค์ เอื้อวัฒนา (2542 : อ้างอิงจาก Aday & Anderson; 1975 : 4) “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน”

อาจเนื่องมาจากขนาดของธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีขนาดใหญ่จะมีการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตเป็นจำนวนมาก และมีการใช้งานค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้บริโภคจึงคำนึงถึงความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน, ความทนทานของเครื่อง, ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพ และการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน ที่แตกต่างกันกับธุรกิจที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง

4.2. ประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ในการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตของธุรกิจแต่ละประเภทจะแตกต่างกันออกไป ทำให้ความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตมีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สาโรช ไสยสมบัติ (2534:15) ว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ ที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

4.3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านคุณลักษณะที่เกี่ยวกับความสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler Philip (1972:92) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นถ้าสินค้ามีคุณสมบัติที่น่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้า มากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบรับมากขึ้นเท่านั้น

4.4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการศึกษา พบว่า เมื่อเครื่องมีความทนทาน ระยะเวลาในการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ยืงนานก็จะเห็นว่าคุณสมบัติของเครื่องดี ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และแตกต่างกับผู้บริโภคที่มีระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Vavra (1992: 141 –142) มีความคิดเห็นสรุปว่า “ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนมาก สิ่งสำคัญก็คือ ผู้ทำการตลาดต้องรู้จักเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการของบริษัท รวมทั้งกระบวนการที่ผู้บริโภคจะหาซื้อสินค้า หรือบริการนั้นได้ หากต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ต้องการให้ผู้บริโภคนั้นเป็น ผู้บริโภคประจำ และต่อเนื่อง และผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะมีการบอกต่อถึง ความพึงพอใจในสินค้า และบริการนั้น ๆ ให้แก่เพื่อน ๆ แต่ถ้าผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจก็จะบอกต่อถึงความไม่พอใจนั้นออกไปเช่นกันและส่วนใหญ่จะมากกว่ากลุ่มแรกอีกด้วย

4.5. ช่วงเวลาเปิดทำการ

ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะ ได้แก่ ความสวยงาม, ความสะดวกในการใช้งาน และความทนทานของเครื่อง ด้านคุณสมบัติ ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติ วงเงินใช้จ่าย, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปปรับเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการศึกษาจะเห็นว่า ช่วงเวลาในการเปิดทำการโดยเฉพาะตลอด 24 ชม. เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตจะต้องมีความทนทานมาก ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะและด้านคุณสมบัติ แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและช่วงเวลาเปิดทำการ ปรากฏผลดังนี้

5.1. ขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับพิตเจอรัลและฟูแลนท์ (1980: 586) ว่าความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานของท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบการ

บริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ สิ่งของแต่ละคนได้ตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย

5.2. ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.3. จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และด้านการฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านการติดตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.5. ช่วงเวลาเปิดทำการ

ช่วงเวลาเปิดทำการ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การติดตั้ง การแจ้งปัญหา การซ่อมบำรุงรักษา และ การฝึกอบรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการศึกษา พบว่า ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ จำนวนยี่ห้อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิต และช่วงเวลาเปิดทำการ ของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ ภักดี ดนัยพงศกร (2543: 24) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล บุคคลแต่ละบุคคลจึงอาจมีความพึงพอใจในการให้บริการลักษณะเดียวกันแตกต่างกันได้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตทั้งในด้านคุณลักษณะและด้านคุณสมบัติของเครื่อง ในระดับที่มาก และบริษัท ควรจะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในส่วนของคุณภาพของเครื่อง, ความชัดเจนของจอภาพและการพิมพ์ใบสลิปรับเงิน เพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจการให้บริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย จึงควรปรับปรุงด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการติดตั้ง

- เจ้าหน้าที่ควรมีการแต่งกายที่สะอาด มีบุคลิกลักษณะสุภาพเรียบร้อย และมีมารยาทที่

ด้านการแจ้งปัญหา

- เจ้าหน้าที่รับแจ้งปัญหาควรมีการติดตามงานและเอาใจใส่ลูกค้า

ด้านการซ่อมบำรุง

- ควรจัดระยะเวลาในการซ่อมบำรุงให้รวดเร็ว มีการแจ้งเวลาในการนัดหมายการซ่อมบำรุงที่ชัดเจน ตรงต่อเวลา

- ควรมีการอบรมช่างและพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่เสมอ
- ช่างควรแต่งกายที่สะอาด สุภาพเรียบร้อย มีมารยาท
- ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของงานหลังจากซ่อมบำรุงก่อนที่จะส่งมอบให้ลูกค้า

ด้านการฝึกอบรม

- ควรจัดหลักสูตรการฝึกอบรมให้มีความน่าสนใจ มีความก้าวหน้า ทันสมัยอยู่เสมอ
- เอกสารที่ใช้ในการฝึกอบรม ควรจะมีเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในแต่ละภาคของประเทศไทยที่มีเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต
2. ควรศึกษาระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด และปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น
3. ควรศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตเพิ่มเติมเพื่อรองรับความความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต



บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2543).การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์
โพลีเทคสตูดิโอ.(2545).การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ.กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.
ชูศรี วงศ์รัตน์.(2541).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 7.กรุงเทพฯ:เนรมิตรการพิมพ์.
บุญธรรม กิจปริดาภิสิทธิ์.(2543).สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย.กรุงเทพฯ:คณะสังคมศาสตร์และมนุษย
มหาวิทยาลัยมหิดล.
บุญชม ศรีสะอาด.(2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย.กรุงเทพฯ:สุวิทย์สาสน์ .
ปรวีร์ หัตถกรรม.(2541). วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต. ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(พัฒนสังคม). กรุงเทพฯ
บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร .
ฝ่ายการตลาดและผลิตภัณฑ์ลูกค้าบุคคล บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์
พวงรัตน์ ทวีรัตน์.(2538).วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ไพศาล เตียวงษ์สุวรรณ.(2537) การวิเคราะห์อุปสงค์บัตรเครดิตภายในประเทศที่ออกโดยธนาคาร พาณิชย์
ไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์).กรุงเทพฯ: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.ถ่ายเอกสาร.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริณู ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวาณิช.(2541).การบริหารการตลาดยุค
ใหม่.กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2540)การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด.กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์
ศิริชัย กาญจนวาสี,ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์,ดิเรก ศรีสุข.(2537).การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย.
กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนาพานิช
สุจิตรา ชานีวิกย์กรณ์.(2538) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองบัตรและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต.
วิทยานิพนธ์บธ.ม.(บริหารธุรกิจ).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร
สุวรรณ เนตรรักษ์สกุล.(2533) “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต : ศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย”
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.ถ่ายเอกสาร
เสรี วงษ์มณฑา.(2542).การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
Kotler, Philip.(2000).Marketing Management.The millenium edition.New Jersey : Prentice Hall.
Zikmund. WilliamG. (2000).Business research methods. 6th ed. Orlando : The Dryden press.
www.scb.co.th



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการให้บริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง	แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2	แบบสอบถามวัดความพึงพอใจต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตและการบริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย
ตอนที่ 3	ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลังการขายของผู้แทนจำหน่าย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถาม

1. ในธุรกิจมีจำนวนเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตอยู่
 - 1). 1 - 10 เครื่อง
 - 2). 11 - 30 เครื่อง
 - 3). มากกว่า 30 เครื่อง
2. ประเภทของธุรกิจ
 - 1). T&E Retail
 - 2). All Day Process
 - 3). Bill Payment
3. ในธุรกิจของท่านมีการใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM เพียงยี่ห้อเดียว
 - 1). ใช่
 - 2). ไม่ใช่
4. ระยะเวลาที่ใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM
 - 1). น้อยกว่า 1 ปี
 - 2). 1 - 3 ปี
 - 3). มากกว่า 3 ปี
5. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการอนุมัติบัตรเครดิต
 - 1). เวลาทำการปกติ
 - 2). นอกเวลาทำการ
 - 3). ตลอด 24 ชม.

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างหลังข้อความแต่ละข้อให้ตรงกับความรู้สึกพึงพอใจของท่านมากที่สุด

2.1 เมื่อท่านใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ท่านรู้สึกอย่างไรต่อเครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ในปัจจัยต่อไปนี้ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	เฉย ๆ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ด้านคุณลักษณะ (Feature)					
1.1 ความสวยงาม					
1.2 ความสะดวกในการใช้งาน					
1.3 ความทนทานของเครื่อง					
2. ด้านคุณสมบัติ (Function)					
2.1 ความรวดเร็วในการอนุมัติวงเงินใช้จ่าย					
2.2 ความชัดเจนของจอภาพ					
2.3 การพิมพ์ใบสลิปรับเงิน					

2.2 เมื่อท่านใช้เครื่องอนุมัติบัตรเครดิตยี่ห้อ HYPERCOM ท่านรู้สึกอย่างไรต่อการบริการของผู้แทนจำหน่ายเครื่องอนุมัติบัตรเครดิต ในปัจจัยต่อไปนี้ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	เฉย ๆ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
การบริการหลังการขาย					
1. ด้านการติดตั้ง					
1.1 ระยะเวลาในการติดตั้ง					
1.2 การนัดหมายและการแจ้งกำหนดการในการติดตั้ง					
1.3 ความตรงต่อเวลาในการติดตั้ง					
1.4 คุณภาพของงานหลังติดตั้ง					
1.5 ความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่					
1.6 การแต่งกาย บุคลิกลักษณะของเจ้าหน้าที่					
1.7 มารยาทของเจ้าหน้าที่					

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	เฉย ๆ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
2. การแจ้งปัญหา					
2.1 ความสะดวกในการแจ้งปัญหา					
2.2 มารยาทของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง					
2.3 การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเพื่อ แก้ไขเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง					
2.4 การติดตามงานของเจ้าหน้าที่รับแจ้ง					
3. การซ่อมบำรุง					
3.1 ระยะเวลาในการมาซ่อมบำรุงของช่าง					
3.2 การแจ้งนัดหมายเพื่อการซ่อมบำรุง					
3.3 ความตรงต่อเวลาของช่าง					
3.4 การแต่งกายของช่าง					
3.5 ความรู้ ความสามารถของช่าง					
3.6 มารยาทในการให้บริการของช่าง					
3.7 คุณภาพของงานหลังซ่อมบำรุง					
4. การฝึกอบรม					
4.1 ระยะเวลาในการฝึกอบรม					
4.2 หลักสูตรในการฝึกอบรม					
4.3 เอกสารในการฝึกอบรม					
4.4 ลักษณะ บุคลิก ของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม					
4.5 การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม					
4.6 มารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ฝึกอบรม					

“ ขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ ”



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

นายอำพล

สุวรรณธีรางกูร

วันเดือนปีเกิด

2 มิถุนายน พ.ศ.2506

สถานที่เกิด

ภูเก็ต

ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน

รองผู้จัดการใหญ่ฝ่ายการตลาด

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท ไฮเปอร์คอม (ประเทศไทย) จำกัด

ประวัติการศึกษา

วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสยาม

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ