

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
t	แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
P	แทน ความน่าจะเป็น (Sig)
*	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพ ผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์แจกแจงความถี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธุรกิจเวดคั้ง
ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	177	46.70
1.2 หญิง	202	53.30
รวม	379	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 24 ปี	20	5.28
2.2 24 ถึง 34 ปี	249	65.70
2.3 35 ถึง 44 ปี	91	24.01
2.4 45 ปีขึ้นไป	19	5.01
รวม	379	100.00
3. อาชีพ		
3.1 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	22.96
3.2 พนักงานบริษัทเอกชน	215	56.73
3.3 เจ้าของกิจการ	53	13.98
3.4 พ่อบ้านและแม่บ้าน	24	6.33
รวม	379	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
4.1 น้อยกว่า 15,000 บาท	11	2.90
4.2 15,000 ถึง 25,000 บาท	209	55.15
4.3 25,001 ถึง 35,000 บาท	123	32.45
4.4 มากกว่า 35,000 บาท	36	9.50
รวม	379	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธุรกิจเวดคั้ง ในจังหวัดขอนแก่น เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.70

อายุอยู่ในระหว่าง 24 ถึง 34 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 รองลงมา คืออายุ 35 ถึง 34 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.01 อายุต่ำกว่า 24 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.28 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.01

อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 56.73 รองลงมา คือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.96 เจ้าของกิจการ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.98 และพ่อบ้านและแม่บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.33

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 ถึง 25,000 บาท จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 55.15 รองลงมา คือ รายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.45 รายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 0 และรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 3 ถึง 7 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านบุคลากร	3.62	0.82	มาก
2. ด้านสถานที่	3.77	0.79	มาก
3. ด้านนโยบายการดำเนินงาน	3.51	0.85	มาก
4. ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	3.56	0.77	มาก
ภาพรวม	3.62	0.81	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาได้แก่ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.62$) ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.56$) และด้านนโยบายการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร จำแนกรายข้อ

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานมีอรรถยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.44	0.86	มาก
2. ธุรกิจมีบุคลากรที่มีความสามารถในการจัดตกแต่งร้านด้วยสไตล์ที่แตกต่างฉีกแนวเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า	3.64	0.82	มาก
3. พนักงานมีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเวดจ์	3.55	0.85	มาก
4. พนักงานมีทักษะ ความสามารถในการนำเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของชาติต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า	3.91	0.72	มาก
5. ธุรกิจมีพนักงานให้บริการให้คำปรึกษาด้านการถ่ายภาพ	3.54	0.83	มาก
ภาพรวม	3.62	0.82	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีทักษะ ความสามารถในการนำเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของชาติต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจมีบุคลากรที่มีความสามารถในการจัดตกแต่งร้านด้วยสไตล์ที่แตกต่างฉีกแนวเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

($\bar{X} = 3.64$) พนักงานมีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจ
 เวดดิ้ง ($\bar{X} = 3.55$) ธุรกิจมีพนักงานให้บริการให้คำปรึกษาด้านการถ่ายภาพ ($\bar{X} = 3.54$) และ
 พนักงานมีอ็ชยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
 การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ จำแนกรายข้อ

ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. สถานที่ตั้งของธุรกิจมีป้ายบอกที่ตั้งชัดเจนง่ายต่อ การค้นหา	4.08	0.79	มาก
2. ธุรกิจเวดดิ้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนง่ายต่อการติดต่อ	3.76	0.75	มาก
3. ภายในร้านมีการจัดแสดงผลงานการถ่ายภาพตาม มุมต่าง ๆ ในร้านมีความหลากหลาย	3.79	0.80	มาก
4. ธุรกิจเวดดิ้งมีห้องเฉพาะ สำหรับบริการลูกค้า เช่น ห้อง ลองชุดแต่งงาน ห้องแต่งตัว ห้องน้ำ	3.55	0.83	มาก
5. สถานที่ตกแต่งสวยงาม และมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า	3.66	0.78	มาก
ภาพรวม	3.77	0.79	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์
 ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) และ
 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
 ดังนี้ สถานที่ตั้งของธุรกิจมีป้ายบอกที่ตั้งชัดเจนง่ายต่อการค้นหา ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาได้แก่
 ภายในร้านมีการจัดแสดงผลงานการถ่ายภาพตามมุมต่าง ๆ ในร้านมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.79$)
 ธุรกิจเวดดิ้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนง่ายต่อการติดต่อ ($\bar{X} = 3.76$) สถานที่ตกแต่งสวยงาม และมีที่จอด
 รถสำหรับลูกค้า ($\bar{X} = 3.66$) และธุรกิจเวดดิ้งมีห้องเฉพาะ สำหรับบริการลูกค้า เช่น ห้องลองชุด
 แต่งงาน ห้องแต่งตัว ห้องน้ำ ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน
จำแนกรายข้อ

ด้านนโยบายการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีความหลากหลายด้านการให้บริการ	3.42	0.92	มาก
2. ธุรกิจมีความหลากหลายด้านการเลือกแพคเกจ	3.39	0.70	ปานกลาง
3. ธุรกิจมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพสินค้า	3.60	0.96	มาก
4. ธุรกิจมีบริการด้านชุดแต่งงานหลากหลาย	3.57	0.91	มาก
5. ลูกค้าสามารถเลือกง่ายในราคาที่ตนพอใจและสามารถเลือกแพ็คเกจที่ชอบได้ตามความต้องการ	3.56	0.74	มาก
ภาพรวม	3.51	0.85	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับ ปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจมีบริการด้านชุดแต่งงานหลากหลาย ($\bar{X} = 3.57$) ลูกค้าสามารถเลือกง่ายในราคาที่ตนพอใจและสามารถเลือกแพ็คเกจที่ชอบได้ตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.56$) ธุรกิจมีความหลากหลายด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.42$) และธุรกิจมีความหลากหลายด้านการเลือกแพคเกจ ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกรายข้อ

ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ธุรกิจสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกและมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก โทรสาร เป็นต้น	3.46	0.81	มาก
2. ธุรกิจมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	3.45	0.73	มาก
3. ธุรกิจมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยแผ่นพับและโบวัวร์ แจกลูกค้าที่เดินห้างสรรพสินค้า	3.53	0.69	มาก
4. ธุรกิจมีการบอกต่อของคนที่รู้จักหรือเคยใช้บริการ	3.69	0.77	มาก
5. ธุรกิจมีการบอกต่อผ่าน Social Network เช่น Face book Twitter	3.67	0.86	มาก
ภาพรวม	3.56	0.77	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการบอกต่อของคนที่รู้จักหรือเคยใช้บริการ ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจมีการบอกต่อผ่าน Social Network เช่น Face book Twitter ($\bar{X} = 3.67$) ธุรกิจมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยแผ่นพับและโบวัวร์ แจกลูกค้าที่เดินห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.53$) ธุรกิจสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกและมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก โทรสาร เป็นต้น ($\bar{X} = 3.46$) และธุรกิจมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 8 ถึง 12 ดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	3.75	0.83	มาก
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	3.85	0.96	มาก
3. ด้านประสานงานในการบริการ	3.84	0.91	มาก
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.71	0.91	มาก
ภาพรวม	3.79	0.90	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาได้แก่ ด้านประสานงานในการบริการ ($\bar{X} = 3.84$) ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ($\bar{X} = 3.75$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการจำแนกรายข้อ

ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.87	0.99	มาก
2. ธุรกิจมีบริการจัดส่งสินค้าที่เสร็จแล้วบริการถึงบ้าน	3.78	0.92	มาก
3. ธุรกิจมีการกำหนดแพ็คเกจให้ลูกค้าได้เลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น การแต่งหน้า การใช้ชุดของร้าน การใช้ฉากของร้าน เป็นต้น	3.84	0.97	มาก
4. ธุรกิจมีแหล่งให้เลือกใช้บริการได้มากหลากหลายโดยไม่เสียเวลา	3.76	0.94	มาก
5. ลูกค้าสามารถกำหนดวิธีการชำระเงินตามรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ได้	3.50	0.80	มาก
ภาพรวม	3.75	0.92	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจมีการกำหนดแพ็คเกจให้ลูกค้าได้เลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น การแต่งหน้า การใช้ชุดของร้าน การใช้ฉากของร้าน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.84$) ธุรกิจมีบริการจัดส่งสินค้าที่เสร็จแล้วบริการถึงบ้าน ($\bar{X} = 3.78$) ธุรกิจมีแหล่งให้เลือกใช้บริการได้มากหลากหลายโดยไม่เสียเวลา ($\bar{X} = 3.76$) และลูกค้าสามารถกำหนดวิธีการชำระเงินตามรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ได้ ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ
จำแนกรายข้อ

ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไวใจได้	3.73	0.93	มาก
2. การแต่งกายของพนักงานสุภาพ สะอาดและเรียบร้อย	3.83	0.99	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการสุภาพเป็นกันเอง	3.86	0.98	มาก
4. ความอดทน มุ่งมั่น ในการให้บริการของพนักงาน	3.75	0.90	มาก
5. พนักงานมีความพร้อม กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว กระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.09	.99	มาก
ภาพรวม	3.85	0.96	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.85$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีความพร้อม กระฉับกระเฉง คล่องแคล่วกระตือรือร้น และเอาใจใส่
ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาได้แก่ พนักงานที่ให้บริการสุภาพเป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.86$)
การแต่งกายของพนักงานสุภาพ สะอาดและเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.83$) ความอดทน มุ่งมั่น ในการ
ให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 3.75$) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและไวใจได้ ($\bar{X} = 3.73$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสานงานในการ
บริการ จำแนกรายข้อ

ด้านประสานงานในการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการนำคาราและนักร้องที่มีชื่อเสียงมาแนะนำ บริการของสตูดิโอผ่านสื่อโทรทัศน์	3.80	0.87	มาก
2. ธุรกิจมีการเชิญลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมารับรอง คุณภาพผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์	3.85	0.90	มาก
3. ธุรกิจมีการแนะนำให้ลูกค้าใช้ชุดแต่งงานของร้านเพื่อ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด เป็นการดึงดูดใจลูกค้า	3.77	0.92	มาก
4. พนักงานแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ อย่างละเอียด	3.89	0.96	มาก
5. พนักงานมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารการ ให้บริการตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.87	0.87	มาก
ภาพรวม	3.84	0.91	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
ของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสานงานในการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.84$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ อย่างละเอียด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาได้แก่
พนักงานมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารการให้บริการตรงกับความต้องการของลูกค้า
($\bar{X} = 3.87$) ธุรกิจมีการเชิญลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมารับรองคุณภาพผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น
วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.85$) ธุรกิจมีการนำคาราและนักร้องที่มีชื่อเสียงมาแนะนำ
บริการของสตูดิโอผ่านสื่อโทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.80$) และธุรกิจมีการแนะนำให้ลูกค้าใช้ชุดแต่งงานของ
ร้านเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด เป็นการดึงดูดใจลูกค้า ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
คุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่าง
ก้าวหน้าจำแนกรายข้อ

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการแนะนำบริการใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต	3.63	0.97	มาก
2. ธุรกิจมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้คู่แข่งงาน ได้เลือกในราคาที่ประหยัด เช่น การดำเนินการจัดงาน จัดเลี้ยงต่าง ๆ	3.75	0.89	มาก
3. ธุรกิจมีการใช้สื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย ในการถ่ายภาพยนตร์ระยะเวลาการทำงานให้รวดเร็วขึ้น	3.59	0.81	มาก
4. ธุรกิจมีการจัดบุธจำลองสตูดิโอถ่ายภาพใน ห้างสรรพสินค้า	3.83	0.92	มาก
5. ธุรกิจมีจัดประกวดการออกแบบชุดวิวาห์ ดึงดูดลูกค้าให้ เข้าชม	3.76	0.94	มาก
ภาพรวม	3.71	0.91	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
ของธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.71$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการจัดบุธจำลองสตูดิโอถ่ายภาพในห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.83$)
รองลงมาได้แก่ ธุรกิจมีจัดประกวดการออกแบบชุดวิวาห์ ดึงดูดลูกค้าให้เข้าชม ($\bar{X} = 3.76$) ธุรกิจมี
การจัดทำเอกสารต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้คู่แข่งงานได้เลือกในราคาที่ประหยัด เช่น การดำเนินการจัด
งาน จัดเลี้ยงต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.75$) ธุรกิจมีการแนะนำบริการใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.63$) และ
ธุรกิจมีการใช้สื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการถ่ายภาพยนตร์ระยะเวลาการทำงานให้
รวดเร็วขึ้น ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการ
ภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่นที่มีเพศ อายุ อาชีพและ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

4.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการ
ภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการ
ภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบาย
การดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม
มาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและราย
ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 13 ถึง 28

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง
ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีเพศ แตกต่างกัน

การจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง	เพศชาย		เพศหญิง		t	sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านบุคลากร	3.57	0.38	3.66	0.44	-1.531	.025*
2. ด้านสถานที่	3.88	0.40	3.73	0.45	1.318	.092
3. ด้านนโยบายการดำเนินงาน	3.47	0.42	3.54	0.43	-1.716	.887
4. ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	3.70	0.31	3.44	0.44	6.551	.001*
ภาพรวม	3.65	0.38	3.59	0.44	3.017	.309

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ
เกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ พบว่า ความ
คิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น โดย
ภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจำแนกตามเพศและราย
ด้าน ดังนี้ เพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดดิ้ง ด้านความสัมพันธ์กับ
กลุ่มเป้าหมาย แตกต่างมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงมีความคิดเห็นด้านบุคลากรแตกต่างมากกว่าเพศ
ชาย ด้านสถานที่ และ ด้านนโยบายการดำเนินงาน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคิง
ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีอายุแตกต่างกัน

การจัดการ ภาพลักษณ์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	sig
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	78.096	3	26.032	6.258	.000*
	ภายในกลุ่ม	1553.203	375	4.412		
	รวม	1631.299	378			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	93.292	3	31.098	7.198	.000*
	ภายในกลุ่ม	1620.091	375	4.320		
	รวม	1713.383	378			
3. ด้านนโยบายการ ดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	236.199	3	78.733	19.634	.000*
	ภายในกลุ่ม	1503.743	375	4.010		
	รวม	1739.942	378			
4. ด้านความสัมพันธ์ กับกลุ่มเป้าหมาย	ระหว่างกลุ่ม	126.555	3	42.185	10.922	.000*
	ภายในกลุ่ม	1448.384	375	3.862		
	รวม	1574.939	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	356.854	3	118.951	8.001	.000*
	ภายในกลุ่ม	5575.404	375	14.868		
	รวม	5932.258	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดคิงในจังหวัดขอนแก่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ธุรกิจเวดคิง ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินการ และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24 ถึง 34 ปี	35 ถึง 44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		3.45	3.67	3.48	3.73
1. น้อยกว่า 24 ปี	3.45	-	.144	.990	.320
2. 24 ถึง 34 ปี	3.67			.003*	.954
3. 35 ถึง 44 ปี	3.48				.135
4. มากกว่า 45 ปี	3.73				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ใช้บริการ กลุ่มอายุ 35 ถึง 44 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24 ถึง 34 ปี	35 ถึง 44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		3.47	3.80	3.76	3.46
1. น้อยกว่า 24 ปี	3.47	-	.010*	.047*	1.000
2. 24 ถึง 34 ปี	3.80			.901	.010*
3. 35 ถึง 44 ปี	3.76				.047*
4. มากกว่า 45 ปี	3.46				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มอายุ 24 ถึง 34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ มากกว่ากลุ่มอายุมากกว่าอายุ 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน จำแนก ตามอายุ เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24ถึง34 ปี	35ถึง44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		3.27	3.60	3.42	2.97
1. น้อยกว่า 24 ปี	3.27	-	.006*	.489	.139
2. 24 ถึง 34 ปี	3.60			.005*	.000*
3. 35 ถึง 44 ปี	3.42				.000*
4. มากกว่า 45 ปี	3.97				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มอายุ 24 ถึง 34 ปี และกลุ่มอายุ 35 ถึง 44 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มอายุ น้อยกว่า 24 ปี และกลุ่มอายุ น้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่นด้านนโยบายการดำเนินงาน มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่
แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24-34 ปี	35-44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		3.78	3.48	3.71	3.69
1. น้อยกว่า 24 ปี	3.78	-	.013*	.921	.928
2. 24 ถึง 34 ปี	3.48			.000*	.151
3. 35 ถึง 44 ปี	3.71				.999
4. มากกว่า 45 ปี	3.69				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มอายุ มากกว่า 45 ปี อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 24 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ดิง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่ากลุ่มอายุ 24 ถึง 34 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ดิง ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

การจัดการภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	84.860	3	28.287	6.859	.000*
	ภายในกลุ่ม	1546.439	375	4.124		
	รวม	1631.298	378			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	98.595	3	32.865	7.632	.000*
	ภายในกลุ่ม	1614.787	375	4.306		
	รวม	1713.383	378			
3. ด้านนโยบายการดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	131.340	3	43.780	10.206	.000*
	ภายในกลุ่ม	1608.602	375	4.290		
	รวม	1739.942	378			
4. ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย	ระหว่างกลุ่ม	116.319	3	38.773	9.968	.000*
	ภายในกลุ่ม	1458.620	375	3.890		
	รวม	1458.620	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	255.677	3	85.226	5.630	.001*
	ภายในกลุ่ม	5676.582	375	15.138		
	รวม	5932.259	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ดิงในจังหวัดขอนแก่นที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ธุรกิจเวดจ์ดิง ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินการ และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.47	3.68	3.66	3.46
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.47	-	.001*	.609	1.000
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.68			.989	.111
3. เจ้าของกิจการ	3.66				.290
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.46				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น พนักงานบริษัทเอกชน
มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร
มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มเจ้าของกิจการ ข้าราชการหมายเหตุ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ
พ่อบ้านและแม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.74	3.83	3.61	3.49
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.74	-	.465	.324	.078
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.83			.008*	.003*
3. เจ้าของกิจการ	3.61				.732
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.49				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มพนักงาน
บริษัทเอกชน กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ และกลุ่มพ่อบ้านและแม่บ้าน
มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่
มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ กลุ่มเจ้าของกิจการ และกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน แตกต่างกันอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคั้ง
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ต่าง
กัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.54	3.58	3.31	3.23
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.54	-	.912	.015*	.013*
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.58			.000*	.001*
3. เจ้าของกิจการ	3.31				.890
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.23				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดคั้งในจังหวัดขอนแก่น ผู้ที่มีอาชีพ
ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการ
ภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดคั้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน มากกว่าผู้บริการ
ธุรกิจเวดคั้ง กลุ่มเจ้าของกิจการ และกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่
แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.62	3.47	3.74	3.76
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.62	-	.033*	.394	.515
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.47			.000*	.010*
3. เจ้าของกิจการ	3.74				.998
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.76				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ผู้มีอาชีพพ่อบ้านและ
แม่บ้าน และ เจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัด
ขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่าผู้ให้บริการธุรกิจเวดจ์ ผู้มีอาชีพข้าราชการ
และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มผู้มีอาชีพเจ้าของกิจการ มี
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์
กับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่ากลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

การจัดการ ภาพลักษณ์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	68.690	3	22.897	5.495	.001*
	ภายในกลุ่ม	1562.608	375	4.167		
	รวม	1631.298	378			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	108.594	3	36.198	8.459	.000*
	ภายในกลุ่ม	1604.789	375	4.279		
	รวม	1513.383	378			
3. ด้านนโยบายการ ดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	193.776	3	64.592	15.666	.000*
	ภายในกลุ่ม	1546.166	375	4.123		
	รวม	1739.942	378			
4. ด้านความสัมพันธ์ กับกลุ่มเป้าหมาย	ระหว่างกลุ่ม	117.750	3	39.250	10.101	.000*
	ภายในกลุ่ม	1457.189	375	3.886		
	รวม	1574.939	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	362.952	3	120.984	8.146	.000*
	ภายในกลุ่ม	5569.306	375	14.851		
	รวม	5932.259	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินการ และด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวคดิ่ง
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ แตกต่าง
กัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15000 ถึง	25,001 ถึง	มากกว่า
		15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	35,000 บาท
		3.69	3.68	3.50	3.59
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	3.69	-	1.000	.535	.913
2. 15,000 ถึง 25,000 บาท	3.68			.001*	.628
3. 25,001 ถึง 35,000 บาท	3.50				.730
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.59				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวคดิ่งในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง
25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวคดิ่งในจังหวัด
ขอนแก่น ด้านบุคลากร แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มรายได้ 15,000 ถึง 25,000
บาท และกลุ่มรายได้ มากกว่า 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวคดิ่ง
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15000 ถึง	25,001 ถึง	มากกว่า
		15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	35,000 บาท
		3.58	3.82	3.74	3.47
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	3.58	-	.312	.689	.884
2. 15,000 ถึง 25,000 บาท	3.82			.363	.000*
3. 25,001 ถึง 35,000 บาท	3.74				.008*
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.47				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวคดิ่งในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้มากกว่า
35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวคดิ่งในจังหวัดขอนแก่น
ด้านสถานที่ แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท

และกลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านนโยบายการดำเนินงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15000 ถึง	25,001 ถึง	มากกว่า
		15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	35,000 บาท
		3.44	3.58	3.51	3.08
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	3.44	-	.711	.947	.097
2. 15,000ถึง25,000 บาท	3.58			.514	.000*
3. 25,001ถึง35,000 บาท	3.51				.000*
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.08				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านสถานที่ แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15,000ถึง	25,001ถึง	มากกว่า
		15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	35,000 บาท
		3.80	3.47	3.65	3.74
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	3.80	-	.058	.701	.977
2. 15,000ถึง25,000 บาท	3.47			.001*	.002*
3. 25,001ถึง35,000 บาท	3.65				.717
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.74				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท และรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์ของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและรายด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 29 ถึง 41

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีเพศ แตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการธุรกิจเวดจ์	เพศชาย		เพศหญิง		t	sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	3.86	0.53	3.65	0.50	4.663	.882
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	3.84	0.57	3.86	0.53	-.035	.051
3. ด้านประสานงานในการบริการ	3.76	0.69	3.94	0.43	-2.734	.000*
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.61	0.53	3.80	0.51	-2.515	.030*
ภาพรวม	3.77	0.58	3.81	0.49	-.222	.011*

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ พบว่า ความ

คิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจำแนกตามเพศและรายด้าน ดังนี้ เพศชายมีระดับความคิดเห็นมากกว่าเพศหญิง 1 ด้าน คือ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ และเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นมากกว่าเพศชาย 3 ด้าน คือ ด้านประสานงานในการบริการ รองลงไปได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีอายุแตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
1. ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.768	3	1.589	.222	.881
	ภายในกลุ่ม	2683.660	375	7.156		
	รวม	2688.427	378			
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	141.347	3	47.116	6.273	.000*
	ภายในกลุ่ม	2816.658	375	7.511		
	รวม	2958.005	378			
3. ด้านประสานงานในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	40.288	3	13.429	2.114	.098
	ภายในกลุ่ม	2382.509	375	6.353		
	รวม	2422.797	378			
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	55.729	3	18.576	2.651	.049*
	ภายในกลุ่ม	2627.532	375	7.007		
	รวม	2683.261	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	247.316	3	82.439	1.790	.149
	ภายในกลุ่ม	17273.71	375	46.063		
	รวม	17521.03	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการ

บริการ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ และด้านประสานงานในการบริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24ถึง34 ปี	35ถึง44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		4.27	3.84	3.75	4.16
1. น้อยกว่า 24 ปี	4.27	-	.009*	.006*	.939
2. 24 ถึง 34 ปี	3.84			.924	.108
3. 35 ถึง 44 ปี	3.75				.070
4. มากกว่า 45 ปี	4.16				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 24-34 ปี และอายุอยู่ระหว่าง 35 ถึง 44 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ แตกต่างกันกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 24 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ดิ่ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	น้อยกว่า 24 ปี	24ถึง34ปี	35ถึง44 ปี	มากกว่า 45 ปี
		3.66	3.71	3.78	3.47
1. น้อยกว่า 24 ปี	3.66	-	.010*	.008*	.939
2. 24 ถึง 34 ปี	3.71			.965	.111
3. 35 ถึง 44 ปี	3.78				.086
4. มากกว่า 45 ปี	3.47				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 พบว่า พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 35 ถึง 44 ปี และอายุอยู่ระหว่าง 24 ถึง 34 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
1. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	46.865	3	15.622	2.334	.074
	ภายในกลุ่ม	2510.322	375	6.694		
	รวม	2557.187	378			
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	395.875	3	131.958	20.045	.000*
	ภายในกลุ่ม	2468.674	375	6.583		
	รวม	2864.549	378			
3. ด้านประสานงานในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	393.200	3	131.067	17.970	.000*
	ภายในกลุ่ม	2735.153	375	7.294		
	รวม	3128.354	378			
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	123.760	3	41.253	6.180	.000*
	ภายในกลุ่ม	2503.406	375	6.676		
	รวม	2627.166	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1676.917	3	558.972	13.543	.000*
	ภายในกลุ่ม	15475.95	375	41.269		
	รวม	17152.87	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่นที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.59	3.83	4.22	4.18
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.59	-	.004*	.000*	.000*
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.83			.000*	.018*
3. เจ้าของกิจการ	4.22				.992
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	4.18				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ กลุ่มพ่อบ้านและแม่บ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ แตกต่างมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพพ่อบ้านและแม่บ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสานงานในการบริการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่
แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.48	3.96	3.97	3.98
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.48	-	.000*	.000*	.002*
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.96			1.000	1.000
3. เจ้าของกิจการ	3.97				1.000
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.98				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/
แม่บ้าน เจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัด
ขอนแก่น ด้านประสานงานในการบริการ แตกต่างมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ
กลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพ
เจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น
ด้านประสานงานในการบริการ มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่
แตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน และ แม่บ้าน
		3.55	3.76	3.87	3.54
1. ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.55	-	.013*	.005*	1.000
2. พนักงานบริษัทเอกชน	3.76			.617	.272
3. เจ้าของกิจการ	3.87				.088
4. พ่อบ้านและแม่บ้าน	3.54				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น แต่ละด้านและโดยรวม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
1. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	61.670	3	20.557	3.089	.022*
	ภายในกลุ่ม	2495.317	375	6.655		
	รวม	2557.187	378			
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	226.117	3	75.372	10.713	.000*
	ภายในกลุ่ม	2638.432	375	7.036		
	รวม	2864.549	378			
3. ด้านประสานงานในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	301.465	3	100.488	13.330	.000*
	ภายในกลุ่ม	2826.889	375	7.538		
	รวม	3128.354	378			
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	131.386	3	43.795	6.580	.004*
	ภายในกลุ่ม	2495.780	375	6.655		
	รวม	2627.166	378			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	869.096	3	289.699	5.715	.000*
	ภายในกลุ่ม	16283.77	375	43.423		
		17152.87	378			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธุรกิจเวดจ์ ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ ด้านประสานงานในการบริการ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000 ถึง 25,000 บาท	25,001 ถึง 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท
		3.51	3.70	3.85	3.81
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	3.51	-	.993	.888	.972
2. 15,000 ถึง 25,000 บาท	3.70			.029*	.562
3. 25,001 ถึง 35,000 บาท	3.85				.978
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.81				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง
25,001 ถึง 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัด
ขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000
บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000 ถึง 25,000 บาท	25,001 ถึง 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท
		4.31	3.83	3.74	4.23
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	4.31	-	.035*	.013*	.963
2. 15,000 ถึง 25,000 บาท	3.83			.751	.001*
3. 25,001 ถึง 35,000 บาท	3.74				.000*
4. มากกว่า 35,000 บาท	4.23				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มรายได้ 25,000 ถึง 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 40 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสาณงานในการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15,000 ถึง	25,001 ถึง	มากกว่า
		15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	35,000 บาท
	\bar{X}	4.07	3.96	3.60	4.06
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	4.07	-	.798	.038*	.985
2. 15,000ถึง25,000 บาท	3.96			.000*	.807
3. 25,001ถึง35,000 บาท	3.60				.001*
4. มากกว่า 35,000 บาท	4.06				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสาณงานในการบริการ แตกต่างมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านประสาณงานในการบริการ แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท และกลุ่มรายได้ 25,000 ถึง 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์
ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่ ต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000 ถึง 25,000 บาท	25,001 ถึง 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท
		4.25	3.76	3.64	3.56
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	4.25	-	.026*	.010*	.007*
2. 15,000ถึง25,000 บาท	3.76			.763	.569
3. 25,001ถึง35,000 บาท	3.64				.919
4. มากกว่า 35,000 บาท	3.56				-

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มที่มีรายได้ 15,000 ถึง 25,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกลุ่มที่มีรายได้ 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดจ์ในจังหวัดขอนแก่น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามและแจกแจงความถี่ ดังนี้

ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพ
การให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น

การจัดการ ภาพลักษณ์ของ ธุรกิจเวดดิ้ง	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ด้านบุคลากร	1. ควรจัดให้มีพนักงานให้บริการให้คำปรึกษาด้านการ ถ่ายภาพ การจัดงานแต่งงาน	15
	2. พนักงานควรมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเต็มใจให้บริการ	12
	รวม	27
2. ด้านสถานที่	1. ควรมีห้องเฉพาะ สำหรับบริการลูกค้า เช่น ห้องลองชุด แต่งงาน ห้องแต่งตัว ห้องน้ำ	14
	2. สถานที่ควรมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า	7
	รวม	21
3. ด้านนโยบาย การดำเนินการ	1. ธุรกิจควรมีความหลากหลายด้านการเลือกแพ็คเกจ	17
	2. ธุรกิจควรมีความหลากหลายด้านการให้บริการ	22
	3. ควรให้ลูกค้าสามารถเลือกแพ็คเกจที่ชอบได้ตามความ ต้องการ	14
	รวม	53
4. ด้าน ความสัมพันธ์กับ กลุ่มเป้าหมาย	1. ควรมีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มี	18
	2. ธุรกิจควรมีหลายช่องทางให้ติดต่อสื่อสารได้สะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เฟซบุ๊ก โทรสาร เป็นต้น	27
	3. ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยแผ่นพับและ โบวัวร์ แจกลูกค้าที่เดินห้างสรรพสินค้า	36
รวม	81	

คุณภาพการให้บริการ	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	1. ควรให้ลูกค้าสามารถกำหนดวิธีการจ่ายเงินตามรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ได้สะดวก	26
	2. ควรมีบริการจัดส่งสินค้าที่เสร็จแล้วบริการถึงบ้าน	19
	3. ควรมีแหล่งให้เลือกใช้บริการได้มากหลากหลายโดยไม่เสียเวลา	15
	รวม	60
2. ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ	1. พนักงานควรมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้	18
	3. พนักงานควรมีความพร้อมกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นเอาใจใส่ในการให้บริการ	6
	รวม	24
3. ด้านประสานงานในการบริการ	1. ควรแนะนำให้ลูกค้าใช้ชุดแต่งงานของร้านเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าชุด เป็นการดึงดูดใจลูกค้า	17
	2. ควรนำนักร้องที่มีชื่อเสียงมาแนะนำบริการของสตูดิโอผ่านสื่อโทรทัศน์	11
	3. ควรเชิญลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมารับรองคุณภาพผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์	4
	รวม	32
4. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	1. ควรมีการแนะนำบริการใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต	14
	2. ควรมีการนำใช้สื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการถ่ายภาพช่วงเวลาการทำงานให้รวดเร็วขึ้น	13
	3. ควรมีการจัดทำเอกสารต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้คู่แต่งงานได้เลือกในราคาที่ประหยัด เช่น การดำเนินการจัดงาน จัดเลี้ยงต่าง ๆ	8
	รวม	35

จากตารางที่ 42 พบว่า ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้ง ในจังหวัดขอนแก่น การจัดการภาพลักษณ์ธุรกิจเวดดิ้งที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (ความถี่ 81) รองลงมา ได้แก่ ด้านนโยบายการดำเนินการ (ความถี่ 53) ด้านบุคลากร (ความถี่ 27) ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ (ความถี่ 21) และข้อเสนอแนะผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเวดดิ้งในจังหวัดขอนแก่น ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ (ความถี่ 60) รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (ความถี่ 35) ด้านประสานงานในการบริการ (ความถี่ 32) และส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพผู้ให้บริการ (ความถี่ 24)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY