

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎี	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการคาร์แคร์	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่	27
ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคาร์แคร์	40
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	93
สรุปผลการศึกษา	93
อภิปรายผล	113
ข้อค้นพบ	114
ข้อเสนอแนะ	131
บรรณานุกรม	135
ภาคผนวก	137
แบบสอบถาม	138
ประวัติผู้เขียน	149

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์	1
2 แสดงอัตราการขยายตัวรถยนต์จังหวัดเชียงใหม่	3
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่เป็นเจ้าของ	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการคาร์แคร์ที่ใช้	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ใช้บริการคาร์แคร์	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการมากที่สุด	22
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้คาร์แคร์มากที่สุด	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อเดือน	23
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระค่าบริการ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านค้า แคร์ที่ใช้บริการ	24
18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือก ใช้บริการแคร์ที่ใช้บริการ	25
19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริม การขายที่ชอบ	26
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	27
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	29
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	32
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	34
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	36
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	37
27 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์/บริการ	40
29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	41
30 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน สถานที่และการจัดจำหน่าย	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	43
32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ	44
33 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	45
34 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ	46
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามเพศ	47
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	49
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	50
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	52
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ	54
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	56
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	57
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	59
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามอาชีพ	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	62
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	64
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	66
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม อาชีพ	68
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	71
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	73
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	75
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	77
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	81
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	91
59 สรุประดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ จากมากไปหาน้อย	117
60 สรุปปัญหาในการใช้บริการ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย	120
61 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามเพศ	123
62 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ	124
63 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129