

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 สภาพการแข่งขันของตลาดอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่	6
2.3 ประวัติห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่	7
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษา	12
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.4 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	15
3.5 การพัฒนาและการทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	15
3.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
3.7 ระยะเวลาในการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความ ความยอดเยี่ยม และการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริงของลูกค้าต่อส่วน ประสมการตลาดบริการห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความ ความยอดเยี่ยม และการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริงของลูกค้าต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ จำแนกตามจังหวัด	55
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	97
5.1 สรุปผลการศึกษา	97
5.2 อภิปรายผล	107
5.3 ข้อค้นพบ	111
5.4 ข้อเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	119
แบบสอบถาม	120
ประวัติผู้เขียน	130

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนการกำหนด โควตา (Quota Sampling) การเก็บแบบสอบถามในแต่ละจังหวัด	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามยอดซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามประเภทสินค้า	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอะไหล่ของยี่ห้อรถยนต์	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามจำนวนร้านที่ไปใช้บริการ	20
8 แสดงจำนวนของลูกค้า จำแนกตามสาเหตุที่มาใช้บริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอายุ	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามตำแหน่ง	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามจังหวัด	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามจำนวนรถยนต์ที่มาใช้บริการในช่องอมรด	23
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านสินค้าและการบริการของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	24
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านสินค้าและการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่	26
17 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านสินค้าและการบริการ	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านราคาของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	30
20 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านราคา	31
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	33
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	34
23 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	35
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	36
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	38
26 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	40
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านบุคลากร ของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	42
28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านบุคลากร ของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่	43
29 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านบุคลากร	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	45
31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่	46
32 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	47
33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม	49
34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้จริงต่อบริการที่ได้รับจริง ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่	51
35 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ของลูกค้าต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	53
36 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในจังหวัดเชียงใหม่	55
37 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านราคา ในจังหวัดเชียงใหม่	57
38 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่	59
39 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนายนต์ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในจังหวัดเชียงใหม่	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในจังหวัดลำพูน	87
57 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	89
58 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านราคา ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	91
59 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	92
60 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	93
61 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	94
62 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	95
63 แสดงผลระดับความคาดหวังที่มีต่อร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่มีความยอดเยี่ยม และระดับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ ที่ลูกค้ามีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	96
64 แสดงผลความคาดหวังสูงสุดของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด พัฒนาการ เชียงใหม่ เรียงตามลำดับ	113