สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญ		ซ
สารบัญตาราง		ญ
บทที่ 1	**บทนำ**	
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์	3
	1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม**	
	2.1 แนวคิด และทฤษฎี	5
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	5
	ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ	5
	2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์	12
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีการศึกษา**	
	3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
	3.2 วิธีการศึกษา	17
	3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	19
	3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	19
บทที่ 4	**ผลการศึกษา**	
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	20
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ	29
	ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ	44

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4	**ผลการศึกษา (ต่อ)**	
	ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว วันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ และประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	52
บทที่ 5	**สรุปผลผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ**	
	5.1 สรุปผลการศึกษา	133
	5.2 อภิปรายผล	155
	5.3 ข้อค้นพบ	158
	5.4 ข้อเสนอแนะ	174
บรรณานุกรม		184
ภาคผนวก		186
ประวัติผู้เขียน		200

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	21
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	21
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	22
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	22
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	23
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล	23
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่มีอยู่ในครอบครัว	24
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่รู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์	24
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์	25
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์	25
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละครั้ง	26
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อยางรถยนต์ที่ใช้	26
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	27
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการ	27
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่	28
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	29
4.19	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	32
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	33
4.21	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	35
4.22	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	37
4.23	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	39
4.24	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	41
4.25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่	43

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	44
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	45
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	46
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	47
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	48
4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	49
4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	50
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	52
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	55
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	56
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	58
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	62
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	64
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	66
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	69
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	71
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	73
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	76
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	78
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	80
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	82
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	85
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	87

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	90
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	92
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	94
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	96
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	99
4.55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	102
4.56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	104
4.57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	106
4.58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	108
4.59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	110
4.60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	112

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.61	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	114
4.62	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	118
4.63	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	120
4.64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	123
4.65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	126
4.66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	128
4.67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทยางรถยนต์ที่ใช้	130
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่	160
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่	161
5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหามาก ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ยางยนต์ข่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่	162

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.4	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	163
5.5	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	165
5.6	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	168
5.7	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามวันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ	171

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved