

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	9
ขอบเขตเนื้อหา	9
ขอบเขตประชากร	9
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	18
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของรถยนต์	24
3.1 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	24
3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
3.3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตาม ประเภทของรถยนต์	43
3.4 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตาม ลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	50
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	58
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ และลักษณะ / รูปแบบที่เลือกซื้อและติดตั้ง	66
5.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	66
5.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
5.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	89
5.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่ เลือกซื้อและติดตั้ง	98

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้วยสถิติเปรียบเทียบที่ (t-test) จำแนกประเภทของรถยนต์	110
ส่วนที่ 7 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	118
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	119
สรุปผลการศึกษา	119
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	119
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	119
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของรถยนต์	120
3.1 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	120
3.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	120
3.3 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	121
3.4 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	121
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	123
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ และลักษณะ / รูปแบบที่เลือกซื้อและติดตั้ง	126
5.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	126
5.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	128

อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	131
5.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่ เลือกซื้อและติดตั้ง	132
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมย รถยนต์ ด้วยสถิติเปรียบเทียบที่ (t-test) จำแนกประเภทของรถยนต์	135
อภิปรายผลการศึกษา	136
ข้อค้นพบ	139
ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา	140
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	146
ภาคผนวก ข การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตรา ยี่ห้อต่างๆ ในไบป्लीว และเว็บไซต์	153
ประวัติผู้เขียน	160

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถที่เป็น เจ้าของ	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือรถที่เป็น เจ้าของ	16
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใช้งาน ของรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของจนถึงปัจจุบัน	17
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	18
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของอุปกรณ์ กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้ อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตามลักษณะ / รูปแบบ ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	21
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อและ ติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์	21
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งการศึกษา หาข้อมูลของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง	22
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมใน การตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์มากที่สุด	23

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะ / รูปแบบของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามเพศ	24
17	แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามเพศ	25
18	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตามลักษณะ / รูปแบบ ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามเพศ	26
19	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	27
20	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามเพศ	28
21	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งการศึกษาหาข้อมูลของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง จำแนกตามเพศ	29
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์มากที่สุด จำแนกตามเพศ	30
23	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะ / รูปแบบของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
24	แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	33
25	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตามลักษณะ / รูปแบบ ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
26	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
27	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
28	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งการศึกษาหาข้อมูลของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์มากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
30	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะ / รูปแบบของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามประเภทของรถยนต์	43
31	แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามประเภทของรถยนต์	44
32	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตามลักษณะ / รูปแบบ ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามประเภทของรถยนต์	45
33	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	46
34	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	47
35	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งการศึกษาหาข้อมูลของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง จำแนกตามประเภทของรถยนต์	48
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์มากที่สุด จำแนกตามประเภทของรถยนต์	49
37	แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	50
38	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ตามลักษณะ / รูปแบบ ที่เลือกซื้อและติดตั้ง จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	51
39	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	53
40	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	54

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งการศึกษาหาข้อมูลของอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	55
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์มากที่สุด จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	56
43	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	58
44	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	60
45	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	61
46	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	62
47	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล	63
48	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ	64
49	แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	65
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	66
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	68
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	69



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	70
54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	71
55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	72
56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	73
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	74
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	89
65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของรถยนต์	91

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
66	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของรถยนต์	92
67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของรถยนต์	93
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามประเภทของรถยนต์	94
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	95
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	96
71	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	98
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	100
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	102
74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	104
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	105
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	107
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและติดตั้ง	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
78	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จำแนกประเภทของรถยนต์	110
79	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านราคา จำแนกประเภทของรถยนต์	112
80	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกประเภทของรถยนต์	113
81	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกประเภทของรถยนต์	114
82	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านบุคคล จำแนกประเภทของรถยนต์	115
83	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านกระบวนการ จำแนกประเภทของรถยนต์	116
84	แสดงการทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกประเภทของรถยนต์	117
85	แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 10 ปัจจัย	123
86	แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด 10 ปัจจัย	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	126
88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	128
89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของรถยนต์	131
90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามลักษณะ / รูปแบบอุปกรณ์ที่เลือกซื้อและ ติดตั้ง	133