

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
3.1 ขอบเขตการศึกษา	10
3.2 วิธีการศึกษา	11
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
3.4 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	13
3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	33
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	46
4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและ ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	62
4.6 ส่วนที่ 6 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและ ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด โดยจำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะ เลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	69
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	73
5.1 สรุปผลการศึกษา	73
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	79
5.3 ข้อค้นพบในการศึกษา	88
5.4 ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	94
แบบสอบถาม	95
ประวัติผู้เขียน	102

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานะภาพสมรส	16
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาตรวจเช็ค	18
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรุ่นของรถยนต์โตโยต้า ที่นำมาใช้บริการ	18
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนปีที่ใช้รถคันนี้	19
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะรถยนต์	19
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นำรถมาซ่อมที่ศูนย์บริการ	20
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่น่ารถมาซ่อมที่ศูนย์บริการ	21
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการโทรนัดหมายก่อนนำรถไปซ่อม	21
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการในการนำรถมาซ่อม	22
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ บริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ บริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด ในครั้งนี้	24
ตารางที่ 4.16	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	25
ตารางที่ 4.17	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	27
ตารางที่ 4.18	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	28
ตารางที่ 4.19	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	29
ตารางที่ 4.20	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	30
ตารางที่ 4.21	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	31
ตารางที่ 4.22	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	32
ตารางที่ 4.23	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	33
ตารางที่ 4.24	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	35
ตารางที่ 4.25	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	36
ตารางที่ 4.26	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้ำที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	37
ตารางที่ 4.27	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.28	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	39
ตารางที่ 4.29	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	40
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการรูปแบบการส่งเสริมการขาย	41
ตารางที่ 4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมรถยนต์	42
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการให้มีบริการเสริม เช่น พนักงานออกไปให้บริการรับรถ – ส่งรถถึงสถานที่ทำงาน / บ้าน โดยมีค่าบริการเพิ่ม	43
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการให้บริการสมาชิกตลอด 24 ชั่วโมง แบบคิดค่าบริการในราคาพิเศษ ท่านมีความต้องการใช้บริการหรือไม่	43
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามในอนาคตหากท่านมีทางเลือกในการเลือกในการบริการซ่อมศูนย์บริการอื่น ท่านคิดจะยังคงใช้บริการศูนย์บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัดหรือไม่	44
ตารางที่ 4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำให้เพื่อน หรือญาติ ของท่านนำรถยนต์เข้ารับบริการที่ศูนย์บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	44
ตารางที่ 4.36	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.37	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	48
ตารางที่ 4.38	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	49
ตารางที่ 4.39	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	50
ตารางที่ 4.40	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	51
ตารางที่ 4.41	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	52
ตารางที่ 4.42	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	53
ตารางที่ 4.43	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	54
ตารางที่ 4.44	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท ไทโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.45	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	57
ตารางที่ 4.46	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	58
ตารางที่ 4.47	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	59
ตารางที่ 4.48	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	60
ตารางที่ 4.49	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด จำแนกตามการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด หรือไม่	61
ตารางที่ 4.50	ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจ IPA	62
ตารางที่ 4.51	การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	63
ตารางที่ 4.52	การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัดจำแนกตามการตัดสินใจในอนาคต จะเลือกใช้บริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	69



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และบริการ	7
รูปที่ 4.1 แสดงตำแหน่งจุดระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	64
รูปที่ 4.2 แสดงตำแหน่งจุดระดับความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ล้านนา จำกัด	68
รูปที่ 5.1 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	81
รูปที่ 5.2 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา	82
รูปที่ 5.3 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	83
รูปที่ 5.4 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	84
รูปที่ 5.5 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	85
รูปที่ 5.6 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	86
รูปที่ 5.7 กราฟแสดงเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	87