

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	4
โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	11
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
การรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14

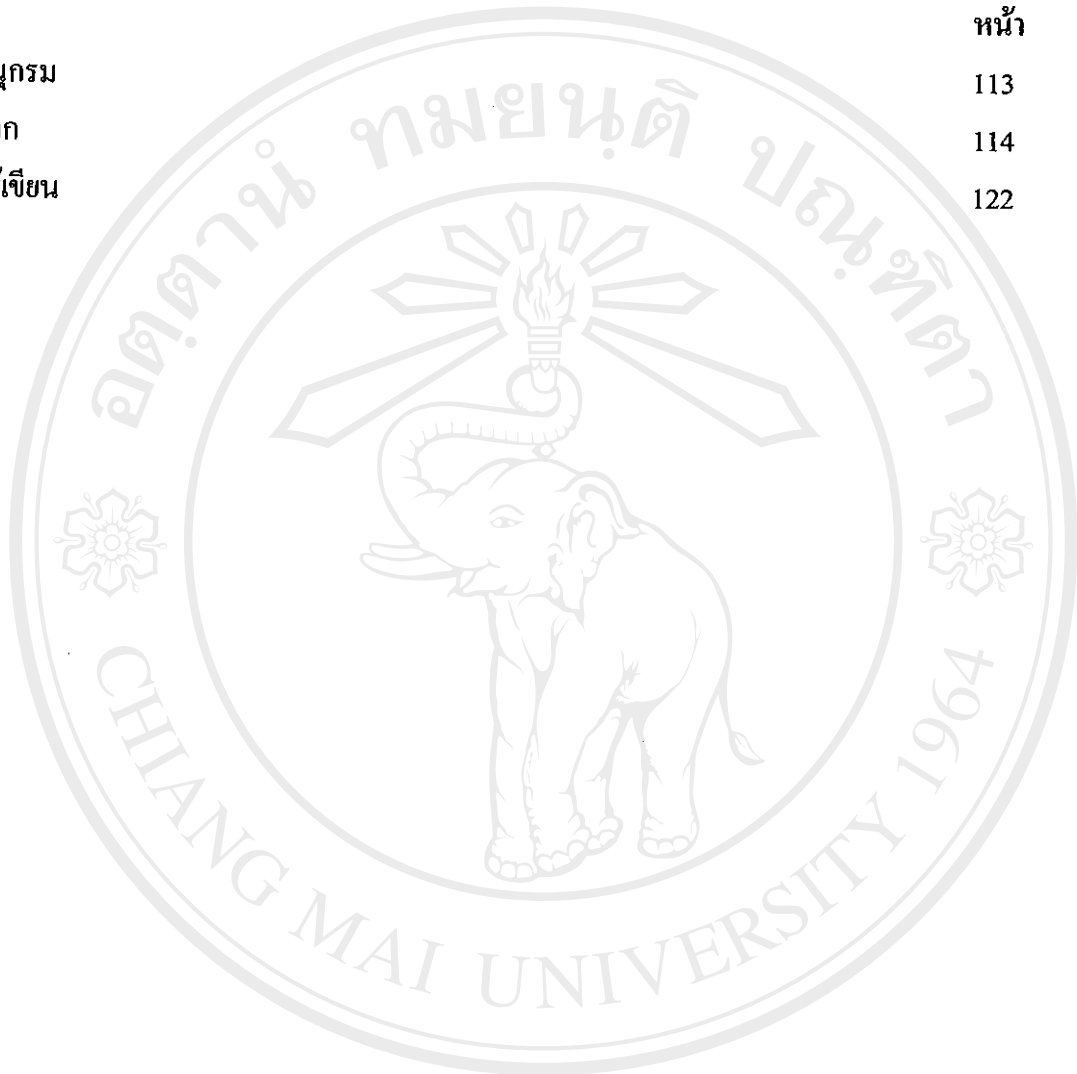
สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการล้าง-อัดฉีด	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ เจ้าของรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด	24
ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้ บริการล้าง-อัดฉีด	38
ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้ บริการล้าง-อัดฉีด	46
ส่วนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้ บริการล้าง-อัดฉีด	62
ส่วนที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้ บริการล้าง-อัดฉีด	78
ส่วนที่ 8 ปัญหาที่พบในการใช้บริการล้าง-อัดฉีด	94
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการศึกษา	98
อภิปรายผล	105
ข้อค้นพบ	107
ข้อเสนอแนะ	109

ญ

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม	หน้า
ภาคผนวก	113
ประวัติผู้เขียน	114
	122



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงรายชื่อร้านค้าให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์และกลุ่มตัวอย่าง	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามเพศ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามอายุ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามสถานภาพ	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามระดับการศึกษา	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามประเภทของธุรกิจล้าง-อัดฉีด	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตาม วันที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามเวลาต่อครั้งที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด	22

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามจำนวนครั้งการใช้บริการ เฉลี่ยใน 1 เดือน	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการล้าง-อัดฉีดต่อครั้ง	23
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	24
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	26
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	28
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	30
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล	32
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ	34
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีดจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการ	36
23	ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	37
24	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	38
25	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	39

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26	40
27	41
28	42
29	43
30	44
31	45
32	46
33	48
34	50
35	52
36	54
37	56

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
38	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการ	58
39	แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา และส่วน ประสมทางการตลาดบริการ	60
40	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านการผลิตภัณฑ์	62
41	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านราคา	64
42	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	66
43	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	68
44	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านบุคคล	70
45	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านกายภาพ	72
46	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วนประสม ทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการ	74
47	แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และส่วน ประสมทางการตลาดบริการ	76
48	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการ ตลาดบริการด้านการผลิตภัณฑ์	78
49	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการ ตลาดบริการด้านราคา	80

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
50	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	82
51	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	84
52	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล	86
53	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ	88
54	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการ	90
55	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ	92
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการล้าง-อัดฉีด จำแนกตามปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการล้าง-อัดฉีด	94

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคร้อยอย่างง่าย หรือ S-R Theory	5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved