

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถ	41
ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	63
ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงในการใช้บริการคาร์แคร์	86
บทที่ 5	87
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	87
สรุปผลการศึกษา	87
อภิปรายผล	94
ข้อค้นพบ	98
ข้อเสนอแนะ	100
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	106
แบบสอบถาม	107
ประวัติผู้เขียน	115

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงลักษณะคำถามพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
3	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
5	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	17
6	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
8	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรถยนต์ที่ใช้	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการใช้งาน ของรถยนต์	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ใน คาร์แคร์	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกใช้ บริการคาร์แคร์	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการ คาร์แคร์ต่อเดือน	21
13	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการ คาร์แคร์มากที่สุด	22
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ บริการคาร์แคร์มากที่สุด	22
15	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายใน การใช้บริการคาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	23
16	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการ ชำระค่าบริการ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านค้า แคร์ที่ใช้บริการ	24
18	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ บริการแคร์แคร์ที่ใช้บริการ	25
19	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริม การขายที่ชอบ	26
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	27
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	29
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	30
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	31
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	33
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	35
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	36
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ	37
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	38
29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม บริการที่ใช้ในคาร์แคร์ จำแนกตามประเภทรถ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่เลือกใช้บริการ คาร์แคร์ จำแนกตามประเภทรถ	42
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้บริการคาร์แคร์ต่อ เดือน จำแนกตามประเภทรถ	43
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม วันที่ใช้บริการคาร์แคร์มาก ที่สุด จำแนกตามประเภทรถ	44
33	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุด จำแนกตามประเภทรถ	45
34	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ คาร์แคร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามประเภทรถ	46
35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเงื่อนไขในการชำระเงิน ค่าบริการ จำแนกตามประเภทรถ	47
36	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม การรู้จักร้านคาร์แคร์ที่ใช้ บริการ จำแนกตามประเภทรถ	48
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์ แคร์ที่ใช้บริการ จำแนกตามประเภทรถ	49
38	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการส่งเสริมการขายที่ ชอบ จำแนกตามประเภทรถ	50
39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทรถ	51
40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคาจำแนกตามประเภทรถ	53
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน สถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทรถ	54
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทรถ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทรถ	58
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถ	60
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทรถ	61
46	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ในคาร์แคร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	63
47	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
48	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการคาร์แคร์ต่อเดือน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
49	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการคาร์แคร์มากที่สุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	66
50	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการคาร์แคร์ มากที่สุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	67
51	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาร์แคร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	68
52	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขในการชำระค่าบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	69
53	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบ้านคาร์แคร์ที่ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	70
54	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการคาร์แคร์ที่ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
55	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	73
57	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
58	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
59	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	79
60	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	81
61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	83
62	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	85
63	แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถ	90
64	แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ จำแนกตามประเภทรถ	91
65	แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	92
66	แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	93