

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักส่วนประสมของตลาดบริการ	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	30
ความรู้พื้นฐานและแนวคิดเกี่ยวกับการดูแลรักษารถยนต์	36
ข้อมูลเกี่ยวกับร้านโชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49

สารบัญ ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
การรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี	45
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	92
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	123
วิธีดำเนินการวิจัย	123
สรุปผลการวิจัย	125
อภิปรายผล	133
ข้อเสนอแนะ	137
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป	138
บรรณานุกรม	139
ภาคผนวก	141
แบบสอบถาม	143
ประวัติผู้วิจัย	147

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	57
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ	63
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	71
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	78
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
4.7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	92
4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ	97
4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	103
4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	110
4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	คุณลักษณะ 4 ประการของบริการ	11
2.2	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจและของลูกค้า	25
2.3	ปัจจัยที่นำมาสู่ความคาดหวังของผู้บริโภค	26
2.4	ตารางแสดงรายละเอียดอัตราค่าบริการ	42