

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	20
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ	24
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของ ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า	53
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของ ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	77
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการวิจัย	96
อภิปรายผล	101
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	107
แบบสอบถาม	109
ประวัติผู้วิจัย	113

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงสถิติจำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่ทั่วประเทศ	37
2.2	อัตราการเติบโตของการจำหน่ายยานยนต์ในประเทศไทยเปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP)	38
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	51
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามเพศ	53
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามอายุ	57
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	67
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
4.7	การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามเพศ	77
4.8	การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า ของลูกค้า จำแนกตามอายุ	80
4.9	การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	84
4.10	การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	88
4.11	การเปรียบเทียบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	สิ่งเร้าและการตอบสนองของผู้บริโภค	18
2.2	4P's ของส่วนประสมการตลาด	31
2.3	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	32

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี