



245484

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของร้านค้าคาร์แคร์เอฟาส์ 22

มัณฑวิชญ์ ชนมพร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กุมภาพันธ์ 2554

600249699

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของร้านค้าแร่เอฟาส์ 22



มัณฑวิษณุ ชนัมพร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กุมภาพันธ์ 2554

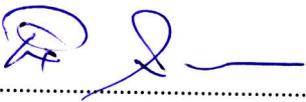
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของร้านค้าแคร์เอพาส์ 22

มันทวิชญ์ ชนมพร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....ประธานกรรมการ
อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ


.....
รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์


.....กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ


.....กรรมการ
รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

22 กุมภาพันธ์ 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำ และการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องจุดต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาทุกท่านที่คอยอบรมสั่งสอนให้ ผู้ศึกษามีทั้งความรู้และจริยธรรมในการดำเนินชีวิตจนกระทั่ง ได้รับความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำโครงการปริญญาโท บริหารธุรกิจที่อำนวยความสะดวกในการจัดทำเอกสารต่างๆ ให้ด้วยความเต็มใจยิ่งรวมถึงเจ้าหน้าที่และบุคลากรในคณะ บริหารธุรกิจ ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและเพื่อนๆร่วมชั้นเรียนทุกคน ที่เป็นกำลังใจในการ ทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของผู้ศึกษาประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่ได้ให้ข้อคิด คำแนะนำ และการสนับสนุนด้านการศึกษา ตลอดจนกำลังใจที่เต็มเปี่ยมมาโดยตลอด

มัณฑวิษณุ ชนมพร

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าส่งแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
ร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22

ผู้เขียน นายมณฑลวิษณุ ชนม์พร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าส่งแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

245484

การค้าปลีกค้าส่งแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
การตลาดบริการของร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม
ตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการจากร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22 ทั้ง 4 สาขา จำนวน 369 ราย โดยทำการ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยโดย
เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง
กายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริม
การตลาด และปัจจัยด้านราคา

โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วน
ประสมทางการตลาด ดังนี้คือ ในด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาด
สะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม ด้านราคา คือ มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้องด้านการจัดจำหน่าย
คือ สถานที่ทำความสะอาดกว้างขวาง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความเหมาะสมของสื่อ
โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ ด้านกระบวนการให้บริการ คือ การคิดเงิน และ
ออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์
ด้านบุคลากร คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ
คือ ห้องพักรอรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of
A-Fast 22 Car Care

Author Mr. Mantawit Chanamporn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor
Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

245484

The purpose of this independent study was to study Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of A-Fast 22 Car Care

In this study, Questionnaire was used as a tool to collect data from A-Fast 22 Car Care customers in 4 branches. All 369 members is our sample and separate data by quota sampling method. All obtained data were analyzed by descriptive statistics, which were frequency, percentage and mean.

The results showed that customers feel satisfied in all elements at high level. The highest average ranking of factor was Process factor, Physical evidence factor, Product factor, People factor, Place factor, Promotion factor and Price factor.

These are the marketing mix factors that almost customers feel satisfaction at highest level. For product factor is quality of cleanness. For price factor is clearly shown price. For place factor is adequate washing and serving zone. For promotion factor is suitable and interested media plan. For process factor are payment process and recipe is clear, fast, and correct. For people factor is reliable and honest of staff. For physical evident factor is customer waiting room has coffee tea serving for free.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ใช้ในการศึกษา	16
ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	16
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม การตลาดบริการของร้านค้ารีแอร์เอฟาส์ 22	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม	
การตลาดบริการของร้านค้าคาร์แคร์เอฟาส์ 22 จำแนกตามเพศ อายุและสาขา	44
ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	100
ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขา	111
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	122
สรุปผลการศึกษา	123
อภิปรายผลการศึกษา	136
ข้อค้นพบ	139
ข้อเสนอแนะ	140
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	148
ตัวอย่างแบบสอบถาม	149
ประวัติผู้เขียน	158

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาที่ใช้บริการ	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่เคยใช้ที่ ร้านคาร์แคร์เอฟาส์	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าบริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระ ค่าใช้จ่ายที่ร้านคาร์แคร์เอฟาส์	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลา ในการมาใช้บริการ	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวัน ในการมาใช้บริการ	23
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ ในการใช้บริการต่อเดือน	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการรู้จัก ร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือก ใช้บริการที่ร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22	24
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคา	28
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	30
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	32
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากร	34
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	36
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพอใจใน ภาพรวมของบริการของร้านคาร์แคร์เอฟเอส	38
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่จะมาใช้ บริการในอนาคต	38
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่จะแนะนำ ให้เพื่อน /คนรู้จัก มาใช้บริการที่ร้านคาร์แคร์เอฟเอส	39
25 แสดงปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุด 10 อันดับแรก	39
26 แสดงปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจน้อยที่สุด 10 อันดับสุดท้าย	41
27 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ	43
28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	44
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ	47
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ	49
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ	52
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านบุคลากรจำแนกตามเพศ	55
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ	57
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	60
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านราคา จำแนกตามอายุ	63
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	65
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	67
39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	69
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	72
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	75
42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสาขา	78
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านราคา จำแนกตามสาขา	81
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปีจ้ยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสาขา	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขา	86
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสาขา	89
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสาขา	93
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามสาขา	96
49	แสดงจำนวนและร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	100
50	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาปัจจุบันจำแนกตามเพศ	101
51	แสดงจำนวนและร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	102
52	แสดงจำนวนและร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	103
53	แสดงจำนวนและร้อยละประเภทของรถยนต์ที่มาใช้บริการจำแนกตามเพศ	104
54	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบริการที่รับจำแนกตามเพศ	105
55	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าบริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้งจำแนกตามเพศ	106
56	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการชำระค่าใช้จ่ายที่ A-Fast 22 จำแนกตามเพศ	106
57	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการชำระค่าใช้จ่ายที่ A-Fast 22 จำแนกตามเพศ	107
58	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงวันในการมาใช้บริการจำแนกตามเพศ	108
59	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนจำแนกตามเพศ	108
60	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการรู้จักร้านเอฟาส์ 22 จำแนกตามเพศ	109
61	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการเอฟาส์ 22 จำแนกตามเพศ	110
62	แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขา	111
63	แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขา	111
64	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขา	112
65	แสดงจำนวนและร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขา	113
66	แสดงจำนวนและร้อยละรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขา	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
67	แสดงจำนวนและร้อยละประเภทรถยนต์ที่นำมาเข้ารับบริการจำแนกตามสาขา	114
68	แสดงจำนวนและร้อยละประเภทบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามนำมาเข้ารับบริการจำแนกตามสาขา	115
69	แสดงจำนวนและร้อยละค่าบริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้งจำแนกตามสาขา	116
70	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการชำระค่าใช้จ่ายที่ A-Fast 22 ส่วนใหญ่ชำระแบบใดจำแนกตามสาขา	117
71	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้บริการจำแนกตามสาขา	118
72	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงวันที่ใช้บริการจำแนกตามสาขา	119
73	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงวันที่ใช้บริการจำแนกตามสาขา	119
74	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการรู้จักร้านเอฟาส์ 22 จำแนกตามสาขา	120
75	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการเอฟาส์ 22 จำแนกตามสาขา	121
76	สรุปข้อมูลความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก	123
77	สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามเพศ	124
78	สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ	127
79	สรุปข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 สูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามสาขา	131
80	ตัวอย่างการเปรียบเทียบความคุ้มค่าในแฟ้มเกจ	141

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แผนที่ในแต่ละสาขาของการ์แคร์เอฟาส์ 22	12