

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ
เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง
รถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ผู้เขียน นายเชิดชัย หุยากรณ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.รวิพร กุเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
อาจารย์วิสุทธร จิตอารี กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ได้แก่ กลุ่มผู้จดทะเบียนใช้รถจักรยานยนต์ หรือเจ้าของรถจักรยานยนต์ หรือผู้ใช้รถจักรยานยนต์ที่นำรถเข้าใช้บริการที่ร้านซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์รายใหญ่จำนวน 8 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ขนาด 101-150 ซีซี ใช้ยี่ห้อ HONDA และใช้งานมาแล้ว 1-2 ปี

ส่วนใหญ่จะเข้าใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์และซ่อมบำรุง เมื่ออะไหล่รถบางรายการชำรุด เคยใช้บริการ คือเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด รองลงมาคือ เปลี่ยนอะไหล่ มีความถี่ในการใช้บริการจำนวน 2 ครั้งภายในระยะเวลา 1 ปี และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้ง เป็นจำนวนไม่เกิน 500 บาท ส่วนใหญ่มีเพื่อนและผู้ร่วมงานเป็นบุคคลที่แนะนำในการใช้บริการ โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือมีอะไหล่ให้เลือกหลากหลายก่อนข้างครบ และเลือกใช้บริการจากแหล่งร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ที่ใช้บริการเป็นประจำ เมื่อต้องการเปลี่ยนอะไหล่ ส่วนใหญ่จะให้ร้านจำหน่ายจัดหาให้ โดยชนิดของอะไหล่ที่เปลี่ยนนิยมใช้เป็นของแท้

ผลการศึกษา สรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก ได้แก่ อายุการใช้งานของอะไหล่หรือรถจักรยานยนต์หลังการซ่อมบำรุง

ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก ได้แก่ ราคาซ่อมสมเหตุสมผล

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการทำงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับปานกลาง มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการซ่อม

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Consumer Selection of Motorcycle Maintenance and Parts Shops in Mueang Samut Sakhon District

Author Mr. Cherdchai Huyakorn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr.Rawiporn Koojaroenpaisan Chairperson

Lecturer Wisuttorn Chitaree Member

ABSTRACT

This independent study was aimed to study the services marketing mix factors influencing consumer selection of motorcycle maintenance and parts shops in Mueang Samut Sakhon District. The data was collected by questionnaires of 400 samples of registered motorcycle users, motorcycle owners, or the motorcycle users who used services at eight of large motorcycle maintenance shops. The data was analyzed by using descriptive statistics i.e. frequency, percentage, mean and standard deviation.

The findings revealed that the majority of respondents were male, aged between 21-30 years old. Most of them were employees who earned between 5,001-10,000 baht per month. Motorcycles of 101-150 CC. and Honda brand were used the most. Moreover, the motorcycles had been used for 1-2 years.

The respondents mostly used services from maintenance and spare parts shops when some spare parts were damaged. Changing lubricant was the service that they used most, followed by changing spare parts. The frequency of using the services was twice a year and spent less than 500 baht per time. They were recommended of the services mainly by friends and colleagues. The variety of spare parts was a major reason to use the services. In case of changing spare parts, the respondents normally chose the maintenance shops that they used regularly. In case of parts

replacement demand, the maintenance and parts shops would supply it. Furthermore, most respondents used the genuine spare parts.

The study found that service marketing mix factors influencing users' selection of motorcycle maintenance and spare parts shops be were summarized as follows:

The product factors were important at an average high level. The product sub-factor that was the highest in its importance was the durability of spare parts and motorcycles after getting maintenance services.

The price factors were important at an average medium level. The price sub-factor that was the highest in its importance was the reasonable service charge of maintenance and repairation.

The place factors were important at an average medium level. The place sub-factor that was the highest in its importance was the convenience to commute to the service shops.

The people factors were important at an average high level. The people sub-factor that was the highest in its importance was the technicians' skill and knowledge.

The promotion factors were important at an average medium level. The promotion sub-factor that was the highest in its importance was the right and reliable suggestions.

The physical evidence factors were important at an average medium level. The physical evidence sub-factor that was the highest in its importance was the modern and high-technology of equipments.

The process factors were important at an average high level. The process sub-factor that was the highest in its importance was pre-informing of repair service charge.