

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก  
ใช้ธุรกิจบริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้าน  
โคกในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน      นายพิภพ ชินวงศ์อมร

ปริญญา      บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์บุญสวาท พฤทธิกันนท์      ประธานกรรมการ  
อาจารย์เอก บุญเจือ      กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ธุรกิจบริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น ของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้านโคกในกรุงเทพมหานคร การศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 325 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกในครัวเรือนในกรุงเทพมหานครที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนประเภทบ้านโคก และบ้านโคกมีการปลูกต้นไม้ยืนต้น จำนวน 325 ราย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จบการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท/เดือนขึ้นไป โดยมีจำนวนผู้พักอาศัยในครัวเรือน รวมทั้งหมด 4 คน มีต้นไม้ยืนต้นที่ปลูกในเขตบ้านพักอาศัยจำนวน 3 ต้น ความสูงของต้นไม้ยืนต้นอยู่ที่ 5 – 7 เมตร หรือประมาณความสูงเท่ากับบ้าน 2 ชั้น และส่วนใหญ่ไม่เคยตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น โดยผู้ให้บริการจากภายนอก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ธุรกิจบริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทาง

กายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การตัดแต่งต้นไม้ที่มี การป้องกันทรัพย์สินของลูกค้านำไม่ให้เกิดเสียหาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ราคาเป็นชุด (Package) ให้เลือกใช้บริการ เช่นถ้าตัดแต่งต้นไม้มากกว่า 1 ต้น ราคาเฉลี่ยจะถูกกว่าการตัดเพียงต้นเดียว

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การให้บริการได้ตามเวลาที่ลูกค้าสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การให้ส่วนลดเมื่อใช้บริการเป็นประจำ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานปฏิบัติงาน มีความรู้ ความชำนาญ การตัดแต่งต้นไม้

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ผู้ให้บริการได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความถูกต้องในการเข้าบริการตามวันเวลาที่กำหนด

**Independent Study Title** Services Marketing Mix Factors Affecting Residents of Detached House Towards Selecting Landscape Gardening Services in Bangkok Metropolitan

**Author** Mr. Pipob Chinwongamorn

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Boonsawat Prugsiganont Chairperson

Lecturer Ek Bunchua Member

**ABSTRACT**

The purpose of independent study was to study the services marketing mix factors affecting to detached house consumer's tree decoration service business selection in Bangkok Metropolitan. The sample consisted of 325 respondents who lived in detached house in Bangkok, with surrounded trees in area. The data analysis was done by using descriptive statistics : frequency, percentage and mean. The results showed that the majority of respondents were male, aged between 31 to 40 years old. Their highest education were bachelor degrees. They worked for private companies, and had the monthly income over 40,001 baht. There were on average 4 members per household. There were on average 3 trees with average height between 5 to 7 metres, compared with the height second floor of the house. Most of them used the services of tree decoration.

The average importance level of services marketing mix factors affecting to detached house consumer's tree decoration service business selection in Bangkok Metropolitan were at high importance levels. In term of product, price, place, people, physical evidence and process. were rated in high level. However, the promotion factor was rated at a moderate importance level.

Product factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the damage guarantee.

Price factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the special price package such as decorating 2 trees get special price package than 1 trees.

Place factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the services on convenience time of customer.

Promotion factor was rated the average score at moderate level of importance. The first rank subfactor was the discount promotion when they were not the new customer.

People factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the knowledge and skills of operator and team.

Physical evidence factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the award and certificate by reliable and well known organizations.

Process factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the on time service as dealing with customer.