

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี

**ผู้เขียน** นางสาวปัทมาธิ์ ศิริเอก

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ** อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 315 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ประกอบกิจการส่วนตัว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ใช้รถยนต์ที่มีอายุการใช้งานระหว่าง 7 – 10 ปี โดยนำรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง (รถเก๋ง) เข้ามารับการตรวจสภาพ และรถที่นำเข้ามารับการตรวจสภาพเป็นรถยนต์ของตนเอง เป็นรถยนต์ญี่ปุ่น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยมีความสำคัญระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี โดยเรียงตามลำดับคะแนนความสำคัญจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ได้แก่ เพศ รายได้ ประเภทรถยนต์ และประเทศที่ผลิตรถยนต์

<b>Independent Study Title</b>	Service Marketing Mix Factors Affecting Car User Decision in Selection of Car Inspection Center in Mueang Ratchaburi District
<b>Author</b>	Miss Punchalee sirieak
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

### ABSTRACT

The objective of this independent study was to study service marketing mix factors affecting the decision of car users in selecting car inspection center in Mueang Ratchaburi District. In this study the data was collected from 315 car users using a questionnaire. The data was analyzed by using descriptive statistics: frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were male, between 31-40 years old, having their own business, with Bachelor's degree. Their income was between 10,000-20,000 baht. Their cars were 7-10 years old. They brought in their 7-seater (sedan) for inspection. Most of the cars belonged to the people who brought them in for inspection and they were Japanese cars.

All factors affected the selection of car inspection center at the high level, and were ranked in the following order from the most influential to the least: physical appearance construction and presentation, service staff, product, service process, price, place, and marketing promotion. The personnel factors that significantly affected mix marketing factors at 95% were gender, income, car type, and country of manufacturing.