

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่และใช้บริการร้าน เอสทีแทรคเตอร์ ของผู้ประกอบการซ่อมรถแทรคเตอร์และผู้ใช้รถแทรคเตอร์
ผู้จัดทำ	: นายสุนทร ประเสริฐ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2549
จำนวนหน้า	: 90 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่และใช้บริการร้าน เอสทีแทรคเตอร์ ของผู้ประกอบการซ่อมรถแทรคเตอร์และผู้ใช้รถแทรคเตอร์" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้ออะไหล่และบริการ และยังศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่และบริการของลูกค้าร้านเอสทีแทรคเตอร์ โดยได้ศึกษาจากกลุ่มประชากร 100 ราย ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าประจำของร้านเอสทีแทรคเตอร์ จำนวน 60 ราย และลูกค้าไม่ประจำ จำนวน 40 ราย ที่มาใช้บริการร้านเอสทีแทรคเตอร์ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัย ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเก็บข้อมูลแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) ค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Window ค่าสถิติที่ใช้เป็นค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้เริ่มทำการศึกษาวิจัย เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2548- 12 กันยายน 2549 รวมเป็นระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1ปี 7เดือน

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานเป็นเจ้าของธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000

บาท สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปี จำนวนพนักงานมากกว่า 15 คน นิยมติดต่อธุรกิจโดยใช้โทรศัพท์ ยอดซื้ออะไหล่ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท โดยส่วนใหญ่ติดต่อกิจการกับร้าน เอสที แทรคเตอร์ เป็นเวลา 5-10 ปีแล้ว

ผลศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้มีอำนาจสูงสุดในการจัดซื้ออะไหล่และใช้บริการเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการ ผู้ตัดสินใจเลือกคุณภาพของอะไหล่คือผู้ประกอบการและลูกค้า นโยบายในการจัดซื้ออะไหล่และใช้บริการของผู้ประกอบการคือ ซื้อจากแหล่งขายหลายแหล่ง เพราะสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรอง โดยเฉพาะสถานประกอบการประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญไม่ใช่นโยบายจัดซื้อจากแหล่งขายแหล่งเดียวเลย ส่วนใหญ่รู้จักร้าน เอสที แทรคเตอร์ จากคำแนะนำของผู้รู้จัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้บริการซื้ออะไหล่รถมากที่สุดซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกแหล่งขายคือ สินค้าดีมีคุณภาพและจะซื้อก็ต่อเมื่อต้องการจะซ่อมรถ

ผลการศึกษาคำให้การให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของลูกค้าสถานประกอบการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน เอสที แทรคเตอร์ ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าสถานประกอบการให้ระดับความสำคัญต่อทุกปัจจัยทางการตลาดอยู่ในระดับที่ มาก ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าสถานประกอบการให้ความสำคัญในระดับ น้อย