

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีต่อการให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่เกรียงไกรกลการ

ผู้จัดทำ : นายณัฐวุฒิ ภัทโรวาสน์

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ศรีสุดา แซ่ลี

วันที่อนุมัติผลงาน : มิถุนายน 2554

จำนวนหน้า : 68 หน้า

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่เกรียงไกรกลการ

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่เกรียงไกรกลการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่เกรียงไกรกลการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่เกรียงไกรกลการเฉลี่ยในระยะเวลา 3 ปี จำนวน 128 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท นำรถยนต์ไฮโดรคามาใช้บริการ ประเภทรถกระบะ

ด้านพฤติกรรมที่มีต่อการให้บริการ พบว่า ทั้งหมดเคยใช้บริการ รู้จักจากบุคคล (ญาติ เพื่อน คนรู้จัก) เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะว่าใกล้สถานที่พัก/สถานที่ทำงาน เพื่อทำการซ่อมหรือเปลี่ยนอะไหล่ที่มีปัญหาในการขับขี่ โดยใช้บริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้งขึ้นไป มีความถี่ในการนำรถยนต์เข้ารับบริการที่ไม่แน่นอน นำรถยนต์มาใช้บริการช่วงเวลา 08.00 – 10.00 น. คิดว่าตัวเองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ และทั้งหมดจะกลับมาใช้บริการอีก

สำหรับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อม

ทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง

PAYAP UNIVERSITY