

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการระดับยนต์ของเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	: นายเสกสรร ส่องหล้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2547
จำนวนหน้า	: 74 หน้า

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการระดับยนต์ของเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มตามอายุ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 18 – 29 ปี โสด การศึกษาดำเนินการปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท สมาชิกในครอบครัว 4 คน มีรถยนต์ 1 คัน เป็นรถยนต์กระบะมือสองใช้งานมาต่ำกว่า 5 ปี

การเลือกใช้สถานบริการระดับยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มอายุ 18 – 29 ปีส่วนใหญ่เลือกใช้บริการระดับยนต์จากอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป แต่กลุ่มอายุระหว่าง 30 – 44 ปี ใช้บริการจากศูนย์บริการรถยนต์แต่ละยี่ห้อ และอายุ 45 ปีขึ้นไปเลือกใช้บริการร้านที่ให้บริการระดับยนต์โดยตรงและศูนย์บริการรถยนต์แต่ละยี่ห้อ โดยใช้บริการจากร้านในเมืองลำพูน และเมืองเชียงใหม่ เพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน โดยในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ โดยใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง-กรองมากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้บริการล้าง-อัด-ฉีด อะไหล่ที่เลือกใช้เป็นของแท้หรือมีคุณภาพสูง และมีการชำระค่าบริการด้วยเงินสด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการระดับยนต์ระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีบริการและคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านพนักงานหรือช่างที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการ ระดับปานกลาง ได้แก่

ปัจจัยด้านราคาค่าบริการ และการประชาสัมพันธ์หรือการส่งเสริมการตลาด และพบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการระดับยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามกลุ่มอายุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$

การศึกษานี้ ได้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยคือ สถานบริการระดับยนต์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่เหมาะสม ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และควรมีการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการเลือกทำเลที่ตั้งมาพิจารณา ร่วมกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนด้วย