

**การศึกษาค้นคว้าอิสระ** การตัดสินใจใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ของ บริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด

**ผู้วิจัย** นายยุทธพงษ์ ภิรมย์เจริญ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ(การจัดการทั่วไป)มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา(1) รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ (2) ดร.จรีษา กลิ่นจันทร์ ปีการศึกษา 2551 จำนวน 135 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจใช้บริการ การช้อปปิ้ง และ ตัวถังรถยนต์

### **บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ของลูกค้า เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด และ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ บริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด จำนวน 92 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้านพนักงาน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมทางตลาด อยู่ในระดับน้อย พฤติกรรมกรใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด ได้แก่ ลูกค้าส่วนใหญ่บริษัทประกันภัยเป็นผู้แนะนำ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ไฮโดยต้า และลูกค้าส่วนใหญ่เลือกกลับมาใช้บริการอีก ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการช้อปปิ้งและตัวถังรถยนต์ ของบริษัท ส.รุ่งเจริญผลการ จำกัด พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**Independent study title** Decision Making of Auto Paint and Body of S.Rungchareaonkolkarn Company Limited

**Researcher** Mr.Yuthapong Phiomkhew. Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent Study Advisors: (1) Asst. Prof. Somchit Luanchamroen (2) Dr. Jariya Klinchan.

Academic year : 2008. 135 pp. Keyword: decision making, auto paint and body.

### **Abstract**

The purposes of this research were to study the factors influencing decision making of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd., to study the decision making behavior of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd., and to compare the factors influencing decision making of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd., classified by demographic traits. The 92 samples were from the customers of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd.. The questionnaire was used as a research tool. Data were analyzed by using percentage, mean, t-test, standard deviation and analysis of variance.

The research result indicated the factors influencing decision making of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd. overall at moderate level, and when considered aspect by aspect, in product aspect at high level, in personal, price, place, and service process aspects at moderate level, and physical environment, and promotion aspects at low level. The decision making behavior of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd. showed that most customers introduced by insurance company, most customers using Toyota, and most customers intending to use service again. The comparison results of factors influencing decision making of auto paint and body of S.Rungchareaonkolkarn Co. Ltd., classified by demographic traits showed that customers with different age had decision overall with statistical difference at significance level of 0.01, and with income at at significance level of 0.05.