

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ**      ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการ โอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ  
**ผู้วิจัย**      นายอนุพงษ์ หลักมันน์    ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี    อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ดร.ไกร กุฑริคำรพ  
ปีการศึกษา 2557    จำนวน 163 หน้า    คำสำคัญ    ความคิดเห็น    การเลือกใช้บริการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการ โอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ และ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการ โอปอ คาร์แคร์ ของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านโอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 217 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่น .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการร้านโอปอ คาร์แคร์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ควรมีการส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท เพราะเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านโอปอ คาร์แคร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านราคา ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือการให้บริการอย่างครบถ้วนและทันสมัย/มีการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โปรโมชันตามเทศกาลต่าง ๆ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

**Independent study title:** Opinions Affecting Customer Decision to Use Opor Car Care, Samut Prakan Province.

**Researcher:** Mr. Anupong Lukmunn. Degree: Master of Business Administration (General Management), Dhonburi Rajabhat Universit. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Klinjan 2) Dr.Krai Richkamroph. Academic year: 2014. 163 pp. Keywords: opinions, customer decision

### Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the opinions affecting customer decision to use Opor car care, Samut Prakan province and 2) to compare the customer decision which are classified by personal status. Sample group included 217 customers. Questionnaires were used as a research tool with .96 confidence level. Statistic measurement used was frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and variance analysis.

The results indicated that: 1) the opinions affecting customer decision to use Opor car care was at high level for services, physical environment, service mind, service processing, product, and price issues. However, promotion issue was at medium level. It should be promoting to new customers who had monthly income lower than 10,000 baht or/and 20,001-30,000 baht. 2) comparing the overall of opinions affecting customer decision with different age, marital status, education level, monthly income were significantly different at .01 statistical analysis. Comparing in each issue, customers who had different monthly income had significantly different in product issue at .05. Different age had significantly different in price issue at .05. Different marital status had significantly different in service processing issue at .05. Furthermore, different sex had significantly different in promotion issue at .05. It means good service and modern, campaign management, and promotion.

Student's signature.....

Independent study advisor's signatures 1..... 2.....