

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้วิจัย นายมนตรี กังวาลไกล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ศาสตราจารย์ ดร.เรวัตร ชาตรีวิศิษฎ์ 2) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ ปีการศึกษา 2552 จำนวน 111 หน้า คำสำคัญ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ประชาชนที่ใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ จำนวน 169 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการเปรียบเทียบพหุคูณรายคู่ โดยวิธี แอลเอสดี

ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ ของผู้บริโภค ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 6 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 2) ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานตรวจสภาพรถยนต์เอกชน อารียนต์ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เฉพาะด้านกระบวนการ ผู้บริโภคเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

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

Independent study title: Marketing Mix Influencing the Selection of the Areeyont Inspection Vehicle Center, Located in Amphoe Mueang, Samut Prakan Province

Researcher: Mr. Montri Kangwanklai, Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Prof. Dr.Rawat Chatreewisit 2) Dr. Jariya Klinjan. Academic year : 2009. 111 pp. Keyword: Marketing mix dominating on use of service.

Abstract

The objectives of this research were to study the customers' opinions towards marketing mix which influenced the selection of the Areeyont Inspection Vehicle Center, located in Amphoe Mueang, Samut Prakan Province, and to compare the marketing mix based on demographic characteristics. The sample included 169 customers. Questionnaires were used as a research tool. Statistics used were percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, and Multiple comparison test by LSD.

The results showed that 1) the overall marketing mix was at high level. Considering aspect by aspect, six of them were at high level, arranged in descending order as follows: product, promotion, procedure, price, personnel, and distribution channel. 2) The comparison of marketing mix based on demographic characteristics showed that the overall opinions toward the marketing mix were not different at .05 significant level. Regarding sex aspect, men and women had significantly different opinions toward procedure at .05 significant level.

Student's signature.....

Independent study advisors' signature1).....2).....