

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247964



ปรัชญาและการตลาดกับวิสาหกิจที่ผลิตห่อปุ๋ยระดับอำเภอให้เกษตรกรผู้เพาะ
ปลูกพืชไร่ของชนบท ตำบลบ้านดง อำเภอ บ้านดง จังหวัด เชียงใหม่ เขต ๑ เชียงใหม่

ดร.เกตุชัย อานนตสุขา

วิทยานิพนธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของกรณีที่ศึกษาเพื่อศึกษาระดับสูงของบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พ.ศ. 2554

600252763



ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของ
อุโมงค์มัสยิดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส



ณรงค์ชัย ฉายภูษา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ.2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ
ลูกค้าของอู่ซ่อมสิริรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์
เซอร์วิส

ผู้วิจัย

ณรงค์ชัย ทยัญญา

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนตียัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานการสอบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนตียัง)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ดร.กำธร ชีพชัยอิสสระ)

โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรี ขจรไชยกูล)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

วันที่ เดือน 2 5 ๒๕๕4 พ.ศ.

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ผู้วิจัย

ณรงค์ชัย ลายภูษา

ระดับการศึกษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ.

2553

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนตติยัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล

247964

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส 2) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามข้อมูลทั่วไป 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล โดยคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที่ค่าสถิติเอฟ วิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ และวิเคราะห์ค่าการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า :

1. ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน
2. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความถี่ที่มาใช้บริการต่อปี แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

Thesis Title	Services marketing factors affecting efficiency of customer service of Winai Auto Center Service Partnership Limited
The Researcher	Narongchai Laipoosa
Level of Study	Master of Business Administration (Business Administration)
Year	2010
Principal Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr. Chittinan Chanetiyoung
Associate Thesis Advisor	Dr. Waravit Prasitphol

247964

The purposes of the study were: 1) to study the efficiency of customer service of Winai Auto Service Center Partnership Limited, 2) to compare its efficiency of customer service, classified by the personal factors and 3) to find out the services marketing factors affecting its customer service. The samples of this research were 180 customers receiving service provided by the center. The study tool was a questionnaires for data collection. The obtained data was analyzed by using a package computer program. The statistics employed in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, Scheffe's method for testing the pairs, and multi regression analysis.

The research results revealed that:

1. Overall, the efficiency of customer service was found at a high level. Taking each aspect into consideration, it indicated that all aspects were also found at a high level.
2. Having compared the service efficiency, classified by their different personal factors, i.e., genders, age, education levels, occupations, incomes and frequency of taking service a year, it discovered that their opinions about its service efficiency were overall not found different.
3. The services marketing factors in the aspects of service, place and service process significantly affected the customer service at the significance level of .05.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติยัง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งคอยดูแลให้คำปรึกษา เสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทุกขั้นตอน ตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ ขอกราบ ขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ดร.วิสูตร คู่โรจน์เรือง ดร.ชัชสรัญ รอดยิ้ม และ ดร.วันชัย ปานจันทร์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมถึง คณาจารย์ทุกท่าน ตลอดคณาจารย์และหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเป็นอย่างดีทำให้ การศึกษาวิจัยนี้สามารถดำเนินงานสำเร็จลุล่วงลงได้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้กำเนิดและสั่งสอนให้ลูกเป็นคนดีเสมอมา ครู อาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้ติดตัว และท้ายสุด ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ที่ให้ความอนุเคราะห์ในส่วนของข้อมูลและสถานที่ในการศึกษาวิจัย

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ผู้วิจัยขอ มอบความดีในครั้งนี้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยอันทรงคุณค่าควรแก่การเทิดทูน

ณรงค์ชัย ตายภูษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย	7
สมมติฐานของการวิจัย	8
2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	29
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพ	37
ข้อมูลเกี่ยวกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส	44
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
3 การดำเนินการวิจัย	
แบบของการวิจัย	54
ประชากรและหน่วยวิเคราะห์	54

บทที่	หน้า
การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	58
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	59
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการ	63
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิ รถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส	71
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิ รถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส โดยจำแนก ตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
ตอนที่ 5 ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส	83
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	84
ผลการทดสอบสมมติฐาน	89
อภิปรายผลการวิจัย	89
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	103
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย...	108
ประวัติผู้วิจัย	112

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	25
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	60
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	60
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	61
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	61
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	62
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี	62
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ	63
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบริการ ...	64
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา	65
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ ..	66
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด	67
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร..	68
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	69
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	70
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพในการให้บริการ	71
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความรวดเร็ว	72
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความมีคุณภาพ	73
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านความเสมอภาค	74

ตารางที่

หน้า

4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพในการให้บริการด้านความยุติธรรม	75
4.20	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามเพศ	76
4.21	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามอายุ	77
4.22	ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส เป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ด้านความรวดเร็ว จำแนกตามอายุ	78
4.23	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามระดับการศึกษา	79
4.24	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามอาชีพ	80
4.25	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามรายได้	81
4.26	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี	82
4.27	ค่าความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าอุ้งซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส	83

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2.1	ส่วนประสมทางการตลาด (4 P's)	18
2.2	ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)	22
2.3	ส่วนประสมทางการตลาด (8P's)	28