

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ แห่งหนึ่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การตัดสินใจ / การบริการของอู่ซ่อมรถยนต์
ชื่อนักศึกษา	ชนพร คิ้วสถาพร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2560

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำนวน 133 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ด้วยไคสแควร์และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว คือ one way analysis of variance (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ยี่ห้อรถยนต์ที่เข้ารับบริการ ประเภทรถยนต์ที่เข้ารับบริการ และอายุการใช้งานของรถยนต์ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ประกอบด้วย อายุ (ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง) ระดับการศึกษา (ด้านส่วนใหญ่ท่านใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์วันใด) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ด้านส่วนใหญ่ท่านใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์วันใด และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อท่านนำรถยนต์เข้ารับบริการ) และ 3) ลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ

ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ยี่ห้อรถยนต์ที่เข้ารับบริการ ประเภทรถยนต์ที่เข้ารับบริการ และอายุการใช้งานของรถยนต์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ซื้อรถยนต์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

SPU CHONBURI