



อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของน้ำยาพ่นกันสนิม ปัจจัยด้านราคา คือ ค่าบริการมีความเหมาะสม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ สามารถติดต่อเพื่อรับบริการได้ง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแจ้งเตือนเข้ารับบริการในครั้งต่อไป ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เข้าใจก่อนเริ่มพ่นกันสนิม ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำยาพ่นกันสนิมเป็นอย่างดี ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานมีความทันสมัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Service Marketing Mix Factors Affecting Consumers in Samut Sakhon Province Towards Selecting Spray Coating Service Centers
<b>Author</b>	Ms.Sukritta Eithongchai
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Chawapon Singhajarun

### ABSTRACT

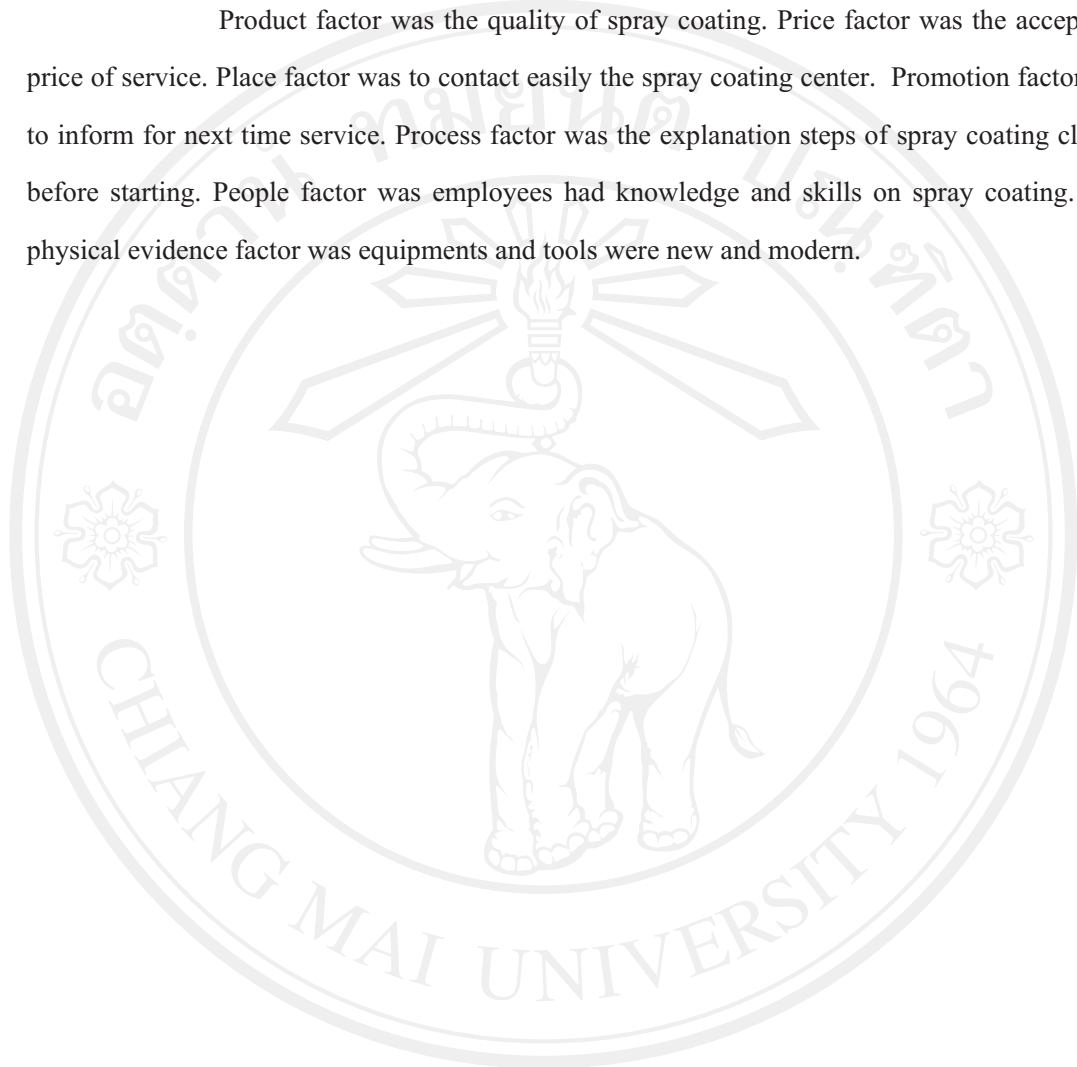
The purpose of this independent study was to study the service marketing mix factors affecting consumers in Samut Sakhon province towards selecting spray coating service centers. The data was collected by using 300 questionnaires. The samples were consumers who had automobiles, lived in Samut Sakhon province and made decision by themselves on selecting 3 spray coating service centers. They were divided to 100 consumers by each of center: Tuff-Kote Dinol brand, Cadulac brand and Premium brand. The data analysis were done by using descriptive statistics; frequency, percentage and mean.

The result of this study found that the most respondents were male, aged between 31-40 years old, married, living in Mueang district Samut Sakhon province, having high school degree or college degree. Most respondents were company's employees with average monthly income 10,001-20,000 baht and using pick-up cars. The main reason that most respondents had used the spray coating service center were recommended from known persons, received spray coating from car center when they bought new cars and the spray coating center was near consumer's residents.

Service marketing mix factors affecting consumers in Samut Sakhon province towards selecting spray coating service centers found that the factors were rated at high level of importance in terms of people, physical evidence, place, process, product and promotion. The

respondent rated at a moderate level of importance was price factor. The sub-factors that respondents gave the highest importance were as following:

Product factor was the quality of spray coating. Price factor was the acceptable price of service. Place factor was to contact easily the spray coating center. Promotion factor was to inform for next time service. Process factor was the explanation steps of spray coating clearly before starting. People factor was employees had knowledge and skills on spray coating. And physical evidence factor was equipments and tools were new and modern.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved