

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอรพิต ชาญชัย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่

โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของร้านแม่ข่ายพานิชเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ใช้รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า (Honda) ขนาดกลาง (100 ซีซี - 250 ซีซี) ใช้รถจักรยานยนต์ระยะเวลา 3-4 ปี มีเหตุผลในการมาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อนำไปใช้เองเมื่อของเดิมชำรุดหรือแตกแต่งเพื่อความสวยงาม โดยมีความถี่ในการมาร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์เฉลี่ย 501-1,000 บาทต่อครั้ง และผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ คือ เพื่อนหรือผู้ร่วมงาน

ผลการศึกษาระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดในแต่ละปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาสมเหตุสมผล ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ตั้งเกตเห็นร้านได้ง่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานมีความสุภาพและให้บริการดี

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ และสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาสมเหตุสมผล ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานมีความสุขภาพและให้บริการดี

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Purchasing Motorcycle Spare Parts from Mae Kha Panich Chiang Mai Shop, Mueang Chiang Mai District
Author	Miss Onphimon Thananchai
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the Customer Satisfaction Towards Purchasing Motorcycle Spare Parts from Mae Kha Panich Chiang Mai Shop, Mueang Chiang Mai District.

Questionnaires were applied in this study as the research tool collect data from 200 samplings who were Mae Kha Panich Chiang Mai Shop's customers. The questionnaire was conveniently distributed to the samplings; all given data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage and means.

The data showed that most customers were male, between 21-30 years old. Most of them were students who earned between 5,001-10,000 baht per month. Honda brand was the most used. Motorcycles were 100-250 cc. and had been used for 3-4 years. The reason to buy motorcycle spare parts was to replace when the old began malfunctioning or for beautiful. Customers visited the motorcycle parts shop once a month. The cost of buying a motorcycle spare part averaged 501-1000 baht/Colleagues. People who have influenced their decision to choose this motorcycle parts shop is friend or partnership.

The results of the study found that the importance of marketing mix factors showed the highest importance on sub-factors of each marketing mix. In terms of product, the highest importance was finding a good product. In terms of price, the highest importance was a reasonable price compared with quality. In terms of distribution place, the highest importance was an easily noticeable location. In terms of promotion, the highest importance was polite staff and good service.

The results of the study found that the satisfaction marketing mix factors showed the highest satisfaction on the sub-factors of each marketing mix. In terms of product, the highest importance was the shop's reputation as a reliable and supplier of good quality products. In terms of price, the highest importance was a reasonable price compared with quality. In terms of distribution place, the highest importance was convenient location. In terms of promotion, the highest importance was polite staff and good service