

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ
ผู้บริโภคในการเลือกบริการล้าง อัด นีด ในอำเภอ
ฮอด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายนรินทร์ ศาลากิจ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.มนตรีพิชัย ตั้งเอกจิต

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย จากผู้ที่ใช้รถยนต์ที่เคยใช้บริการ ล้าง อัด นีด ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท เป็นเจ้าของรถประเภทรถกระบะมากที่สุด ประเภทบริการที่ใช้ในสถานบริการล้างอัดฉีดมากที่สุด คือ ล้างสี ฉูดฝุ่น ส่วนใหญ่สถานที่ใช้บริการล้าง อัด นีด คือ ศูนย์บริการทั่วไป ใช้บริการล้าง อัด นีด โดยเฉลี่ย 2 ครั้ง/เดือน วันที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ วันเสาร์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการล้าง อัด นีด มากที่สุด คือ 12.01 - 16.00 น. ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการล้าง อัด นีด โดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 200 - 400 บาท ส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินค่าบริการล้าง อัด นีด ด้วยเงินสด รู้จักสถานบริการล้าง อัด นีด โดยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการล้าง อัด นีด มากที่สุด คือ คุณภาพด้านความสะอาด และรายการส่งเสริมการขาย หรือการบริการเสริมที่ชอบมากที่สุด คือ มีห้องพักรับรอง นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ไว้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านกระบวนการ คือ ให้บริการเสร็จตาม

กำหนดเวลา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในการจัดจำหน่าย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านนี้ คือ การแจ้งราคาและการบริการให้ลูกค้าทราบก่อนการให้บริการและในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการรับผิดชอบความเสียหายของทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ส่วนปัญหาที่พบในการใช้บริการ ล้างอัดฉีด คือ ให้บริการไม่เสร็จตามกำหนดที่นัดกับลูกค้า พนักงานไม่ให้บริการตามลำดับก่อนหลังของลูกค้าที่มาใช้บริการ และที่จอดรถมีน้อย ไม่เพียงพอต่อลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการบริการล้างอัดฉีด ที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการ และควรควบคุมคุณภาพในการบริการทุกขั้นตอนพร้อมทั้งมีการตรวจคุณภาพในการบริการก่อนส่งมอบรถให้แก่ลูกค้า

Independent Study Title	Service Marketing Mix Factors Affecting Consumers Towards Selecting Car Care Services in Hot District, Chiang Mai Province
Author	Mr. Narin Salakij
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Manatip Tangeakchit

ABSTRACT

The objective of this independent study is to examine service marketing mix factors affecting consumers towards selecting car care services in Hot district, Chiang Mai province. Data collection is acquired by distributing questionnaires to 200 samples who were customers of car care services in Hot district, Chiang Mai; then, the data are processed by the descriptive statistics, including frequency, percentage and mean.

The findings showed that most customers were male of 31-40 years of age with undergraduate/vocational certificate level of education, working as freelance, earning monthly income at amount of 5,001-10,000 baht and owning a pick-up truck. When visiting the car care service center, they mostly asked for car wash and dust vacuum services at general center with the frequency of 2 times a month. They mostly visited the center on Saturday during 12.01-16.00 p.m. and paid in cash for its service charge at amount of 200-400 baht. Source of information where they learned about the center was the recommendation from its service users and reason in taking service from the center was to be offered facilities such as guest room, magazines and newspaper.

In process factor, which was ranked at the highest level of importance, the most important component was the service punctuality. In place factor, which was ranked at high level of importance, the most important component was the convenient location to access. In physical evidence factor, which was ranked at the highest level of importance, the most important

component was the use of modern equipments and tools to serve customer. In people factor, which was ranked at high level of importance, the most important component was the skilful staff to serve customer. In price factor, which was ranked at high level of importance, the most important component was to inform service charges and service processes to customers prior to take an action and adjust to another service which was different from customer's previous need. In product factor, which was ranked at high level of importance, the most important component was the liability of damage occurred to customer assets. In promotion factor, which was ranked at high level of importance, the most important component was the prize redemption in according to service points. Problems found in using car care service were unpunctuality of service provided, queue jump and insufficient parking space; thus, the car care service providers should establish the car care standard for the operation methods and procedures as well as take control on every service process and check for the service quality before delivering car to customers.