

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
ร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22

ผู้เขียน นายมณฑวิษณุ ชนม์พร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
ประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม
ตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการจากร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 ทั้ง 4 สาขา จำนวน 369 ราย โดยทำการ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยโดย
เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง
กายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริม
การตลาด และปัจจัยด้านราคา

โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วน
ประสมทางการตลาด ดังนี้คือ ในด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพด้านความสะดวก สามารถทำความ
สะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม ด้านราคา คือ มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน ถูกต้องด้านการจัดจำหน่าย
คือ สถานที่ทำความสะอาดล้างรถกว้างขวาง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความเหมาะสมของสื่อ
โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทางร้านจัดทำขึ้นน่าสนใจ ด้านกระบวนการให้บริการ คือ การคิดเงิน และ
ออกใบเสร็จ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติกับรถของลูกค้าด้วยจอคอมพิวเตอร์
ด้านบุคลากร คือ พนักงานในร้านมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ
คือ ห้องพักรอรับรถ มี ชา กาแฟ เครื่องดื่มให้บริการฟรี

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of A-Fast 22 Car Care

Author Mr. Mantawit Chanamporn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor
Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of A-Fast 22 Car Care

In this study, Questionnaire was used as a tool to collect data from A-Fast 22 Car Care customers in 4 branches. All 369 members is our sample and separate data by quota sampling method. All obtained data were analyzed by descriptive statistics, which were frequency, percentage and mean.

The results showed that customers feel satisfied in all elements at high level. The highest average ranking of factor was Process factor, Physical evidence factor, Product factor, People factor, Place factor, Promotion factor and Price factor.

These are the marketing mix factors that almost customers feel satisfaction at highest level. For product factor is quality of cleanness. For price factor is clearly shown price. For place factor is adequate washing and serving zone. For promotion factor is suitable and interested media plan. For process factor are payment process and recipe is clear, fast, and correct. For people factor is reliable and honest of staff. For physical evident factor is customer waiting room has coffee tea serving for free.