

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการ
ร้านอาหารคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน

นายเขมทัต บุญวัฒน์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการร้านอาหารคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้รถยนต์ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยกำหนด ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก ทำการแบ่งขนาดตัวอย่างตามวิธีแบบโควต้า ตามสัดส่วนขนาดของรถยนต์ 4 ขนาด ได้แก่ รถยนต์ขนาดเล็ก รถยนต์ขนาดกลาง รถยนต์ขนาดใหญ่ และรถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดละ 100 ตัวอย่าง ทำการประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท เพศชายใช้บริการล้างรถ และ/หรือ ดูแลฝุ่นภายในรถยนต์ เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาท เพศหญิงใช้บริการล้างรถ และ/หรือ ดูแลฝุ่นภายในรถยนต์ เลือกใช้บริการร้านที่ทำธุรกิจดูแลรักษารถยนต์อย่างเดียว และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งระหว่าง 100-200 บาท

ความคาดหวังของลูกค้าต่อบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร พบว่า ทุกบัณฑิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ ความซื่อสัตย์ของพนักงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลัง ปัจจัยด้านราคา คือ การตั้งราคาในการบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านกายภาพ คือ ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานให้บริการอยู่ใกล้เขตชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ทำความสะอาดได้ทั่วถึง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การมีคู่มือส่วนลดกรณีลูกค้ามาใช้บริการเป็นประจำ ตามลำดับ

Independent Study Title	Expectation of Car Users Towards Car Care Service Shops in Khet Bang Khun Thaian, Bangkok
Author	Mr. Khemmatat boonwat
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Naruemon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study were expectation of car users towards Car Care service in Khet Bang Khun Thaian, Bangkok. Sample group of this study was specified to 400 car users in the mentioned area, selected by the convenient sampling method. With the quota sample basis, those samplings were divided into 4 samplings sizes in according to car classifications: small, midsize, large and luxury and 100 samplings were found each. Collected data were evaluated by the descriptive statistics: frequency, percentage and means and below were shown the findings in summary.

The studying results presented that most respondents were male, aged between 25-35 years old, single, holding Bachelor's degree, working as employee of private company, and earning average monthly income at over than 30,000 baht. For both male and female respondents, they mostly took car wash and/or vacuum services from the shop where offered only car care services and spent 100-200 baht in each time.

The results of the study on the customer expectation towards marking mix factors of car care centers in Khet Bang Khun Thian, Bangkok showed that all factors got high level of expectation. Hereafter were respectively shown sub-factors that those respondents paid the highest expectation on. In people factor, the highest expectation was on the honesty of staff. In

process factor, the highest expectation was on the queue system. In price factor, the highest expectation was on the reasonable price to service quality. In physical evidence factor, the highest expectation was on the cleanliness of service area and its toilets. In place factor, the highest expectation was on the location where located nearby community and was convenient to access. In product factor, the highest expectation was on to clean care thoroughly. In promotion factor, the highest expectation was on the discount coupon for regular customers.