

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการรถเช่า ของ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์ รีोक จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางจุฑาทิพ รัตนภาพ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการรถเช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์รีอค โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์รีอค จำนวน 135 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้ สถิติค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

ลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์รีอค ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46 - 55 ปี สัญชาติอเมริกัน การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพวิชาชีพเฉพาะ เช่น หนายความ แพทย์ ศิลปิน รายได้ต่อปีระหว่าง 30,001 – 40,000 US\$ มาเชียงใหม่เป็นครั้งแรกเช่ารถ โดยเหมาจ่ายต่อเส้นทาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ชำระค่าเช่ารถด้วยบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถ มากกว่า 200 US\$ ส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำให้เช่ารถจากพนักงาน โรงแรมและนิคมเช่ารถยี่ห้อ เมอซิดেসเบนซ์

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการเช่ารถของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์รีอค พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีรถหลายยี่ห้อ ให้เลือกใช้ อุณหภูมิภายในรถและอุปกรณ์ภายในรถ

ด้านราคา ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเช่าตามรุ่นและยี่ห้อรถ อัตราค่าเช่าเหมาะสมต่อเส้นทางและอัตราค่าเช่าต่อวัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่จอดรถ สะดวกในการรับส่ง การติดต่อกับพนักงานสำนักงานที่โรงแรมและ การติดต่อขอเช่ารถกับสำนักงานขายต่างประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานสำนักงาน ให้คำแนะนำ การโฆษณาทางหนังสือและวารสารและการโฆษณาทางแผ่นพับ

ด้านบุคลากร ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นมิตรของพนักงานขับรถ ความพร้อมของพนักงานขับรถที่จะให้บริการทันทีที่ต้องการ และการตรงต่อเวลาของพนักงานขับรถ

ด้านกระบวนการ ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวก ในการจองและเช่ารถ บริการป้ายเย็นและน้ำดื่มและข้อมูลข่าวสารประจำรถ (หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ)

ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ลูกค้ำมีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงแรมนำเชือถือ พนักงานขับรถแต่งกายสะอาด มีชุดพนักงานเป็นเอกลักษณ์และความมั่นใจในความปลอดภัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Car Rental Service of
Winner Rock Partnership Limited Chiang Mai Province

Author Mrs.Jutatip Ratanapanop

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

Abstract

The objective of this study was to study the customer satisfaction towards car rental service of Winner Rock Partnership Limited Chiang Mai Province. The data was collected by questionnaires from 135 customers who take services from the company. The data was analyzed through frequency statistic, percentage, and mean. The result shows:

The majority of customer at Winner Rock Partnership Limited is male with American nationality, aged between 46 – 55 years old, graduated and married. Most of the company targets are professional people such as lawyer, doctor, and artist; who are having annual income between 30,001 US\$ and 40,000 US\$. In addition, they visited Chiang Mai for the first time and used car rental service for one time for leisure purpose. The well-liked payment method is credit card which expenditure of their trip is more than 200 US\$ besides they had got the recommendation trip from hotel's staffs; Mercedes Benz is their preference made of vehicle.

The study of customer satisfaction towards car rental services at Winner Rock Partnership Limited revealed that the target market are highly satisfied regarding the service marketing mix which included product or service, price, place (distribution), promotion, people, process and physical evidence respectively.

Product – the first 3 satisfactions are: the variety of vehicles, the comfortable temperature in vehicles, and the fully facilities in vehicles.

Price – the first 3 satisfactions are: the pricing rate varies on made and model of vehicles, the rental rate by route, and the rental rate per day and per hour.

Place (distribution) – the first 3 satisfactions are: contacting through hotel's staffs, availability of the company office in the hotel, and contacting via oversea agencies.

Marketing Promotion – the first 3 satisfactions are: recommendation by the company officers, advertising in journals and magazines, and placing brochures and fliers.

People – the first 3 satisfactions are: friendliness, prompt at service, and punctuality of driver.

Process – the first 3 satisfactions are: the convenient to reserve and rent vehicles, the availability of cold towel and water, and the accessibility of up-to-date medias in vehicles.

Physical Evidence – the first 3 satisfactions are: fame of the hotel, hygienic and unique driver's uniform.