

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาด
บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ร้าน สุธิดาแอนด์ อู่รถเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวเปมิกา สุธิดา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ธันยานี โพธิสาร

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการล้างอัดฉีดรถยนต์ร้าน สุธิดาแอนด์ อู่รถเมืองเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 ถึง 21,000 บาท ส่วนใหญ่นำรถเก๋งเข้ามาใช้บริการ และบริการที่ใช้คือ ล้างสี + ดุดฝุ่น โดยค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 201 ถึง 400 บาท ส่วนใหญ่นำรถมาใช้บริการในช่วงวันและเวลาที่ไม่นั่นนอน โดยใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า และรู้จักร้านสุธิดาแอนด์จากการแนะนำของคนรู้จัก เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่ร้านสุธิดาแอนด์มากที่สุด คือ คุณภาพด้านความสะอาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของร้านสุธิดาแอนด์ พอใจมากและจะกลับมาใช้บริการที่ร้านสุธิดาแอนด์ในอนาคต อย่างแน่นอน พร้อมจะแนะนำให้เพื่อน/คนรู้จักมาใช้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการตามจุดตัดแกน $X = 4.23$ (ความพึงพอใจ) และจุดตัดแกน $Y = 4.06$ (ระดับความสำคัญ) พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร อยู่ใน Quadrants D และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ใน Quadrants C ในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ อยู่ใน Quadrants A ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นร้าน สุธิดาแอนด์ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ควรปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาให้ดีขึ้นอันดับแรกตามส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ คุณภาพด้านความสะอาด สามารถทำความสะอาดได้สะอาดทุกซอกทุกมุม ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการอื่นๆ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นได้แก่ สถานที่ที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และ ร่มเย็น ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นได้แก่ มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต นำมาใช้ในการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ร้าน ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ มีการ จัดแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างละเอียดถูกต้อง ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ควรเก็บรักษาและพัฒนาให้ดีขึ้นได้แก่ พนักงานมีความรู้ความชำนาญสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่ มีการเปิดดนตรีให้ฟังภายในร้าน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of
Car Wash Services of Suteecare, Amphoe Mueang Chiang Mai

Author Miss Pemika Suteekha

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Dr. Thunyanee Pothisarn

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study customers' satisfaction towards service marketing mix of Suteecare Car Wash Service, Amphoe Mueang Chiang Mai. The questionnaire was used to collected data, and descriptive statistics as frequency, percentage and mean were used to analyze the data.

The study revealed that the respondents were single women, age between 21 – 30 years, educated at bachelor degree level with a salary between 15,001 to 21,000 Baht, and were employed by private companies. Most respondents brought a car to use color washing vacuum service. The average price per one time was 201 – 400 Baht, and the respondents did not bring the car in certain time, the service would be used only one per month or less than a month. The respondents knew Suteecare Car Wash Service from familiar one. The reason that the respondents chose Suteecare Car Wash Service the most was the quality of cleanliness. The satisfaction toward Suteecare Car Wash Service was excellent, and the respondents would definitely use Suteecare Car Wash Service in the future, and would suggest Suteecare Car Wash Service to friend or familiar one.

When analyzing the significant and satisfaction of marketing mixes according to $X=4.23$ (Satisfaction) and $Y = 4.06$ (Significant level), it is found that the distributing factor, the marketing factor, and the personnel factor were in Quadrant D whereas the service process's factor was in Quadrant C. The product factor, price factor, and physical evidence factor were in Quadrants A, which means that those sub-factors were significant toward customers, yet the customers did not

receive enough satisfaction. Therefore, Suteecare Car Wash Service should be improved immediately.

In conclusion, the marketing mixes that should be improved were as followed: The product factor that should be improved immediately was cleanliness of the car that should be washed thoroughly. The price factor that should be improved immediately was the price when compared to other car wash services. The place factor that should be maintained and improved was the location that should have enough parking lots, be safe, and be comfortable. The promotion factor that should be maintained and improved was using internet to advertise the service. The process factor that should be improved immediately was providing correctly and thoroughly information. The people factor that should be maintained and improved was the efficient and knowledgeable staffs who are able to suggest and answer customers' questions. The physical evidence factor that should be improved immediately was turning on music within the shop.