

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อศูนย์บริการรถยนต์ บริษัท ยন্ত্রกิจเซอร์วิส จำกัด (สาขาเชียงใหม่)
ผู้จัดทำ	: นางสาวดวงนภา บัวคำ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: มิถุนายน 2546
จำนวนหน้า	: 67 หน้า

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการศูนย์รถยนต์ บริษัท ยন্ত্রกิจเซอร์วิส จำกัด (สาขาเชียงใหม่) ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการศูนย์จำนวน 300 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม(t-test) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-55 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ใช้รถยนต์ยี่ห้อ เปอโด้ และชื่นชอบรถยนต์ยี่ห้อบีเอ็มดับเบิลยู การศึกษาปรากฏผลดังนี้

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมนำรถยนต์เข้าซ่อมในศูนย์บริการรถยนต์มาตรฐาน เพราะความเป็นมาตรฐาน โดยตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการรถยนต์ ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทจากแผ่นพับ ใบปลิว นิตยสาร และอายุการใช้งานของรถยนต์นับจากวันจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ปี โดยพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากรและด้านสถานที่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์บริการผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากร และความพึงพอใจต่อการใช้ศูนย์บริการรถยนต์ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการขาย กล่าวคือ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการใช้ศูนย์

บริการรถยนต์ด้านการส่งเสริมการขายมีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศ ในเรื่องการจัดทำบัตรสมาชิกร่วมกับร้านค้าอื่น เนื่องจากเพศชายมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายมากกว่าเพศหญิง

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพอใจในศูนย์บริการรถยนต์ บริษัท ยนต์กิจเซอร์วิส จำกัด(สาขาเชียงใหม่) และพบว่าเพศชายให้ความสนใจการส่งเสริมการขายในด้านการจัดทำบัตรส่วนลดร้านค้า หรือการทำบัตรสมาชิกร่วมกับร้านค้าอื่น เนื่องจากสามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่าดังนั้นผู้ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับศูนย์บริการ นอกจากจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความมีมาตรฐานของศูนย์บริการ ความชำนาญของช่าง ราคาที่เป็นมาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ง่ายในการเดินทางแล้ว ควรเน้นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม หรือการจัดทำบัตรร่วมค้าต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ