

## บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ ภายในห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายก่อเกียรติ เทวรักษ์พิทักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2548
จำนวนหน้า	: 57

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ภายในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ภายในห้างสรรพสินค้าและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ภายในห้างสรรพสินค้า กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการคาร์แคร์ภายในห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ Beauty Car Master (ภาคสวนแก้ว) Poli-Chem(แอร์พอร์ตพลาซ่า) Proclean(แอร์พอร์ตพลาซ่า) Moto Klean(โลตัส คำเที่ยง) และ Poli-Chem(บึกชี) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น จำนวน 250 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ที่ประกอบไปด้วย คำถามปลายปิดและปลายเปิด ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรม SPSS For Window Version 10.0 เพื่อประมวลผลลัพธ์ที่ได้ และใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะต่างๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลยี่ห้อ ฮอนด้า และ โตโยต้า โดยรถยนต์มีอายุการใช้งานระหว่าง 1 - 4 ปี ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพค้าขายหรือเจ้าของกิจการ รายได้อยู่ระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทต่อเดือน

ผู้ใช้บริการทุกคนใช้บริการล้างรถและดูดฝุ่น เวลาเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง 1 – 2 ชั่วโมง ปริมาณการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง 201 – 500 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการล้างรถและดูดฝุ่น คือ 150 บาทต่อครั้ง ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ก่อนใช้บริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยศึกษาข้อมูลในเรื่องราคาค่าบริการ และความชำนาญของพนักงาน ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้า คือ สามารถทำธุระในห้างสรรพสินค้าได้ระหว่างรอรับรถ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการคาร์แคร์อื่น ๆ ในห้างสรรพสินค้าด้วย ส่วนนอกห้างสรรพสินค้ามักจะใช้บริการคาร์แคร์ที่อยู่ตามปั้มน้ำมันต่าง ๆ หลังจากเข้ารับบริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้าแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าความเป็นมือชีพของศูนย์บริการคาร์แคร์อยู่ในระดับปานกลาง

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ภายในห้างสรรพสินค้า พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านราคา ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ เรื่องความปลอดภัยของทรัพย์สินในระดับมากที่สุด

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้าให้ความสำคัญในความปลอดภัยของสิ่งของและทรัพย์สินของผู้มาใช้บริการ เน้นอบรมและพัฒนาพนักงานให้มีความซื่อสัตย์และเพิ่มทักษะความชำนาญในการดูแลรักษารถยนต์ และพัฒนากระบวนการในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและถูกต้อง