

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์  
ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัย นายกิจจะพันธ์ กตเวที ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) รศ.ปรีชา วัฒนาทิพย์ธารงค์  
ปีการศึกษา 2555 จำนวน 147 หน้า คำสำคัญ การเลือกใช้บริการ ศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 291 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างการหาค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เป็นรายด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีบริการที่หลากหลาย เช่น เคลือบสีรถ ล้างห้องเครื่องด้วยน้ำยา และมีการพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง ใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ และทันสมัย ด้านราคาค่าบริการ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ถูกต้อง ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ราคาแพ็คเกจหรือคูปองสมาชิกมีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ชุมชน และสะดวกต่อการเดินทาง และสถานที่กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ ป้ายชื่อของสถานที่ให้บริการเห็นได้ชัดเจน ป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น จุดรับรถ จุดชำระเงิน ห้องพักลูกค้า ห้องน้ำ เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานรับ - ส่งรถ มีความสุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน และอัธยาศัยไมตรีดี พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานมีประสบการณ์ มีความรู้ความชำนาญสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความปลอดภัยในด้านทรัพย์สิน มีระบบการดูแลควบคุมดี ไว้วางใจได้รวดเร็ว และของในรถจะไม่สูญหาย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ห้องพักรับรองสำหรับรอรับรถ เช่น หนังสือพิมพ์ ทีวี เครื่องดื่ม การตกแต่งสถานที่สวยงามน่าสนใจ และมีการจัดอุปกรณ์ และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการล้างรถอย่างเป็นระเบียบ 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโซว์คาร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องความหลากหลายของแพ็คเกจบริการ มีให้เลือก มีบริการรับชำระเงินด้วยเงินสด และบัตรเครดิต ราคาแพ็คเกจหรือคูปองสมาชิกมีความเหมาะสม และมีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอ

ลายมือชื่อนักศึกษา..... กิจจะพันธ์ กตเวที

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

**Independent study title:** Decision making on using a washing and maintaining car service at  
“Show Car Auto shop” in Pathumthani province

**Researcher:** Mr. Kijjaphan Gatavatee. Degree: Master of Business Administration (General Management).  
Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Klinjan.  
2) Assoc. Prof. Preecha Wattanapitthumrong. Academic year: 2012. 147 pp.  
Keyword: decision making on using, a washing and maintaining car service

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study decision making of customers on using a washing and maintaining car service at “Show car Auto shop” in Pathumthani province, and 2) to compare the decision making based on personal factors. The sample group consisted of 291 customers. Questionnaires were used as research tools. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results indicated that 1) the mean score of customers’ opinions on using the service was high. Broken down into aspects, product aspect such as having various service – colorizing, washing machine with solution, and continuously improving the service by using good quality and modernized product; price aspects such as issuing clear and precise price card, value for money (price vs. quality), reasonably-priced package and membership. Distribution aspect such as good location – situated near community and conveniently reached with plenty of space and enough parking lots, distinct nameplate, distinct directions- valet parking service area, cashier, customers lounge, and restroom etc; promotion aspect such as training for polite, obliging, and friendly, reliable and trustworthy staff, staff eager to serve the customers, experienced staff able to give advice and answer customers’ questions efficiently; service aspect such as security and property safety with efficient monitoring system safeguard against car theft and losses of belongings; physical aspect such as nicely decorated waiting rooms for customers waiting to pick up their cars with newspapers, television, beverages, and neatly arranged equipment for car care service; 2) results of the comparison of the means of decisions to use car care centers of customers classified by marital status and average monthly salary found that they differed significantly at .05 in terms of variety of service packages available, payment by cash and credit card service, packaged or coupon price for members, continuous improvement of service, having ample parking space.

Student’s signature..... Kijjaphan Gatavatee

Independent study advisor’s signature 1..... 2..... P. Muttar