

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท  
รูบี้คาร์เร็นท์ทอลล์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวจิตรพิ ทันดร

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ชูศรี เทียศิริเพชร

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท รูบี้คาร์เร็นท์ทอลล์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการรถเช่า จำนวนลูกค้า 364 ราย โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการรถตู้พร้อมพนักงานขับรถ จำนวนลูกค้า 291 ราย และ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการรถยนต์(เก๋ง)เช่าขับเอง เป็นจำนวน 73 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่ารถประเภทรถตู้พร้อมพนักงานขับรถ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษามากที่สุดคือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 20,001-30,000 บาท การเดินทางมาเชียงใหม่ ครั้งนี้มากกว่า 4 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเช่ารถครั้งนี้มากที่สุดคือ ใช้ส่วนตัวในการท่องเที่ยว มีระยะเวลาที่บริการครั้งนี้มากที่สุดคือ 2 วัน จำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าในครั้งนี้คือ 1 ครั้ง ขับ มีเหตุผลในการเลือกเช่ารถในการมาครั้งนี้คือ มั่นใจในความปลอดภัย การรู้จักบริษัทรูบี้คาร์เร็นท์ทอลล์ จำกัดคือญาติ พี่น้อง/เพื่อน แนะนำ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่ารถประเภทรถยนต์เก๋ง ขับเองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่การเดินทางมาเชียงใหม่ ครั้งนี้มากกว่า 4 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเช่ารถครั้งนี้มากที่สุดคือ ใช้ส่วนตัวในการท่องเที่ยว มี

ระยะเวลาที่บริการครั้งนี้มากที่สุดคือ 3 วัน มีจำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าในครั้งนี่มากที่สุดคือ 1 ครั้ง เหตุผลในการเลือกเช่ารถในการมาครั้งนี้ คือยี่ห้อและความทันสมัย และราคา การรู้จักบริษัทผู้บริการเร็นท์ทอลล์ จำกัดคือเว็บไซต์

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท ผู้บริการเร็นท์ทอลล์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ที่เช่ารถประเภทรถตู้พร้อมพนักงานขับรถ มีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาและมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจต่อบริการย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี ด้านราคา ได้แก่ ราคาเช่าตามรุ่นและยี่ห้อรถ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การติดต่อจองผ่านทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ด้านบุคลากร ได้แก่ มารยาทการขับขี่ของพนักงานขับ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการทันตามความต้องการ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ พนักงานขับรถแต่งกายชุดพนักงานเป็นเอกลักษณ์ สะอาด เรียบร้อย และความมั่นใจในความปลอดภัย

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท ผู้บริการเร็นท์ทอลล์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ที่เช่ารถประเภทรถยนต์(เก๋ง)ขับเอง มีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจต่อบริการย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี ด้านราคา ได้แก่ ราคาเช่าตามรุ่นและยี่ห้อรถ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การติดต่อจองผ่านทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ด้านบุคลากร ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขาย ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการทันตามความต้องการ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ พนักงานขับรถแต่งกายชุดพนักงานเป็นเอกลักษณ์ สะอาด เรียบร้อย และความมั่นใจในความปลอดภัย

**Independent Study Title** Customer Satisfaction Towards Car Rental Service of Ruby Car Rental Company Limited, Chiang Mai Province

**Author** Miss Chitrapee Tundorn

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisor** Associate Professor Chusri Taesiriphet

### **ABSTRACT**

The objective of this independent study was to examine customer satisfaction towards car rental service of Ruby Car Rental Company Limited, Chiang Mai Province. Research samples were 364 customers in total, of which 291 customers were from the van-with-driver renting group and 73 customers were from the car (sedan)-with-self drive renting group. Questionnaire was used as a research tool to collect data; then, all data derived were analyzed using the descriptive statistics, consisting frequency, percentage and mean.

The findings showed that most respondents in the van-with-driver renting group were married, 25-35 years old, female, private company employee, with Bachelor's degree or equivalence and with monthly income between 20,001-30,000 baht. They had visited Chiang Mai for over than 4 times. In this time, they rented the van-with-driver with the private leisure purpose for 2 days in duration and took the certain service at once during the visit. The main objective to use the van-with-driver service in this time was mentioned to the trust of safety. It was found out that the respondents were acknowledged about Ruby Car Rental Company Limited from relatives/friends' recommendation.

Regarding the respondents in the car (sedan)-with-self drive renting group, the result presented that most of them were married, 36-45 years old, male, private company employee, with Bachelor's degree or equivalence and with monthly income between 20,001-30,000 baht. They had visited Chiang Mai for over than 4 times. In this time, they rented the car-with-self drive with the private leisure purpose for 3 days in duration and took the certain service at once during the visit. The main objective to use the car-with-self drive service in this time was

mentioned to the car brands with modern models and price. It was found out that the respondents were acknowledged about Ruby Car Rental Company Limited from the website.

The result of study on customer satisfaction towards service marketing mix factors presented that the respondents in a van-with driver renting group highly satisfied with physical evidence and presentation, people, process, product or service, place and price factors, in orderly; but fairly satisfied with promotion factor.

The highest satisfactions found in each sub-factor were shown hereafter. In product factor, the highest satisfaction was given to the good capacity of the vehicles such as smooth working machines and fine lower portions. In price factor, the highest satisfaction was given to the pricing rate varying on the model and brand of vehicles. In place factor, the highest satisfaction was given to the possibility to make vehicle booking via telephone. In promotion factor, the highest satisfaction was given to the advertisement via Internet. In people factor, the highest satisfaction was given to the driving manner of drivers. In process factor, the highest satisfaction was given to the in-time services as needed. In physical evidence and presentation, the highest satisfaction was given to the unique, clean and polite outfit of officers, leading the customer to be affirmed of the safety.

The result of study on customer satisfaction towards service marketing mix factors presented that the respondents in a car-with self drive renting group highly satisfied with physical evidence and presentation, people, process, product or service, place and price factors, in orderly; but fairly satisfied with promotion factor.

The highest satisfactions found in each sub-factor were shown hereafter. In product factor, the highest satisfaction was given to the good capacity of the vehicles such as smooth working machines and fine lower portions. In price factor, the highest satisfaction was given to the pricing rate varying on the model and brand of vehicles. In place factor, the highest satisfaction was given to the possibility to make vehicle booking via telephone. In promotion factor the highest satisfaction was given to the advertisement via Internet. In people factor, the highest satisfaction was given to the driving manner of drivers. In process factor, the highest satisfaction was given to the in-time services as needed. In physical evidence and presentation, the highest satisfaction was given to the unique, clean and polite outfit of officers, leading the customer to be affirmed of the safety.