

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการรถเช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์ร็อค โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์ร็อค จำนวน 135 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้ สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์ร็อค ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46 - 55 ปี สัญชาติอเมริกัน การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพวิชาชีพเฉพาะ เช่น หนายความ แพทย์ ศิลปิน รายได้ต่อปีระหว่าง 30,001 – 40,000 US\$ มาเชียงใหม่เป็นครั้งแรก เช่ารถ โดยเหมาจ่ายต่อเส้นทาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ชำระค่าเช่ารถด้วยบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถ มากกว่า 200 US\$ ส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำให้เช่ารถจากพนักงานโรงแรมและ นิยมเช่ารถยี่ห้อ เมอซิเดสเบนซ์

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการเช่ารถของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเนอร์ร็อค พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีรถหลายยี่ห้อ ให้เลือกใช้ อุณหภูมิภายในรถและอุปกรณ์ภายในรถ

ด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเช่าตามรุ่นและยี่ห้อรถ อัตราค่าเช่าเหมาจ่ายต่อเส้นทางและอัตราค่าเช่าต่อวัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวกในการรับส่ง การติดต่อกับพนักงานสำนักงานที่โรงแรมและ การติดต่อขอเช่ารถกับสำนักงานขายต่างประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานสำนักงานให้คำแนะนำ การโฆษณาทางหนังสือและวารสารและการโฆษณาทางแผ่นพับ

ด้านบุคลากร ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นมิตรของพนักงานขับรถ ความพร้อมของพนักงานขับรถที่จะให้บริการทันทีที่ต้องการ และการตรงต่อเวลาของพนักงานขับรถ

ด้านกระบวนการ ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวก ในการจองและเช่ารถ บริการผ้าเย็นและน้ำดื่มและข้อมูลข่าวสารประจำวัน (หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ)

ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงแรมน่าเชื่อถือ พนักงานขับรถแต่งกายสะอาด มีชุดพนักงานเป็นเอกลักษณ์และความมั่นใจ ในความปลอดภัย

TE 158729

The objective of this study was to study the customer satisfaction towards car rental service of Winner Rock Partnership Limited Chiang Mai Province. The data was collected by questionnaires from 135 customers who take services from the company. The data was analyzed through frequency statistic, percentage, and mean. The result shows:

The majority of customer at Winner Rock Partnership Limited is male with American nationality, aged between 46 – 55 years old, graduated and married. Most of the company targets are professional people such as lawyer, doctor, and artist; who are having annual income between 30,001 US\$ and 40,000 US\$. In addition, they visited Chiang Mai for the first time and used car rental service for one time for leisure purpose. The well-liked payment method is credit card which expenditure of their trip is more than 200 US\$ besides they had got the recommendation trip from hotel's staffs; Mercedes Benz is their preference made of vehicle.

The study of customer satisfaction towards car rental services at Winner Rock Partnership Limited revealed that the target market are highly satisfied regarding the service marketing mix which included product or service, price, place (distribution), promotion, people, process and physical evidence respectively.

Product – the first 3 satisfactions are: the variety of vehicles, the comfortable temperature in vehicles, and the fully facilities in vehicles.

Price – the first 3 satisfactions are: the pricing rate varies on made and model of vehicles, the rental rate by route, and the rental rate per day and per hour.

Place (distribution) – the first 3 satisfactions are: contacting through hotel's staffs, availability of the company office in the hotel, and contacting via oversea agencies.

Marketing Promotion – the first 3 satisfactions are: recommendation by the company officers, advertising in journals and magazines, and placing brochures and fliers.

People – the first 3 satisfactions are: friendliness, prompt at service, and punctuality of driver.

Process – the first 3 satisfactions are: the convenient to reserve and rent vehicles, the availability of cold towel and water, and the accessibility of up-to-date medias in vehicles.

Physical Evidence – the first 3 satisfactions are: fame of the hotel, hygienic and unique driver's uniform.