

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการของ  
ร้านคัลเลอร์แมนเนจเม้นท์ จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นายศราวุธ พันธุ์ยง

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ** อาจารย์ ดร. โรจนา ธรรมจินดา

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการจากร้านคัลเลอร์แมนเนจเม้นท์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการร้านคัลเลอร์แมนเนจเม้นท์ จำนวน 290 คน ซึ่งเก็บข้อมูลในช่วงเดือน ธันวาคม 2555 ถึง สิงหาคม 2556 แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า และแนวความคิดของคุณภาพการบริการ ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้านคัลเลอร์แมนเนจเม้นท์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมาก ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ วัสดุปลอดภัยในทรัพย์สินและรถยนต์เมื่อมาใช้บริการที่ร้าน 2) รองลงมาเป็นคุณภาพบริการด้านความมั่นคงปลอดภัยของร้าน บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ มีการรักษาความปลอดภัยต่อรถยนต์และทรัพย์สินของลูกค้า 3) ด้านความน่าเชื่อถือ บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน 4) ด้านสมรรถภาพหรือความสามารถในการให้บริการ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ ช่างงานมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า และ 5) ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าโดยเร็ว

สำหรับ 5 ด้านของคุณภาพการให้บริการของร้าน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 1) ด้านการเข้าถึงบริการ การอำนวยความสะดวก

สะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ ลูกค้าสามารถเลือกชำระค่าบริการและค่าอะไหล่ด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตได้ตามความต้องการ 2) รองลงมาด้านการติดต่อสื่อสาร บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ เว็บไซต์ของร้านมีข้อมูลครบถ้วน ค้นหาได้ง่าย 3) ด้านความมีธรรมาภิบาล หรือความสุภาพ และความเป็นมิตร บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า 4) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของร้าน บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ อะไหล่และสินค้าที่จำหน่ายในร้านมีความหลากหลาย เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และ 5) ด้านความเข้าใจและรู้จักบริการของร้าน บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ ร้านประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมไม่เอาเปรียบลูกค้า

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Independent Study Title</b>   | Customer Satisfaction Towards Service Quality of Color Management Shop, Chiang Mai Province |
| <b>Author</b>                    | Mr. Sarawoot Phanyong   |
| <b>Degree</b>                    | Master of Business Administration   |
| <b>Independent Study Advisor</b> | Dr. Rojana Thammajinda  |

### **ABSTRACT**

The study aims to assess customer satisfaction towards service quality of the Color Management Shop, Chiang Mai Province. Data collections are conducted by using the questionnaire. The sample included 290 customers of the Color Management Shop between December 2012 to August 2013. Data analysis are done based on the satisfaction and service quality conceptual framework. The study results are as follow;

Over all, the respondents were satisfied with service quality of the Color Management Shop at ‘most satisfied’ and ‘very satisfied’ levels. For the ‘very satisfied’ level, there were 5 factors in order of priority as follows; 1) trustworthy service which the first priority component is that, customers feel safe with their car and personal things in their car, 2) secured and safe service quality which the first priority component is that, the shop assured for the safety of customers’ personal things and cars, 3) creditability which the first priority component is that, the shop served international standard for customers, 4) competency and proficiency in service which the first priority component is that, customers were satisfied with the quality works, and 5) responsible for customers’ demand which the first priority component is that, all staffs were ready to solve the problem.

For the ‘somewhat satisfied’ level, there were 5 factors in order of priority as follows; 1) accessible and comfortable for customers which the most satisfied component is that, they have 2 optional payment for spare parts and service charge; cash or credit card, 2)

communication which the most satisfied component is that, there was fully information in shop's website that customers can search easily, 3) polite, friendly and hospitality which the most satisfied component is that, all staffs were friendly to customers, 4) tangibility on service quality which the most satisfied component is that, the shop had a variety of spare parts and merchandises in response to customers' demand, and 5) sympathetic and service mind which the most satisfied component is that, the shop deals with fairness and never takes advantage on customers.