

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท
วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวณัชชาวิทย์ เลิศอัษฎางค์กุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ ธีรานุกพัฒนา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 340 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน คือ Paired t-test ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน เช่น รถเก๋ง ยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้เป็นประจำ โตโยต้า (Toyota) วิธีการรู้จักช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด คือ บริษัทประกันภัยแนะนำ การเข้ารับบริการช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ช่อมอเตอร์ยนต์จำนวนการใช้บริการช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด (ครั้งต่อปี) 1-2 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่ช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 5,001 – 15,000 บาท บริษัทประกันภัยเป็นบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่ช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี มากที่สุด และสาเหตุในการเลือกใช้บริการช่อมอเตอร์ยนต์ของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของร้าน

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วิ. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจต่อคุณภาพการให้บริการ และสามารถเรียงลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า และปัจจัยด้านการตอบสนอง และผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความพึงพอใจต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านนี้ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ คือ พนักงานของอู่ซ่อมรถยนต์ มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซ่อม เคาะ ฟันสี และ บริการต่างๆ แก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ คือ พนักงานของอู่ซ่อมรถยนต์ แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ สุจริต โดยรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า คือ กรณีมีเรื่องร้องเรียนหรือเรื่องด่วนจะได้รับการช่วยเหลือจากพนักงานเป็นอย่างดี ด้านการตอบสนอง คือ พนักงานของอู่ซ่อมรถยนต์ สามารถนำรถไปส่งให้กับลูกค้านอกเวลาทำงานปกติ (หลัง 17.00 น.) หรือตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการได้ เช่น ที่บ้าน ที่ทำงาน เป็นต้น และ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ อู่ซ่อมรถยนต์มีเอกสารรับรถยนต์ที่มีรายละเอียดชัดเจนและเชื่อถือได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Service Quality of V.N.
Auto Body Company Limited, Chiang Mai Province

Author Miss Nashari Loetatsadangkun

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr. Adisak Theeranuphattana

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring customer satisfaction towards service quality of V.N. Auto Body Company Limited, Chiang Mai Province. Data were collected from 340 customers of V.N. Auto Body Company Limited via questionnaires, which were gathered and then analyzed using descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean, as well as inferential statistics composing of paired t-test. The results of the study could be summarized as followed:

Based upon the findings, most respondents were males, aged between 31-40 years old, married and graduated with High Vocational Certificates or Diplomas. Most of them worked for private companies, earning approximately 25,001 – 35,000 Baht per month. They used passenger cars for no more than 7 passengers such as Sedans. The most common brand they used was Toyota. They heard of V.N. Auto Body Company Limited from the referral of their insurance companies. In the past 12 months, they came to V.N. Auto Body Company Limited mostly for Body Paint Service. They usually came to V.N. Auto Body Company Limited 1 – 2 times per year, spending approximately 5,001 – 15,000 Baht for each visit. Their insurance companies played the most important role in their decision to select V.N. Auto Body Company Limited. And the most important reason for them to choose V.N. Auto Body Company Limited was the good reputation.

From the study of customer satisfaction towards service quality of V.N. Auto Body Company Limited, it was found that, overall, the respondents were delighted with the service quality. To be more specific, it was found that the respondents were delighted with Assurance and Reliability. In addition, they were satisfied with Empathy and Responsiveness. However, they were unsatisfied with Tangibles. For each service quality, the highest-averaged sub-factors were as followed: For Assurance, it was that the employees were knowledgeable in providing customers information regarding engine fixing, body fixing, body painting and other services. For Reliability, it was that the employees were honest and trustworthy with customers' personal information. For Empathy, it was that the employees offered prompt and pleasant service in case of emergencies or complaints. For the Responsiveness, it was that the employees could deliver the customers' car after business hours (after 5 PM) to any places designated by the customers such as their homes or their offices. And for Tangibles, it was that there were detailed and reliable documents for customers for the service.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved