

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตราหือและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของ คอตโต้สตูดิโอ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนาที่มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าผู้ที่เคยใช้บริการที่ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ และเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งหมด 355 ราย ประกอบด้วย เจ้าของบ้าน จำนวน 249 ราย และสถาปนิก มัณฑนากร จำนวน 106 ราย หลังจากนั้นนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science, SPSS) โดยใช้วิธีการทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย จำนวน (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) รวมถึงการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่าง (Independent Sample T-Test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของภาพลักษณ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation) เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของ คอตโต้ สตูดิโอ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.80 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.20 และมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.40 รองลงมาคือ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.70 ตามลำดับ มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.32 รองลงมาได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.75 และมีรายได้ระหว่าง 20,001– 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับเป็นเจ้าของบ้าน คิดเป็นร้อยละ 70.90 และเป็นสถาปนิกและ

มันชนากกร คิดเป็นร้อยละ 29.90 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.94 รองลงมา คือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 22.54 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.45 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 5.07 ตามลำดับ และส่วนใหญ่สนใจใช้บริการสอบถามข้อมูลเรื่องราคาและคุณสมบัติสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.61 รองลงมา คือบริการเช็คสต็อกสินค้า แผนผลิต และผู้แทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 56.34 และบริการกระเบื้องตัวอย่างและแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 50.99ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 รับรู้ภาพลักษณ์การบริการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่

การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโออยู่ในระดับ “ดีมาก” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.68 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ มากที่สุดในเรื่องบุคลิกภาพอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.76 โดยมีปัจจัยย่อยเรื่องความยิ้มแย้มแจ่มใส มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.85 รองลงมาคือ กิริยามารยาท มีค่าเฉลี่ย 4.81 ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.73 และ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.66 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ในปัจจัยด้านความรู้ความสามารถอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.54 โดยมีปัจจัยย่อยเรื่องรอบรู้และรู้จริงในการบริการของคอตโต้สตูดิโอ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ มีความชำนาญให้บริการรวดเร็ว ว่องไว มีค่าเฉลี่ย 4.55 มีความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถาม มีค่าเฉลี่ย 4.54 และมีความรอบคอบให้บริการถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ในปัจจัยด้านการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.74 โดยมีปัจจัยย่อยเรื่อง กระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมาคือ มีน้ำใจเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.78 พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.75 และมีพนักงานเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.64 ตามลำดับ

การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการด้านสถานที่ที่ให้บริการ พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการในด้านสถานที่ที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ “ดี” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านสถานที่ที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ มากที่สุดในเรื่องสถานที่ให้บริการมีความสะอาดและได้มาตรฐาน อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมาคือ การมีห้องน้ำเพียงพอ และสะอาดอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.78 มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ที่สะดวกสบาย

อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.55 การใช้บริการได้หลายช่องทาง เช่น สตูดิโออินเทอร์เน็ต, Call center และตัวแทนจำหน่าย อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.16 ท่าเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีที่จอดรถเพียงพอและเดินทางสะดวก อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.75 และมีป้ายบอกสถานที่ และเวลาทำการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการด้านด้านการดำเนินการบริการ พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการในด้านการดำเนินการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ “ดี” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านการดำเนินการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ มากที่สุดในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.61 การให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 การดูแลลูกค้ากรณีเกิดการล่าช้าในการให้บริการ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.09 และการสาธิตการใช้โปรแกรม 3D Web อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปคือในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการของคอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ “ดี” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.43 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์มากที่สุดในด้านบุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.68 รองลงมาคือ ด้านการดำเนินการบริการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.34 และด้านสถานที่ที่ให้บริการ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงามทันสมัยและสะอาด และเรื่องพนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่สุภาพเรียบร้อยเหมาะสมมากที่สุด อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมาคือ ห้องสุขามีเพียงพอและสะอาด อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70 เรื่องอุปกรณ์ที่ให้บริการ (คอมพิวเตอร์, ปากกา, ดินสอ) อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 รูปแบบการจัดแสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 และความหลากหลายของสินค้าที่จัดแสดง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability)

พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการบริการเป็นที่ประทับใจ เช่น มีความรวดเร็วมีระบบสนับสนุนต่างๆ เช่น บริการเช็คสินค้า online, เช็คแผนผลิต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ การบริการที่ตรงต่อเวลา เช่นการติดตามงานเพื่อแจ้งความคืบหน้าให้แก่ลูกค้าทราบ และจำนวนพนักงานที่มีเพียงพอสำหรับให้บริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 เท่ากัน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า

(Responsiveness) พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.53 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 เรื่องการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.49 และเรื่องความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงาน อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance)

พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.52 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของตอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 และเรื่องการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.49 และการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และเช็คสินค้าพร้อมขายที่ร้านผู้แทนจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อ

ผู้รับบริการ (Empathy) พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้าน ความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.69 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานมีความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส อยู่ในระดับมากที่สุด มี

ค่าเฉลี่ย 4.77 รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 เรื่องการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าพนักงานให้บริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70 พนักงานมีความเต็มใจในการช่วยเหลือ แนะนำบริการอย่างสม่ำเสมอและพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจกับลูกค้าเป็นอย่างดี อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 และพนักงานเอาใจใส่ เข้าใจและนำเสนอบริการที่ตรงใจลูกค้า อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.62 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุประดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคอตโต้ สตูดิโอ พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับ “มากที่สุด” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.69 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมาคือ ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านความน่าเชื่อถือมีใจ (Assurance) อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 รับรู้ภาพลักษณ์การบริการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ สาขา เชียงใหม่จำแนกตามประเภทลูกค้า

ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “ดีมาก” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาคือ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.60 และความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ ในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับ “ดีมาก” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมาคือ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.80 และความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ด้านสถานที่ที่ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านสถานที่ที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “ดี” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและได้มาตรฐาน และมีห้องน้ำ บริการเพียงพอ และสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.83 เท่ากัน รองลงมา

คือ มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ที่สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.54 และการใช้บริการได้หลายช่องทาง เช่น สตูดิโอ อินเทอร์เน็ต, Call center มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านสถานที่ที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “ดี” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมาคือ มีห้องน้ำ บริการเพียงพอและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และมีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ที่สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ด้านการดำเนินการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านการดำเนินการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “ดี” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.54 และการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการในด้านการดำเนินการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “ดี” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 4.59 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่จำแนกตามประเภทลูกค้า

ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัยและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.89 รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่สุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.73 และห้องสุขามีเพียงพอและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.61 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่สุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.82

รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัยและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และห้องสุขามีเพียงพอและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.73 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มาก” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริการที่ตรงต่อเวลา เช่น การติดตามงานเพื่อแจ้งความคืบหน้าให้แก่ลูกค้าทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมาคือ การบริการเป็นที่ประทับใจ เช่น มีความรวดเร็ว มีระบบสนับสนุนต่างๆ เช่น บริการเช็คสินค้า online, เช็คแผนผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.55 และจำนวนพนักงานที่มีเพียงพอสำหรับให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จำนวนพนักงานที่มีเพียงพอสำหรับให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ การบริการเป็นที่ประทับใจ เช่น มีความรวดเร็ว มีระบบสนับสนุนต่างๆ เช่น บริการเช็คสินค้า online, เช็คแผนผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.56 และการบริการที่ตรงต่อเวลา เช่นการติดตามงานเพื่อแจ้งความคืบหน้าให้แก่ลูกค้าทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า และพนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.59 เท่ากัน และความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.57 ความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงาน และการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.45 เท่ากัน ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของ

คอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของคอตโต้ สตูดิโอ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และเช็คสินค้าพร้อมขายที่ร้านผู้แทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของคอตโต้ สตูดิโอ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.59 และการให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และเช็คสินค้าพร้อมขายที่ร้านผู้แทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.36 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 4.82 เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานมีความเต็มใจในการช่วยเหลือ แนะนำบริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.71 และพนักงานให้บริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.65 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ และพนักงานให้บริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.72 และการให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจกับลูกค้าเป็นอย่างดี และพนักงานเอาใจใส่ เข้าใจและนำเสนอบริการที่ตรงใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.69 เท่ากัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์ 3 ด้านของคอตโต้ สตูดิโอ **เชิงใหม่ ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ** **เชิงใหม่**

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Person Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระ (ภาพลักษณ์การบริการในองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้าน

บุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน) และตัวแปรตาม (ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ โดยประเมินจากปัจจัย 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) พบว่าด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันสูง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันปานกลางกับ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ (Tangible) และด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) และมีความสัมพันธ์กันน้อย กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความพร้อมในการ ตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันสูง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (จากตารางที่ 25)

เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับ ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ทั้ง 5 มิติ โดยแบ่งตามประเภทลูกค้าทั้ง สถาปนิกและมัณฑนากร กับเจ้าของบ้าน พบว่า ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากรมีค่า ความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.560 (จากตารางที่ 26) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมี

ความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.3 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านสถานที่ และองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด (มีค่า Beta = .692) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านสถานที่ (ค่า Beta = .181) ส่วนองค์ประกอบด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.709 (จากตารางที่ 27) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 50.2 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด (มีค่า Beta = .477) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านสถานที่ (ค่า Beta = .300) และองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน (มีค่า Beta = .078) ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.712 (จากตารางที่ 28) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 50.7 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) มากที่สุด (มีค่า Beta = .533) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านบุคลากร (ค่า Beta = .250) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.788 (จากตารางที่ 29) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 62.1 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) มากที่สุด (มีค่า Beta = .509) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านบุคลากร (ค่า Beta = .392) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของผู้บริโภคกลุ่ม

สถาปนิกและมัณฑนากร พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.889 (จากตารางที่ 30) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 79.1 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบพบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มากที่สุด (มีค่า Beta = .513) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านสถานที่ (ค่า Beta = .172) และองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน (มีค่า Beta = .114) ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.787 (จากตารางที่ 31) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 61.9 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มากที่สุด (มีค่า Beta = .550) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน (ค่า Beta = .428) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ

เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.833 (จากตารางที่ 32) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้น สามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 69.4 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และ ด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) มากที่สุด (มีค่า Beta = .478) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านบุคลากร (ค่า Beta = .440) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้านพบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.864 (จากตารางที่ 33) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้น สามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 74.7 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และ ด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) มากที่สุด (มีค่า Beta = .548) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านบุคลากร (ค่า Beta = .547) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของผู้บริโภคกลุ่มสถานศึกษา พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.871 (จากตารางที่ 34) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 75.9 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) มากที่สุด (มีค่า Beta = .700) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน (ค่า Beta = .222) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.878 (จากตารางที่ 35) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 77.1 เมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือทางสถิติในการทดสอบ พบว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร และด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) มากที่สุด (มีค่า Beta = .618) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านการดำเนินงาน (ค่า Beta = .503) ส่วนองค์ประกอบด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อระดับ

ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ตราหือและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่

ลูกค้ามีการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ โดยแยกออกเป็นแต่ละด้าน (ตารางที่ 7-9) พบว่า

ภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ “ดีมาก” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.68 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการใช้บริการด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บุคลิกภาพโดยอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.76 โดยมีปัจจัยย่อยที่อยู่ในระดับดีมาก เรื่องความยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 4.85 รองลงมาคือ กิริยามารยาท มีค่าเฉลี่ย 4.81 ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.73 และ การแต่งการสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.66 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ในปัจจัยด้านความรู้ความสามารถอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.54 โดยมีปัจจัยย่อยเรื่องรอบรู้และรู้จริงในการบริการของคอตโต้สตูดิโอ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ มีความชำนาญให้บริการรวดเร็ว ว่องไว มีค่าเฉลี่ย 4.55 มีความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถาม มีค่าเฉลี่ย 4.54 และมีความรอบคอบให้บริการถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ในปัจจัยด้านการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.74 โดยมีปัจจัยย่อยเรื่อง กระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมาคือ มีน้ำใจเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.78 พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.75 และมีพนักงานเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.64 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์บริการด้านสถานที่ที่ให้บริการ มีการรับรู้จะอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านสถานที่ที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ มากที่สุดในเรื่องสถานที่ให้บริการมีความสะอาดและได้มาตรฐานอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมาคือ การมีห้องน้ำเพียงพอและสะอาดอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.78 มีที่นั่งสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ที่สะดวกสบาย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.55 การใช้บริการได้หลายช่องทาง เช่น สตูดิโอ อินเทอร์เน็ต, Call center และตัวแทนจำหน่าย อยู่

ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.16 ท่าเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีที่จอดรถเพียงพอและเดินทางสะดวก อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.75 และมีป้ายบอกสถานที่ และเวลาทำการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ด้านการดำเนินการของคอตโต้ สตูดิโอ มีการรับรู้อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านการดำเนินการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ มากที่สุดในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.61 การให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 การดูแลลูกค้ากรณีเกิดการล่าช้าในการให้บริการ อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.09 และการสาธิตการใช้โปรแกรม 3D Web อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาการรับรู้ภาพลักษณ์ทั้ง 3 ด้านโดยจำแนกตามประเภทลูกค้า (จากตารางที่ 17-19) พบว่า ในกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากรมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดดเด่นในด้านสถานที่ให้บริการมีความสะอาดและได้มาตรฐาน และด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้อยในด้านความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถามและรอบคอบให้บริการอย่างแม่นยำของบุคลากรผู้ให้บริการและการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม

ส่วนลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้านมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดดเด่นในด้านบุคลากรมีกิจกรรมการตลาด ยิ้มแย้มแจ่มใส และสถานที่ให้บริการมีความสะอาดได้มาตรฐาน และมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้อยในด้านท่าเลที่ตั้ง ที่จอดรถ มีป้ายบอกชัดเจนและการดูแลในกรณีล่าช้า

ซึ่งผลการอภิปรายสอดคล้องกลับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ของสมิต สัชนุกร (2543) ที่กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากการสร้างความรู้สึกที่ดีทั้งด้านบุคคล สถานที่ และด้านนโยบายการดำเนินงาน ย่อมช่วยให้เกิดภาพลักษณ์อันงดงาม ดังนี้

ด้านบุคลากร จะต้องสร้างความรู้สึกให้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือน่ายกย่อง ไม่มีข้อรังเกียจใดๆ ทั้งในเรื่องบุคลิกภาพและกิจกรรมการตลาด บุคลากรพูดจาสุภาพนุ่มนวล เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพ ทำงานมีประสิทธิภาพ กระตือรือร้นรวดเร็ว ว่องไว

ด้านสถานที่ ต้องสะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั้งด้วยการสัมผัสและการมองเห็น การรักษาความสะอาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ การลงทุนก็ไม่มากแต่ให้ผลคุ้มค่า รวมถึงต้องมีการจัด

สถานที่ตลอดจนอุปกรณ์สำนักงาน ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีป้ายบอกชื่อของหน่วยงานชื่อ ตำแหน่งหน้าห้อง ป้ายบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ รวมทั้งขั้นตอนวิธีติดต่อกันแผนกต่างๆที่ชัดเจน

ด้านการดำเนินงาน ต้องให้ความรู้สึกเชื่อมั่นได้ว่าชื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส เป็นธรรมชาติ ไม่คดโกง หรือเอาเปรียบลูกค้าและสังคมกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการนอกจากจะเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยพิจารณาจากคุณภาพการบริการที่จะได้รับแล้วยังพิจารณาจากภาพลักษณ์ของธุรกิจหรือการบริการประกอบด้วย

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ

ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัยและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.89 รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่สุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.73 และห้องสุขามีเพียงพอและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.61 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่สุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.82 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงาม ทันสมัยและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และห้องสุขามีเพียงพอและสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.73 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มาก” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริการที่ตรงต่อเวลา เช่น การติดตามงานเพื่อแจ้งความคืบหน้าให้แก่ลูกค้าทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมาคือ การบริการเป็นที่ประทับใจ เช่น มีความรวดเร็ว มีระบบสนับสนุนต่างๆ เช่น บริการเช็คสินค้า online, เช็คแผนผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.55 และจำนวนพนักงานที่มีเพียงพอสำหรับให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จำนวนพนักงานที่มีเพียงพอสำหรับให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ การบริการเป็นที่ประทับใจ เช่น มีความรวดเร็ว มีระบบสนับสนุนต่างๆ เช่น บริการเช็คสินค้า online, เช็คแผนผลิต

มีค่าเฉลี่ย 4.56 และการบริการที่ตรงต่อเวลา เช่นการติดตามงานเพื่อแจ้งความคืบหน้าให้แก่ลูกค้า ทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า และพนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.59 เท่ากัน และความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.57 ความสามารถในการตอบข้อซักถามของพนักงาน และการให้คำแนะนำในการเลือกสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.45 เท่ากัน ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของคอตโต้ สตูดิโอ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และเช็คสินค้าพร้อมขายที่ร้านผู้แทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของคอตโต้ สตูดิโอ มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่สร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.59 และการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และ เช็คสินค้าพร้อมขายที่ร้านผู้แทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.36 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีความพึงพอใจในบริการด้านความเข้าใจ และ

ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 4.82 เท่ากัน รองลงมาคือพนักงานมีความเต็มใจในการช่วยเหลือ แนะนำบริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.71 และพนักงานให้บริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.65 ตามลำดับ

กลุ่มเจ้าของบ้านมีความพึงพอใจในบริการในด้านความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของคอตโต้ สตูดิโอ โดยรวมในระดับ “มากที่สุด” โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ และพนักงานให้บริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 4.72 และการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำทันสมัย เช่น การเช็คสินค้า online เช็คแผนผลิต และ พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจกับลูกค้าเป็นอย่างดี และ พนักงานเอาใจใส่ เข้าใจและนำเสนอบริการที่ตรงใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.69 เท่ากัน ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพบริการของคอตโต้ สตูดิโอ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพบริการของ คอตโต้ สตูดิโอ พบว่าด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันสูง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่น ใจวางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันปานกลางกับ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) และด้านความเชื่อมั่น ใจวางใจได้ (Reliability) และมีความสัมพันธ์กันน้อย กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันสูง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่น ใจวางใจได้ (Reliability)

ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัจฉกร (2543) และ วิทยา ค่านธำรงกุล (2544) ซึ่งกล่าวว่า “การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากการสร้างความรู้สึกที่ดีทั้งด้านบุคคล สถานที่ และด้านนโยบายการดำเนินงานย่อมช่วยทำให้เกิดภาพลักษณ์อันงดงาม และภาพลักษณ์นั้นมีส่วนสำคัญในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมที่ลูกค้าจะมีต่อสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ เสมอ

และเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์การวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาและตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบลักษณะการบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในองค์ประกอบทั้ง 5 มิติ โดยจำแนกตามกลุ่มพบว่า ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.560 (จากตารางที่ 26) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.3 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด (มีค่า Beta = .692) ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้านพบว่า มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.709 (จากตารางที่ 27) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 50.2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มี

ความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด (มีค่า Beta = .477)

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากรพบว่ามีความสัมพันธ์เท่ากับ 0.712 (จากตารางที่ 28) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 50.7 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) มากที่สุด (มีค่า Beta = .533) ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีความสัมพันธ์เท่ากับ 0.788 (จากตารางที่ 29) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 62.1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) มากที่สุด (มีค่า Beta = .509)

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากรพบว่ามีความสัมพันธ์เท่ากับ 0.889 (จากตารางที่ 30) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 79.1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความ

พร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มากที่สุด (มีค่า Beta = .513) ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.787 (จากตารางที่ 31) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 61.9 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มากที่สุด (มีค่า Beta = .550)

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.833 (จากตารางที่ 32) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 69.4 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) มากที่สุด (มีค่า Beta = .478) ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.864 (จากตารางที่ 33) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 74.7 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) มากที่สุด (มีค่า Beta = .548)

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของผู้บริโภคกลุ่มสถาปนิกและ มัณฑนากร พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.871 (จากตารางที่ 34) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 75.9 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) มากที่สุด (มีค่า Beta = .700) ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้านพบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.878 (จากตารางที่ 35) หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง โดยมีความน่าเชื่อถือของสมการในภาพรวมที่ 95% พบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถอธิบายระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ได้ร้อยละ 77.1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) สามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบด้านการบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) มากที่สุด (มีค่า Beta = .618)

ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการด้านการตลาด

- ถึงแม้การรับรู้ต่อภาพลักษณ์การบริการในด้านบุคลากรที่ให้บริการของคอตโต้ สตูดิโอ อยู่ในระดับ “ดีมาก” มีค่าเฉลี่ยรวม 4.68 แต่ก็มีข้อสังเกตในปัจจัยย่อยด้านความรู้ความสามารถ ถึงแม้มีการรับรู้ในระดับดีมาก แต่ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้มีค่าค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับความรอบคอบ แม่นยำในการให้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการทำเอกสารราคาขายปลีก ที่ปกติ เจ้าหน้าที่จะจัดทำให้ลูกค้ามีข้อผิดพลาด หรือตกหล่น ทำให้ต้องเสียเวลาในการจัดทำให้ลูกค้าใหม่ ดังนั้นจึงเป็นข้อที่ควรปรับปรุง ควรมีการตรวจสอบข้อผิดพลาดก่อนส่งให้ลูกค้า

- ภาพลักษณ์บริการด้านสถานที่ให้บริการ ถึงแม้การรับรู้จะอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 แต่ก็มีข้อสังเกตในปัจจุบันย่อส่วนที่จอดรถและมีป้ายบอกสถานที่และเวลาทำการอย่างชัดเจน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของคะแนนที่มีค่าค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ทาง คอตโต้ สตูดิโอ ควรมีการปรับปรุงเรื่องที่จอดรถ และป้ายบอกสถานที่ ให้มีเพิ่มเติมเพื่อลูกค้าจะได้สะดวกและสังเกตเห็นมากขึ้น

- ภาพลักษณ์ด้านการดำเนินการของคอตโต้ สตูดิโอ ถึงแม้การรับรู้จะอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 แต่ก็มีข้อสังเกตในปัจจุบันย่อส่วนด้านการสาธิตโปรแกรม 3D Web ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของคะแนนค่อนข้างต่ำ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความซับซ้อนของโปรแกรม การใช้งานทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ยากและไม่สามารถทำเองได้ ดังนั้นทางคอตโต้ สตูดิโอ จึงควรให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพิ่มการอธิบายในจุด 3D Web ให้มากขึ้น หรือพิจารณาเปลี่ยน โปรแกรม DO IT YOURSELF ที่มีความง่ายต่อการใช้งานของลูกค้ามากขึ้น

และเมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์การบริการ ประกอบด้วย ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ และด้านการดำเนินการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มากน้อยแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าดังนั้นข้อเสนอแนะจึงแบ่งตามประเภทลูกค้าดังนี้

กลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร

1. การรับรู้ภาพลักษณ์ในเรื่องความรู้ความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับดี ซึ่งต่างจากกลุ่มเจ้าของบ้านที่มีการรับรู้อยู่ในระดับดีมาก หมายถึงลูกค้ากลุ่มสถาปนิกมีความคาดหวังกับความรู้ความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่าที่เป็น ดังนั้นควรมีการคัดเลือกพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเฉพาะ และจัดอบรม ฝึกฝนพนักงานในเรื่องความรู้ในการแนะนำสินค้าและความรู้เชิงลึกในด้านที่เกี่ยวกับงานออกแบบ เทคนิคในการติดตั้งต่างๆ เพื่อตอบข้อซักถามและช่วยแนะนำลูกค้ากลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร โดยเฉพาะ

2. ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เรื่องความหลากหลายของสินค้าที่จัดแสดง อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำ ซึ่งลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นตรงกัน ดังนั้นทางคอตโต้ ควรมีการปรับปรุงโดยมีการจัดการเรื่องสินค้าตัวอย่างที่ดีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเพิ่มเติมสินค้าใหม่ซึ่งมีออกทุกเดือนเพื่อตอบสนองลูกค้าและเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น ควรมีการสร้างระบบการจัดส่งสินค้าใหม่เพื่อนำมาจัดแสดงที่ศูนย์บริการได้อย่างรวดเร็ว โดยจัดให้มีการส่งแบบอัตโนมัติทันทีเมื่อสินค้าใหม่ออกทุกๆเดือน

3. เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้านได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภค

กลุ่มสถาปนิกและมัณฑนากร พบว่า องค์กรประกอบด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้านที่ องค์กรประกอบด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด ดังนั้นในการให้บริการลูกค้าในกลุ่มนี้ พนักงานควรให้ความสำคัญในองค์กรประกอบย่อยดังนี้ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การให้คำแนะนำในการเลือกสินค้าและเสนอไอเดียการตกแต่งเพิ่มเติม การสาธิตการใช้โปรแกรม 3D Web การดูแลในกรณีเกิดการล่าช้าในการให้บริการ เป็นต้น

กลุ่มเจ้าของบ้าน

1. การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านสถานที่ให้บริการเรื่องทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีที่จอดรถเพียงพอและเดินทางสะดวก มีป้ายบอกสถานที่และเวลาทำการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับ ดี แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ซึ่งลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นตรงกัน ดังนั้นทางคอตโต้ สตูดิโอ ควรเพิ่มการติดตั้งป้ายที่ชัดเจน รวมถึงป้ายทางหลวงเพื่อบอกระยะทางในการมาถึงคอตโต้ สตูดิโอ ด้วยและยังช่วยสร้าง Awareness ให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อีกทางหนึ่ง

2. ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เรื่องรูปแบบการจัดแสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำ อาจเนื่องมาจากการจัดแสดงที่หยาบจืดจางและส่วนใหญ่มีการโชว์สินค้าแบบเป็นแผ่นๆ เพื่อให้มีความหลากหลายมากที่สุด แต่อาจไม่สามารถช่วยให้ลูกค้าเจ้าของบ้านตัดสินใจเลือกสินค้าได้เพราะไม่มีความเชี่ยวชาญในการเลือกสินค้าจากการโชว์เป็นแผ่นๆ มองไม่เห็นภาพห้องที่ต้องการ ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงรูปแบบการจัดแสดงสินค้าที่เป็นห้อง Mock up ให้มากขึ้น แต่เนื่องจากพื้นที่มีอย่างจำกัด อาจใช้คอมพิวเตอร์จัดแสดงห้องตัวอย่างที่มีการจัดทำเป็น Idea design ไว้ตามฟังก์ชันเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า และอาจให้พนักงานประจำอยู่ที่เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่ออธิบายและจัดทำภาพการ matching กระเบื้องผ่านโปรแกรม 3D Web แทนการปรับ display ที่ยุ่งยากและต้องใช้งบประมาณมาก

3. เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ขององค์กรประกอบภาพลักษณ์การบริการ 3 ด้านได้แก่ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านการดำเนินงาน ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของผู้บริโภคกลุ่มเจ้าของบ้าน พบว่า องค์กรประกอบด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรม

ของการบริการ (Tangible) มากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มสถาบันและมัณฑนากรที่องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มากที่สุด ดังนั้นในการให้บริการลูกค้าในกลุ่มนี้ พนักงานควรให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยดังนี้ บุคลิกภาพ การแต่งการสุภาพเหมาะสม กริยามารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส ความน่าเชื่อถือ ความรู้ความสามารถ ความกระตือรือร้น และความพร้อมที่จะให้บริการเป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ในการที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
- แบบสอบถามในส่วนของแบบวัดการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของผู้บริโภคในองค์ประกอบย่อยด้านสถานที่ยังไม่ครบถ้วน ควรเพิ่มเรื่อง ความน่าสนใจของการจัดแสดงสินค้า เพื่อนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการต่อไป
- ควรมีการขยายขอบเขตการทำวิจัยในกลุ่ม Influencer อื่นเช่น ผู้รับเหมาเจ้าของโครงการ และบริษัทรับสร้างบ้านเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการวางแผนการให้บริการให้สอดคล้องกับผู้บริโภค เพื่อเกิดประโยชน์ในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการที่คอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ต่อไป
- ควรมีการขยายการศึกษาให้ครอบคลุมปัจจัยทางจิตวิทยาอื่นๆ ประกอบด้วย ความต้องการแรงจูงใจ ทักษะคิด และความรู้ ที่ลูกค้ามีต่อคอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบถึงความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าอย่างกว้างขวางมากขึ้น และเพื่อให้คอตโต้ สตูดิโอ เชียงใหม่ นำความคาดหวังของลูกค้าไปใช้สำหรับเป็นแนวทางการสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า
- การทำวิจัยภาพลักษณ์ตราหือและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของคอตโต้สตูดิโอ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเฉพาะในเชียงใหม่เท่านั้น ดังนั้น ควรมีการขยายการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในคอตโต้ สตูดิโอ ภูเก็ต และคอตโต้ สตูดิโอ อโศก กรุงเทพฯ ซึ่งหากพบข้อแตกต่างจากในจังหวัดเชียงใหม่ จะได้ปรับปรุงคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด