

●● การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของอู่ยมนา การช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

THE STUDY TO GUIDELINES FOR DEVELOPING SERVICE QUALITY OF
YUTTANA KANCHANG GARAGE AT BANDUNG DISTRICT,

UDONTHANI PROVINCE ●●

ศรัญญา หากันได้* และ ภัทรวดี เพิ่มวนิชกุล**

Saranya Hakandai and Pattarawadee Permwanichagun

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการและเพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาคุณภาพการบริการของอู่ยมนาการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน จากการศึกษาความพึงพอใจจึงได้แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการในแต่ละด้านดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ คือ ป้ายร้านและพื้นที่จอดรถ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ คือ การให้บริการได้ตรงตามเวลาที่นัดหมายไว้ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า คือ การแจ้งคิวในการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ คือ เรื่องการดูแลทรัพย์สินลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า คือ การติดตามความก้าวหน้าของงานให้กับลูกค้าแต่ละราย

คำสำคัญ: อู่ซ่อมรถยนต์, รถยนต์, ความพึงพอใจ, คุณภาพบริการ

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the satisfactions of customers to service quality and suggestions to improve the services of Yuttana Kanchang garage in Bandung district, Udonthani province. Interview were based on the concept which is called "SERVQUAL" 5 dimensions. It concluded that the study proposed five suggestions to improve the service quality as follows; Tangibles dimension, a signboard and car park. Reliability dimension, the promised time. Responsiveness dimension, notify queue to customer. Assurance dimension, take care customer's property and Empathy dimension, report the progress to customer.

Keywords : Garage, Car, Satisfaction, Service quality

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จ.กรุงเทพฯ 10400 email: supatra.w@pttpm.com

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จ.กรุงเทพฯ 10400

บทนำ ●●

ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ต่างมุ่งเน้นกันที่การพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งอำนวยความสะดวก เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการบริการ จึงใจให้ลูกค้าหันมาใช้บริการของตน อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการ Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ การสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม ถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก ทั้งนี้ในการศึกษาจะใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพที่ Parasuraman et al. (1988) พัฒนามาจาก SERVQUAL ซึ่งศึกษาปัจจัยสำคัญของคุณภาพบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญไว้ 5 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ (Reliabilities), การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness), การให้ความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

จากที่กล่าวมาข้างต้น คุณภาพการบริการจึงมีความสำคัญมากต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ความถี่ในการเข้าใช้ การเข้าใช้บริการซ้ำ และยังเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่า สร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของอู่ซ่อมรถยนต์

บ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นอู่ซ่อมรถยนต์ท้องถิ่น ให้บริการเกี่ยวกับซ่อมแซม และบำรุงรักษารถยนต์ พร้อมทั้งบริการส่งซื่ออะไหล่ตามความต้องการของลูกค้า ให้บริการรถยนต์ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ ทั้งรถญี่ปุ่นและรถยุโรปทุกชนิด ก่อตั้งกิจการเมื่อปีพ.ศ. 2532 ดำเนินกิจการมากกว่า 26 ปี เป็นอู่ซ่อมรถประเภทเคาะและพ่นสีตัวถังรถยนต์ ดังนั้นในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาในด้านคุณภาพของการบริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนเพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งในการศึกษาคครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการทำงาน และการปรับปรุงคุณภาพการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการ ผู้ศึกษาเลือกใช้การประเมินคุณภาพแบบ SERVQUAL เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการทำงาน และการปรับปรุงคุณภาพการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ อันจะทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดธุรกิจอู่ซ่อมรถในเขตอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีต่อไป

● บททวนวรรณกรรม ●

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ไว้ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ (Services)

2.1.1 ความหมายของการบริการ

การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งกระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้า แต่การปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและให้ประโยชน์แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะที่เป็นผลจากการที่ผู้รับบริการนำความเปลี่ยนแปลงมาให้ (Lovelock and Wright, 2002)

การบริการ คือ การกระทำหรือผลประโยชน์ใดๆที่ฝ่ายหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ทำให้เกิดผลในความเป็นเจ้าของ โดยการผลิตการบริการนั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kotler and Keller, 2012)

2.1.2 ลักษณะของการบริการ

เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างจากสินค้าอยู่หลายประการ ซึ่งมีนักการตลาดหลายท่านได้ทำการศึกษาในเรื่องลักษณะของการบริการ และได้สรุปออกมาได้ทั้งหมด 4 ประการ ดังนี้ การบริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility), การบริการไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและกระบวนการบริโภคออกจากกันได้ (Inseparability), คุณภาพการบริการไม่คงที่/ไม่มีมาตรฐานการบริการที่แน่นอน (Variability/Heterogeneity), และการบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

2.2.1 ความหมายของคุณภาพของการบริการ (Service Quality)

คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากการบอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1988)

คุณภาพการบริการเป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ (Etzel, Walker and Stanton, 2001)

นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก (Kotler and Keller, 2012)

2.2.2 แบบประเมินคุณภาพการบริการ SERVQUAL Model

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการว่าด้วยปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจ

คุณภาพของการบริการมี 10 ด้าน โดยมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้และด้านการคาดหวัง ประกอบด้วย ความไว้วางใจได้ (Reliability), การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness), ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence), การเข้าถึงการบริการ (Access), ความมีอัธยาศัย (Courtesy), การติดต่อสื่อสาร (Communication), ความน่าเชื่อถือ (Credibility), ความปลอดภัย (Security), การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing the customer) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และต่อมา Parasuraman ได้นำปัจจัยทั้ง 10 ด้านข้างต้นมาพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน มีดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliabilities), การตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า (Responsiveness), การให้ความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) (Parasuraman et al., 1988)

เครื่องมือ SERVQUAL ตามปัจจัยประเมินคุณภาพ 5 ด้านนี้ ประกอบด้วยข้อคำถาม 22 ข้อ (Items) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการประเมินคุณภาพบริการด้านความคาดหวัง ส่วนที่ 2 เป็นการประเมินคุณภาพบริการด้านการรับรู้ของผู้รับบริการ ถึงแม้ SERVQUAL จะประกอบด้วยปัจจัยในการวัดคุณภาพบริการเพียง 5 ด้านแต่ก็ครอบคลุมแง่มุมต่างๆของคุณภาพบริการเดิมทั้ง 10 ด้าน เป็นแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินคุณภาพบริการในมุมมองของผู้รับบริการ (Parasuraman et al., 1988)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความหมายของคำว่า “พึงพอใจ” หมายถึง รัก ชอบใจ และ “พึงใจ” หมายถึง พอใจ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการท่านอื่นได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลว่าชื่นชอบหรือผิดหวัง ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ตามที่ได้รับรู้กับความคาดหวัง โดยถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Kotler and Keller, 2012)

2.3.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

จุดมุ่งหมายสูงสุดของความสำเร็จในงานบริการขึ้นอยู่กับสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจ จนติดใจและกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการ และยังส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (อินทริตา เฟ็งแก้ว, 2538)

2.3.3 การวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ และระดับความรู้สึก การวัดความพึงพอใจทำได้หลายวิธี ได้แก่ 1) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง 2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง และ 3) การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการปฏิบัติกิจกรรม ขณะปฏิบัติกิจกรรมและหลังการปฏิบัติกิจกรรม ซึ่งการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้สามารถที่จะวัดได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วย จึงจะทำให้การวัดความพึงพอใจนั้นมีความน่าเชื่อถือ (วารินทร์ สีนสูงสุด, 2546)

● วิธีการศึกษา ●

การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของอยู่ยงอุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษา ดังนี้

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ใช้บริการอยู่ยงอุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ในปัจจุบันภายในระยะเวลา 10 ปี (ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 – พ.ศ. 2557) ซึ่งมีจำนวน 3,907 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การสุ่มตัวอย่าง

แบบนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ดุลยพินิจว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกมานี้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา การสุ่มแบบเจาะจงเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆเป็นอย่างดี (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ผู้ศึกษาจึงได้ปรึกษากับเจ้าของกิจการ และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนนี้ ซึ่งมาจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา กล่าวคือ จะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการภายในระยะเวลา 10 ปี (ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 – พ.ศ. 2557) เพื่อให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยงอุทยานการช่างที่เป็นปัจจุบัน และเป็นผู้ที่สะดวกให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้สามารถรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆได้เป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการได้เป็นอย่างดี

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์ ในหัวข้อเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยงอุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป ส่วนนี้จะถามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบันทึกข้อมูลเบื้องต้นของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลารวมตั้งแต่เริ่มใช้บริการอยู่ยงอุทยานการช่างจนถึงปัจจุบัน จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีที่ใช้บริการอยู่ยงอุทยานการช่าง และระยะเวลาล่าสุดที่มาใช้บริการอยู่ยงอุทยานการช่าง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยงอุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งได้นำทฤษฎี SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) มาใช้ใน

การสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์ในส่วนนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์รูปแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ประเมินคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliabilities), การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness), การให้ความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และ การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) มีวัตถุประสงค์เพื่อบันทึกข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยมนาการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ยมนาการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 30 คน เนื่องจากใช้วิธีการสัมภาษณ์ จึงใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกเสียง ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้มีการอธิบายวัตถุประสงค์ของการศึกษาและเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ถาม หากมีข้อสงสัยก่อนตอบคำถามนั้นๆ โดยผู้ศึกษาได้มีการดำเนินการสัมภาษณ์ ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 ถึงวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2558

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีการวิเคราะห์ผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ด้วยการจัดระเบียบข้อมูลและจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสรุปและอภิปรายผลในแต่ละประเด็นของคุณภาพการบริการทั้ง 5

ด้านที่ลูกค้าพอใจและไม่พอใจ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ต้องการดังนี้ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยมนาการช่าง และศึกษาแนวทางการพัฒนาการทำงานและปรับปรุงคุณภาพบริการของอยู่ยมนาการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

● ผลการศึกษาและอภิปราย ●

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของอยู่ยมนาการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี สามารถอภิปราย โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยมนา การช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ผู้ศึกษาได้ใช้การสัมภาษณ์ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของอยู่ยมนาการช่างจริง จำนวน 30 คน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอเป็น 2 ส่วน ได้ดังนี้

4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน โดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือเป็นเพศชาย 20 คน และเป็นเพศหญิง 10 คน มีอายุตั้งแต่ 37 ปี – 51 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่ ป.6 ไปจนถึงปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาท ไปจนถึง 100,000 บาท มีระยะเวลาเริ่มตั้งแต่เริ่มใช้บริการอยู่ยมนาการช่าง 1 ปี – 5 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่เฉลี่ยมาใช้บริการของอยู่ยมนาการช่างอยู่ระหว่าง 5 – 10 ครั้ง/ปี และมีระยะเวลาล่าสุดที่มาใช้บริการคือ 1 – 6 เดือนที่แล้ว เป็นต้น

4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยงธนาคารช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ยงธนาคารช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในแต่ละด้านดังนี้

(1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจอยู่ยงธนาคารช่าง ในเรื่องของการรับรองลูกค้า คือมีห้องรับรองที่สะดวก มีโทรทัศน์ มีเครื่องดื่มและขนมไวคอยบริการ มีการจัดพื้นที่ปฏิบัติงานเหมาะสมกับการบริการ คือมีการแยกส่วนปฏิบัติงานที่ชัดเจน เช่น ส่วนเคาะ/ปะ/ผัดตัวถัง ส่วนซ่อมสี และส่วนรับรองลูกค้า เป็นต้น และในส่วนที่ลูกค้าอยากให้ปรับปรุงในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ คือ เรื่องของป้ายร้านที่มีขนาดเล็ก ไม่ค่อยโดดเด่น และเรื่องพื้นที่ในการจอดรถที่ไม่เพียงพอ เป็นต้น

(2) ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ส่วนใหญ่ลูกค้าไว้วางใจอยู่ยงธนาคารช่าง เนื่องจากเป็นอยู่ที่เปิดมานาน มีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี เป็นอยู่ยงรถยนต์รายแรกๆ ของอำเภอบ้านดุง และคุณภาพของงานซ่อมมีคุณภาพดี คือสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ทุกราย โดยไม่มีการซ่อมซ้ำ และมีการรับประกันงานที่เข้ารับบริการ เช่น หากเกิดปัญหาสามารถเข้ามาให้ทางร้านตรวจสอบหรือแก้ไขได้โดยที่ทางอยู่ยงจะไม่คิดค่าบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องการซ่อมซ้ำ และในส่วนที่ลูกค้าอยากให้ปรับปรุงในด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ คือ ในเรื่องของการบริการตามเวลาที่ตกลงกันไว้ ซึ่งควรจะตรงเวลา หรือหากมีเหตุที่ทำให้งานที่ทำได้ต้องส่งมอบช้า ควรมีการชี้แจงให้ลูกค้ารับรู้ถึง

ปัญหานั้นๆ เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเข้าใจเหตุที่จำเป็นนั้นๆ เช่น การรอชิ้นส่วนอะไหล่ที่ต้องใช้เวลาอนานเกินกว่าที่กำหนด จึงทำให้ขั้นตอนการประกอบชิ้นส่วนเกินการล่าช้าไปด้วย เป็นต้น

(3) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ยงธนาคารช่าง ในเรื่องที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ เช่น การให้บริการตามเวลาที่ลูกค้าสะดวก ถึงแม้จะยังไม่อยู่ในเวลาที่ร้านเปิดให้บริการก็ตาม เมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือเรื่องให้ช่วยเหลือทางอยู่ยงก็พร้อมรับฟังและเต็มใจรับใช้บริการเสมอ นอกจากนี้ช่างที่ปฏิบัติงานยังให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าและยังสามารถตอบข้อสงสัยได้ตรงประเด็น และในส่วนที่ลูกค้ามีความเห็นว่าควรปรับปรุง คือ ควรการแจ้งคิวการบริการ เนื่องจากรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการมีจำนวนมาก ทำให้ต้องลูกค้าต้องรอนาน เป็นต้น

(4) ด้านการให้ความมั่นใจในการบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่มั่นใจการบริการของอยู่ยงธนาคารช่างในด้านที่ช่างที่ปฏิบัติงานมีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญในงานซ่อม งานสีเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นช่างที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 20 ปี รวมถึงการที่เจ้าของกิจการทำการควบคุมคุณภาพของชิ้นงานด้วยตัวเองในทุกๆ ขั้นตอน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ และในส่วนนี้ลูกค้ามีข้อเสนอแนะว่าอยากให้มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพราะลูกค้าจะได้มั่นใจในการเข้าใช้บริการมากขึ้น เป็นต้น

(5) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านนี้ คือ มีการบริการส่งรถยนต์ให้กับลูกค้าถึงสถานที่ โดยเฉพาะลูกค้าในต่างอำเภอ ซึ่งถือเป็นการบริการที่อยู่ยงรถยนต์ส่วนใหญ่ยังไม่มีการให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

เนื่องจากสะดวกต่อลูกค้าที่ไม่สามารถจะเข้ามาใช้บริการเองได้ และในส่วนที่ลูกค้าอยากให้ปรับปรุง ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้า คือ อยากให้มีการรายงานความก้าวหน้าของงานให้ลูกค้ารับรู้เป็นระยะๆ ด้วย เป็นต้น

4.2 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการทำงาน และการปรับปรุงคุณภาพในการบริการของ อุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพการบริการของอุทยานการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาที่ได้มา กำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของอุทยานการช่าง โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ตาม SERVQUAL Model ได้ดังนี้

4.2.1 แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเป็นรูปธรรมหรือด้านการบริการที่จับต้องได้ นี้ พบว่า มีการบริการที่ลูกค้าไม่ค่อยพึงพอใจ ซึ่งต้องนำมาปรับปรุงเป็นอันดับแรก ดังนี้ ป้ายร้าน เนื่องจากป้ายมีขนาดค่อนข้างเล็ก ไม่ค่อยโดดเด่น ทำให้ผู้ใช้บริการมองเห็นได้ยาก ดังนั้นจึงควรทำป้ายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีไฟส่องสว่างชัดเจนทั้ง 2 ด้าน เพื่อให้ง่ายต่อการมองเห็น และควรทำการปรับปรุงพื้นที่ในการจอดรถให้มีความสะดวกและเพียงพอต่อปริมาณรถมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังต้องทำการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านอื่นๆ ที่ติดอยู่ด้วย

4.2.2 แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliabilities)

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ในการบริการที่ควรนำมาปรับปรุง คือ การบริการตรงตามเวลาที่ตกลงกันไว้ เช่น กรณีที่ผู้ให้บริการมีการส่งมอบงานช้ากว่าที่ตกลงกันไว้ เนื่องจากมีการชะลองานในส่วนของ การรอชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ที่ต้องสั่งจองและใช้เวลานานเกินกว่าที่กำหนด ทำให้เวลาการส่งมอบงานที่ตกลงกันไว้กับลูกค้าเกิดล่าช้าตาม ดังนั้นทางผู้ควรมีความพร้อมในเรื่องของการสต็อกอะไหล่ การตรวจสอบว่าชิ้นส่วนอะไหล่ส่วนใดที่ต้องใช้เวลาในการสั่งจองนาน เพื่อจะสามารถชี้แจงรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจ

4.2.3 แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้าที่ควรนำมาปรับปรุง คือ การแจ้งคิวการบริการ เนื่องจากปริมาณรถที่เข้ามาใช้บริการมีจำนวนมาก อาจทำให้เกิดการรอคิว สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ ควรมีการแจ้งคิวให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ลูกค้าต้องรอ เมื่อถึงคิวบริการของลูกค้า มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยการโทรแจ้ง เพื่อสะดวกแก่การเข้ารับบริการต่อไป

4.2.4 แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจในการบริการ (Assurance)

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้ความมั่นใจในการบริการที่ควรนำมาปรับปรุง คือ การดูแลทรัพย์สินลูกค้า เนื่องจากลูกค้าต้องนำ

รถเข้าจอดรับบริการของที่อยู่เป็นระยะเวลานาน สิ่งที่เป็นข้อเสนอแนะจากลูกค้าว่าควรมีในคุณภาพการบริการด้านนี้ คือ กล้องวงจรปิด เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเข้าใช้บริการ อีกระดับหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์กับทางอยู่ด้วย เช่น สามารถดูความเคลื่อนไหวของพนักงานได้ การระมัดระวังการลักขโมย รวมไปถึงการป้องกันภัยต่างๆ เป็นต้น

4.2.5 แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าบริการที่ควรนำมาปรับปรุง คือ การติดตามความก้าวหน้าของงานให้กับลูกค้าในแต่ละราย เนื่องจากทางร้านไม่มีการแจ้งรายงานความก้าวหน้าให้ลูกค้าทราบ จึงควรมีการแจ้งความก้าวหน้าของงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะๆ โดยอาจผ่านทาง E-mail, Facebook และ Line ในกรณีที่ลูกค้าไม่สะดวกใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ ก็สามารถแจ้งความก้าวหน้าของงานให้ลูกค้าทราบได้ทางโทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้อยู่ระหว่างการช่างยังต้องทำการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านอื่นๆ ที่ติดอยู่แล้วต่อไป ด้วย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีต่อการบริการของอยู่ระหว่างการช่างมากขึ้น

● สรุปผลการศึกษา ●

การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของอยู่ระหว่างการช่าง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของอยู่ระหว่างการช่างทั้ง 5 ด้าน ตามแบบ SERVQUAL มีดังนี้ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดย

ลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจ เรื่องการจัดห้องรับรองลูกค้าที่มีสะดวกสบาย และเรื่องการมีพื้นที่ปฏิบัติงานที่แยกเป็นส่วนชัดเจน เป็นต้น 2) ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ โดยลูกค้าส่วนใหญ่ไว้วางใจในเรื่อง คุณภาพงานซ่อมของอยู่ที่ได้คุณภาพ ไม่เกิดการซ่อมซ้ำ และมีการรับประกันงานทุกครั้ง 3) ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า โดยส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในด้านที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า ให้คำแนะนำและสามารถตอบข้อสงสัยลูกค้าได้ตรงประเด็น 4) ด้านการให้ความมั่นใจในการบริการ โดยส่วนใหญ่ลูกค้ามั่นใจอยู่ ในเรื่องที่ช่างที่ปฏิบัติงานมีความรู้ ความชำนาญในงานซ่อมเป็นอย่างดี และการที่เจ้าของกิจการควบคุมคุณภาพของชิ้นงานด้วยตัวเองในทุกๆ ขั้นตอน และ 5) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า โดยลูกค้าพึงพอใจเรื่อง การบริการส่งมอบรถยนต์เมื่อเสร็จให้กับลูกค้าถึงที่ เป็นต้น

● ข้อเสนอแนะ ●

จากผลสำรวจที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางที่จะนำไปเป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนเพื่อพัฒนาการทำงาน และปรับปรุงคุณภาพการบริการของอยู่ระหว่างการช่าง เป็นแนวทางในแต่ละด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จัดทำป้ายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีไฟส่องสว่างชัดเจนทั้งสองด้าน และปรับปรุงพื้นที่ในการจอดรถให้มีความสะดวกและเพียงพอต่อปริมาณรถมากยิ่งขึ้น โดยจัดให้มีช่องจอดรถ เพื่อความสะดวกในการเข้าออกของลูกค้า 2) ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ปรับปรุงเรื่องเวลาส่งมอบรถต้องตรงตามเวลาที่ตกลงกันไว้ 3) ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า มีการแจ้งคิวให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ลูกค้า

ต้องรอเข้ารับบริการ 4) ด้านการให้ความมั่นใจในการบริการ ควรมีกล้องวงจรปิด เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเข้าใช้บริการ และ5) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ควรมีการแจ้งความคืบหน้าของงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะๆ นอกจากนี้ อยู่ยทุหนการช่างยังควรทำการพัฒนาคุณภาพการบริการในหัวด้านอื่นๆที่ได้อยู่แล้วต่อไปด้วย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีต่อการบริการของอยู่ยทุหนการช่างมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.

วารินทร์ สีนสูงสุด. (2546). การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม

อินทรา เพ็งแก้ว. (2538). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของนักวิชาการสำนักงานศึกษาธิการอำเภอใน

ภาคใต้ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.

Etzel, Walker and Stanton. (2001). Marketing. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Kotler, P. & Keller, K. (2012). Marketing management (14th ed.). Upper Saddle River,

New Jersey:

Prentice-Hall.

Lovelock, C. H. & Wright, L. (2002). Principles of service marketing and management (2nd ed.).

Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education International.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring

Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

