



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

การเปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ
ระบบนัดหมาย บริษัทโตโยต้าชัยรัชการ จำกัด

A Comparison between Expectation and Satisfaction of Customers towards
Maintenance Appointment Service of Toyota Chairatchakarn Company Limited

ชลารุณ จงภักดี¹ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการระบบนัดหมายและเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย t-test, One-way ANOVA และ Paired t-test ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มากที่สุดเหมือนกัน คือ ด้านความมีอัธยาศัยไมตรี นอกจากนี้ ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการใช้บริการระบบนัดหมายมีความแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความมีอัธยาศัยไมตรี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการใช้บริการระบบนัดหมาย ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน

คำสำคัญ :

ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, การใช้บริการ, โตโยต้า, ระบบนัดหมาย

Abstract

The aim of this research was to study the perceived level of expectation and satisfaction of customers toward the appointment service system and to compare between expectation and satisfaction. Questionnaire was used to collect data from 400 samples. The analyzing statistics techniques applied consisted of t-test, One-way ANOVA and Paired t-test. The results revealed that the amicability aspect was the most perceived level for both expectation and satisfaction. Furthermore, the overall customers' expectation toward the quality of appointment service system was having different from the overall customers' satisfaction. When consider in details, it was found that the amicability aspect was not different between expectation and satisfaction. On the other hand, it was found that the



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

reliability aspect, service tangibility aspect, service accessibility aspect, and communication aspect were having different between expectation and satisfaction.

Keyword:

Expectation, Satisfaction, Service using, Toyota, Maintenance Appointment

บทนำ

การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันที่สะดวกรวดเร็วมีหลายช่องทาง แต่ในทุกวันนี้ใช้โทรศัพท์เพื่อติดต่อสื่อสารเป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก รวดเร็ว เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือสอบถามข้อมูล ส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ระบบคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) มีพนักงานรับสาย โทรศัพท์ เราเรียกว่า ตัวแทน (Agent) อาจมีหนึ่งคนขึ้นไป จนกระทั่งถึงหลายร้อยคน คอยทำหน้าที่รับสาย เรียกเข้าของลูกค้าโดยให้ข้อมูลด้านสินค้าและบริการ รับคำสั่งซื้อสินค้า หรือจองสินค้าและบริการ สนับสนุนการให้บริการช่วยเหลือทางด้านเทคนิค หรือรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า รับดำเนินงานประสานงานที่เกี่ยวข้องหรือกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างครบวงจรให้กับลูกค้า ระบบอาจติดตั้งในลักษณะแบบเอกเทศ (Stand Alone) หรือเชื่อมโยงกับคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเชื่อมโยงผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและระบบแลน (LAN) (สรวิทย์ บัวศรี, 2562) การบริการระบบนัดหมายผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ของบริษัทโตโยต้าที่ผ่านมาลูกค้าเกิดความสับสนในการใช้บริการระบบนัดหมายผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ลูกค้าไม่เข้าใจในการนัดหมายผ่านคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ของบริษัทในเรื่อง เวลารับนัดหมาย เวลาบริการซ่อมรถ การเปลี่ยนอุปกรณ์หรืออะไหล่รถยนต์ และการแนะนำของพนักงานคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) จึงทำให้บริษัทโตโยต้าให้มีการบริการนัดหมายล่วงหน้าปกติจะมีการนัดล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้เตรียมงาน ช่าง อะไหล่ ให้พร้อมเพื่อให้บริการลูกค้าตามวัน เวลาและเสร็จตามที่นัดหมาย บางครั้งการที่นัดลูกค้าภายในวันที่ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามา นั้น ก็อาจจะเกิดปัญหาความล่าช้าการรับรถในการให้บริการในระบบนัดหมายของศูนย์โตโยต้า เนื่องจากวันนั้นอาจจะไม่มีลูกค้าไม่ได้นัดหมายในระบบเข้ามาใช้บริการ อาจประสบปัญหาช่องให้บริการซ่อมเต็มจึงไม่ได้รับการบริการในวันนั้นได้ ทำให้ลูกค้ามีการร้องเรียนสร้างความไม่พึงพอใจและไม่ตรงกับความต้องการที่ตั้งไว้ในกาบริการในระบบนัดหมายของบริษัทโตโยต้า (Admin-www.e-toyotaclub.net , 2562)

ดังนั้นบริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด จะนำปัญหาไปปรับปรุงในการนัดหมายให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงให้นักวิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการระบบนัดหมาย บริษัทโตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด” โดยผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ นำมาปรับปรุงงาน และพัฒนาด้านการบริการให้สามารถตอบสนองกับความต้องการความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของบริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด ของผู้ใช้บริการ

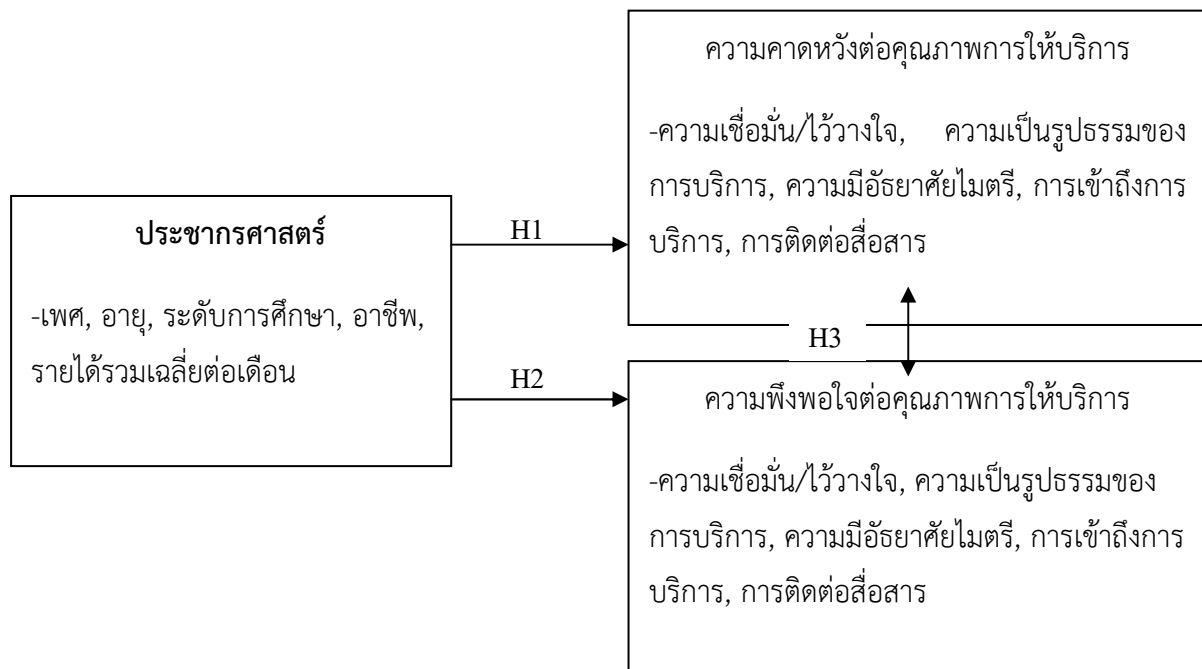


การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซ้ำร์ซการ จำกัด ของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการผ่านระบบนัดหมาย ของบริษัท โตโยต้า ซ้ำร์ซการ จำกัด จำนวน 400 คน
2. ขอบเขตเวลา งานวิจัยนี้ เริ่มทำการศึกษตั้งแต่เดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2561
3. ขอบเขตตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ ตัวแปรตามคือ ความคาดหวังและความพึงพอใจ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเชื่อมั่น/ไว้วางใจ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ, ความมีอัธยาศัยไมตรี, การเข้าถึงการบริการ, การติดต่อสื่อสาร ซึ่งแสดงรายละเอียดในกรอบแนวคิดการวิจัยต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซ้ำร์ซการ จำกัด ของผู้ใช้บริการ



2. ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีเลือกการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1.9.2 ภายใต้การทดสอบสมมติฐานด้วย Dependent Sample t-test โดยเป็นการทดสอบแบบสองหาง (Two-tail) กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.30 ระดับนัยสำคัญ 0.01 และอำนาจการทดสอบ (power of the test) เท่ากับ 0.9995

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยขอความร่วมมือกรอกแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม นำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติสำหรับการใช้ เพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

4.1 ในส่วนเกณฑ์ในการวัดของแบบวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีการกำหนดระดับมาตราส่วน 5 ระดับ ความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด ความคาดหวังและความพึงพอใจมาก ความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง ความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย ความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, หน้า 75)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พิจารณาจากลักษณะคำถามเป็นการสอบถามแบบปลายเปิด (Close – Ended Question) โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภท อัตราภาคหรือมาตราช่วง (Interval Scale) ลักษณะคำตอบให้มาตราวัด Importance Scale (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, หน้า 75)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมานใช้สถิติ T-Test , F-Test เพื่อลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัดของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน โดยกำหนดค่าความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ใช้สถิติ ทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัดของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน Pair T-Test โดยกำหนดค่าความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรสมีบุตร มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างเอกชน และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท

2 ด้านความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการต่อการใช้บริการ ระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัยรัชการ จำกัด ภาพรวมมีระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้าน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

ความมีอัธยาศัยไมตรี รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านการติดต่อสื่อสารภาพรวม ส่วนด้านที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดคือด้านการเข้าถึงการบริการ

3 ด้านความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการต่อการใช้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัวร์ซการ จำกัด ภาพรวมมีระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านความมีอัธยาศัยไมตรี รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่วนด้านที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดคือ ด้านการเข้าถึงการบริการ

4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายมีความแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความมีอัธยาศัยไมตรี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมาย ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. อภิปรายผลตาม สมมติฐานที่ 1

การทดสอบข้อมูลทั่วไประหว่างความคาดหวัง พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ๓ เป็นบริษัทรถยนต์ชั้นนำ มีชื่อเสียงและมีมาตรฐานในการให้บริการลูกค้า ทำให้ผู้เข้ารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายใกล้เคียงกัน จึงทำให้มีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณรงค์ ทรวงโพธิ์ (2522) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไปรษณีย์ นครราชสีมาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังและความพึงพอใจ

2. อภิปรายผลตาม สมมติฐานที่ 2

การทดสอบข้อมูลทั่วไประหว่างความพึงพอใจ พบว่า เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัวร์ซการ จำกัด ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ๓ ได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานของทุกส่วนงานไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้เข้ารับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมายใกล้เคียงกัน จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนภรณ์ นิมิตา และคณะ (2558) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการภาครัฐกรณีศึกษาสำนักงานเขตดุสิต พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัซซึการ จำกัด แตกต่างกัน อาจเนื่องจากการวิธีการดำเนินชีวิต แต่ละอาชีพแตกต่างกัน เช่นอาชีพ พนักงานบริษัท สามารถรอคอยการเข้ารับบริการได้ ตามกำหนดเวลามาตรฐานโดยผ่านระบบการนัดหมาย แต่อาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อาจต้องการความรวดเร็ว ในการเข้ารับบริการที่มากกว่า โดยเข้ารับบริการโดยไม่ต้องนัดหมาย ทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อัคร อัครจิรายุ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

3.อภิปรายผลตาม สมมุติฐานที่ 3

ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัซซึการ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยสามารถอภิปรายผลการเปรียบเทียบความแตกต่างในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านความมีอัธยาศัยไมตรี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการระบบนัดหมาย บริษัท โตโยต้า ซัซซึการ จำกัด ไม่แตกต่างกัน คาดว่าเนื่องจาก บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มีนโยบายส่งเสริมการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า และได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานเกณฑ์ ผ่านการประเมินด้านศูนย์บริการโตโยต้า กำหนดให้ต้องมีการจัดอบรมทักษะการสร้าง ความพึงพอใจลูกค้าแก่พนักงานทุกตำแหน่งงาน อย่างน้อยปี ละ 2 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชมนาด ม่วงแก้ว (2555) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานกิจกรรมนักศึกษา และงานทะเบียนนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ความมีอัธยาศัยไมตรี มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ ซึ่งทำให้ไม่มีความแตกต่างกัน

ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน คาดว่า เนื่องจาก มีอัตราการลาออกของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ สืบเนื่องมาจากขยายสาขาของศูนย์บริการรถยนต์ต่างยี่ห้อ และยี่ห้อเดียวกัน ในบริเวณใกล้เคียงกัน ทำให้ไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการปฏิบัติงาน ของพนักงานได้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพ คงเพชร (2560) ที่ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ที่มีต่อการบริการสุขภาพ ของโรงพยาบาลผู้สูงอายุ บางขุนเทียน สำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจด้าน ความเชื่อมั่นไว้วางใจของบริการแตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน จึงทำให้มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน คาดว่า อาจเนื่องมาจาก ไม่ได้นำเทคโนโลยีเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัย มาใช้ในการบริการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในยุคปัจจุบัน,ขาดทางเลือกช่องทางติดต่อระบบนัดหมาย รวมถึงอัตราการเวียนเข้าออกของพนักงานเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัท ไม่สามารถควบคุมการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา เขยตุ้ยและคณะ (2561) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความแตกต่างกัน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

ด้านการเข้าถึงบริการ ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน คาดว่า อาจเนื่องจาก ข้อกำหนดของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ฯ มีข้อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานในการต้อนรับลูกค้าเข้าสู่ศูนย์บริการหลายขั้นตอน ตั้งแต่การต้อนรับของ วิทยากรจนถึงการเข้ามาต้อนรับของพนักงาน ทำให้ใช้ระยะเวลาในการเริ่มต้นการต้อนรับ ค่อนข้างมากกว่าจะได้เข้าช่องซ่อม รวมถึงมีการใช้ปริมาณเอกสารในการปฏิบัติงานจำนวนมาก และขาดการนำเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย มาปรับใช้ให้ตรงกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุมา สุনারักษ์ และสมชาย เลิศภิรมย์สุข (2558) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการ ของบริษัท โฮมสเตนดาร์ด (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพ ด้านการเข้าถึงบริการ มีความแตกต่างกัน

ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการทดสอบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน คาดว่า เกิดจากการขาดทักษะองค์ความรู้เนื่องจากเป็นพนักงานใหม่ ซึ่งบริษัท ยังไม่สามารถควบคุมอัตราการเข้าออกของพนักงานได้ สืบเนื่องจาก การเกิดขึ้นของศูนย์บริการยี่ห้อเดียวกัน และยี่ห้ออื่น ประกอบกับ ทางบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ฯ ได้มีมาตรฐานในสร้างความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยการสำรวจด้านการนัดหมาย โดยการสุ่มเฉพาะรายบุคคลตามขนาดผลประกอบการของผู้แทนจำหน่ายเท่านั้น ยังไม่มีระบบรองรับการในการประเมินผลความพึงพอใจลูกค้าทุกรายที่นัดหมายเข้ารับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนภรณ์ นิมดา และคณะ (2558) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการภาครัฐ กรณีศึกษา สำนักงานเขตดุสิต พบว่า ประชาชน มีความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. **ความเชื่อมั่นไว้วางใจ** ควรให้การบริการอย่างถูกต้องตั้งแต่นัดหมายจนถึงสิ้นสุดการส่งมอบรถยนต์คืนแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยให้มีการจัดลำดับคิว ช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการ มีเอกสารยืนยันการเข้ารับบริการพร้อมแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจน
2. **ความเป็นรูปธรรมและควมมีอัธยาศัยไมตรีของการบริการ** พนักงานที่ให้บริการให้คำปรึกษา แนะนำและแก้ไขปัญหาลูกค้าต้องการได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน มีความเข้าใจ ความสนใจเอาใส่ใจลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
3. **การเข้าถึงบริการ** ควรมีช่องทางสำรองในการนัดหมาย เช่น ทางออนไลน์ เฟลบุ๊ก กรณีระบบนัดหมายไม่สามารถใช้งานได้
4. **การติดต่อสื่อสาร** ควรมีการให้ข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับการบำรุงรักษารถยนต์ให้แก่ลูกค้า มีการสอบถามความพึงพอใจในการให้บริการหลังจากลูกค้าใช้บริการแล้วเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ขนาด ม่วงแก้ว (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานกิจกรรมนักศึกษาและงานทะเบียนนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward"

- ณรงค์ ทรวงโพธิ์. (2552). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ของไปรษณีย์นครราชสีมา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ประไพ คงเพ็ชร (2560). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อการบริการสุขภาพของโรงพยาบาลผู้สูงอายุบางขุนเทียน สำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ. คณะรัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- รัตนภรณ์ นิมดา และคณะ. (2558). การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการภาครัฐกรณีศึกษา : สำนักงานเขตดุสิต. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. คณะรัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วรัญญา เขยตุ้ย และคณะ. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2R e-Journal. Vol 5 No1, 101 – 119
- สรวิทย์ บัวศรี. (2562) ระบบ Call Center คืออะไร. สืบค้นเมื่อ มกราคม 15, 2562, จาก <http://www.callcenterthailand.net/home/call-center/-call-center/314-episode-1-call-center-is.html>
- อัคร อัครจิรายุ (2559). ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการกีฬา. คณะศิลปศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- อรอุมา สุনারักษ์ และสมชาย เลิศภิรมย์สุข. (2558). ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของ บริษัท โฮมสแตนด์การ์ด (ประเทศไทย) จำกัด. การเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 34 วันที่ 27 มีนาคม 2558 ณ อาคารเรียนรวม คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หน้า 1836 – 1844.
- Admin. (2562.บริการโทรนัดหมายล่วงหน้ามีประโยชน์หรือไม่ ใครเคยใช้บริการมาแชร์กันหน่อยครับ.สืบค้นเมื่อมกราคม 15, 2562, จาก <https://www.e-toyotaclub.net/site/Webboard/aft/780>