

การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น

THE SATISFACTION OF SERVICE QUALITY

A CASE STUDY OF ONLINE THAI LANGUAGE COMPANY FOR JAPANESE PERSONS

ชุตินธร อนุกุล¹ และ ปาลีรัฐ เลษะวัฒน์²

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น 1771/1 ซ.พัฒนาการ37 ถ.พัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทร 0-2763-2600 E-mail: chutintorn.a@hotmail.com

²คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น 1771/1 ซ.พัฒนาการ37 ถ.พัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทร 0-2763-2600 E-mail: paleerat@tni.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น และศึกษาถึงปัญหาของผู้มาใช้บริการเพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาบริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่นซึ่งมีตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทยส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 80 คน ได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม ใช้สถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า 1) อายุ อาชีพ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทยส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (Administration) 2) เพศ อายุ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทยส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านผู้สอน (Instructor) 3) อายุ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทยส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย (Facility & Expense)

สำหรับประเด็นความคิดเห็นเพิ่มเติมจากแบบสอบถามที่ได้รับการเสนอมากที่สุด คือ คุณครูสอนสนุก แต่ละคนมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง รองลงมา คือ ระดับภาษาญี่ปุ่นของคุณครูแต่ละคนไม่เท่ากัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คุณภาพในการให้บริการ, สอนภาษาไทยออนไลน์

Abstract

The objectives of this research are to study the satisfaction of service quality and the service-related problems of online Thai Language school, and finally to suggest the recommendation for service quality improvement. The independent variables to be studied are gender, age, region, career, Thailand visit frequency and learning aims.

80 students were conveniently sampled to answer the questionnaires. Descriptive statistics were used to analyze the general data of the students. Inferential statistics were used to analyze the relationship between independent variables and dependent variable which is the satisfaction of service quality.

The research findings reveal that 1) the personal factors which are age, career and aims of studying Thai language influence the satisfactions of Thai language teaching service quality in terms of administration. 2) Gender, age and aims of study Thai language influence the satisfactions of Thai language teaching service quality in terms of instructor. 3) Age and aims of study Thai language influence the satisfactions of the Thai language teaching service quality in terms of facility and expense.

The first claimed suggestion from questionnaire was that each instructor has their own characters to provide interesting language classes. The second topic is that the instructors have a different level of Japanese language skill.

Key words: Satisfaction, Service quality, Online Thai language teaching

1. บทนำ

ภาษาเป็นสิ่งที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน แต่การที่ทุกคนจะรู้แค่ภาษาเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอต่อการสื่อสารในยุคปัจจุบัน นอกจากภาษาอังกฤษที่ทุกคนต้องเรียนรู้แล้ว การเรียนรู้ภาษาที่ 3 ถือเป็นโอกาสและการได้เปรียบกับการเรียนรู้ในโลกยุคปัจจุบัน

ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้มีคนญี่ปุ่นจำนวนมากต้องเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อดำเนินงานด้านการลงทุน และมีบริษัทหลายบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นที่มาตั้งบริษัทอยู่ในประเทศไทย ทำให้มีคนญี่ปุ่นเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยบางคนต้องการเรียนภาษาไทยเพื่อสามารถสื่อสารกับพนักงานคนไทยได้ แต่ไม่มีเวลามากพอที่จะไปโรงเรียนสอนภาษา ดังนั้นบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์จึงเป็นอีกทางเลือก

หนึ่งให้กับคนที่สนใจเรียนภาษาไทย สามารถเลือกเรียนตามเวลาที่ตนเองต้องการและประหยัดเวลาในการเดินทางด้วย เพราะสามารถเรียนภาษาไทยได้จากที่บ้าน

ในด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยได้รับความนิยมจากคนไทย เช่นเดียวกัน มีจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 1,134,290 คน โดยส่วนใหญ่คนไทยมักจะชอบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Independent Travel: FIT) ไม่นิยมการท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ เมื่อนักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกจะไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาไทยได้ ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้ยากกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเริ่มศึกษาภาษาไทยก่อนกลับมาประเทศไทย เพื่อให้ตนเองสามารถสื่อสารภาษาไทยเบื้องต้นได้ ทำให้สนุกกับการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น [1]

บริษัทในกรณีศึกษาเปิดให้บริการสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทยในปี พ.ศ. 2553 เป็นบริษัทที่ให้บริการสอนภาษาไทยออนไลน์ผ่านทาง Skype ให้กับคนไทยที่สนใจในการเรียนภาษาไทย โดยคนไทยส่วนใหญ่ที่มีจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทยเพื่อการทำงาน การท่องเที่ยว และเพื่อฝึกฝนภาษาไทย เนื่องจากไม่มีโอกาสได้ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้บริษัทมีนักเรียนชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และในประเทศอื่นๆ ซึ่งการเรียนภาษาไทยออนไลน์นั้นมีความสะดวกทั้งผู้เรียนและผู้สอน ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกเรียนภาษาไทยได้ตามเวลาที่ตนเองต้องการ และสามารถเลือกคุณครูสอนได้เองอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีคนไทยให้ความสนใจเรียนภาษาไทยออนไลน์เป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาการบริการของบริษัทให้ตรงต่อความต้องการของผู้เรียน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ ของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทย โดยมิตัดดูประจักษ์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหาของผู้ใช้บริการบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทย
3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาบริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทย

โดยที่ความพึงพอใจที่สำรวจในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่

1. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy)
2. ด้านผู้สอน (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy)
3. ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย (Tangibles)

2. หลักการพื้นฐานและทฤษฎี

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดจะน้อยลง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง อีกมุมมองหนึ่ง ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ

หลายๆด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากการที่มนุษย์มีแรงผลักดันบางประการในตนเองและพยายามจะบรรลุเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการ หรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพึงพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก [2] - [4]

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจมีหลายหลาย ตัวอย่างเช่น

- ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham H. Maslow (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) เป็นแนวคิดที่อธิบายความต้องการของมนุษย์ โดยแนวคิดนี้มีความเชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการตลอดเวลา โดยความต้องการของมนุษย์นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับความพึงพอใจ เมื่อมนุษย์ได้รับความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์แบบแล้ว ก็จะทำให้ความต้องการเพิ่มขึ้นไปอีก โดยมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมเพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของตนเอง

- ทฤษฎีอี อาร์ จี (ERG Theory) ของเคลย์ตัน แอลเดอร์เฟอร์ เป็นทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ ซึ่งคล้ายกับทฤษฎีของมาสโลว์ ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการเพื่อดำรงชีพ (Existence Needs :E) ความต้องการด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Relatedness Needs :R) และความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs :G)

ในส่วนของการบริการ นิยามของการบริการหมายถึง การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยการกระทำนั้นต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการตลอดการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ตามความต้องการของผู้รับบริการ ส่วนผู้รับบริการนั้นต้องแสดงความต้องการของตนเองให้ผู้บริการทราบ

คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

มิติของคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL โดย Parasuraman กำหนดได้เป็น 5 ด้านได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกทางกายภาพที่สามารถมองเห็นได้ ได้แก่ ผู้ให้บริการ สถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ รวมถึงสภาพแวดล้อมโดยรวมของการให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการต้องมีความถูกต้อง และครบถ้วนทุกขั้นตอนของบริการ นอกจากนี้ผู้ให้บริการต้องบริการให้ถูกต้องเหมือนเดิมทุกครั้ง เพื่อรักษามาตรฐานและความน่าเชื่อถือของบริการ
3. การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา มีความรวดเร็วและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
4. ความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการนั้นต้องแสดงความพร้อม ลักษณะการให้บริการที่น่าเชื่อถือ มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ เหมาะสมกับงานที่ให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้กับผู้รับบริการ

5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการได้อย่างดี และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.2 ธุรกิจออนไลน์และธุรกิจสอนภาษา

การทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ (E-commerce) หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจซื้อขายโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ E-Business อ่านว่า อี-บิสเนส หมายถึงการทำกิจกรรมทุก ๆ อย่างทุกขั้นตอนผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ขบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกิจที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ อีดีไอหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรสาร แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ การประชุมทางไกล และรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร

กระบวนการพื้นฐานเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ลูกค้า เลือกรายการสินค้าของผู้จำหน่าย (Catalog)
2. ลูกค้า ส่งคำสั่งซื้อ ให้ผู้จำหน่าย (Order)
3. ลูกค้า ชำระเงิน ให้ผู้จำหน่าย (Payment)
4. ลูกค้า รอรับสินค้า จากผู้จำหน่าย (Shipping)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. B2B (Business to Business) คือ การทำธุรกิจระหว่างภาคธุรกิจด้วยกัน
2. B2C (Business to Customer) คือ ระหว่างภาคธุรกิจกับผู้บริโภค
3. B2G (Business to Government) คือ ระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ

E-commerce เหมาะสำหรับผู้ประกอบการที่มีเงินทุนน้อยและต้องการลดต้นทุน เพราะเพียงแคมีเว็บไซต์หนึ่งเว็บไซต์ก็เปรียบเสมือนว่าคุณมีร้านค้าอยู่ทั่วโลกและสามารถเปิดการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ไม่มีวันหยุด สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง รวมทั้งให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในอดีตการทำธุรกิจการค้ามักเน้นเพียงการขายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น ซึ่งจะต้องใช้เงินลงทุนสูง ไม่ว่าจะเป็นการจัดการร้าน การจ้างคนดูแล หน้าร้าน ค่าเช่าพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านเวลาในการเปิดร้าน ทำเลที่ตั้งร้านค้า ซึ่งในการตั้งร้านค้าในรูปแบบเดิมนั้นส่วนใหญ่จะเป็นที่รู้จักและเข้าถึงได้เฉพาะลูกค้าในพื้นที่นั้นเท่านั้น [5]

ธุรกิจสอนภาษาเช่น ไทย อังกฤษ ญี่ปุ่น และ ภาษาจีน เป็นต้น เป็นธุรกิจที่ให้บริการการสอนด้านการเขียน การพูด การอ่าน และ การฟัง มีการเรียนการสอนแบบ เป็นรายชั่วโมงหรือแบบหลักสูตรเช่นภาษาอังกฤษเบื้องต้น 20 ชั่วโมง โดยผู้เรียนสามารถเลือกวัน และเวลาเรียนที่ผู้เรียนสะดวก เลือกเรียนแบบกลุ่มหรือแบบเดี่ยวและสามารถเลือกที่จะเรียนกับครูชาวไทยหรือเจ้าของภาษาก็ได้โดยสถาบันสอนภาษาต่างประเทศแต่ละแห่งจะมีการตั้งราคาและ เงื่อนไขข้อกำหนดต่างๆไม่เหมือนกัน อีกทั้งในสถาบันสอนภาษาแต่ละแห่งอาจมีบริการอื่นๆ นอกจากบริการสอนภาษาประกอบด้วย อาทิเช่น บริการสอนการใช้งานคอมพิวเตอร์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต และการแปลเอกสารต่างๆ

ในการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม ผู้สอนและผู้เรียนจะต้องอยู่ในสถานที่เดียวกันเพื่อทำการเรียนการสอน แต่ปัจจุบันด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีสื่อสาร ทำให้การสอนภาษาออนไลน์เป็นที่นิยมมากขึ้น

3. การดำเนินงานวิจัย

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ คนญี่ปุ่นที่ใช้บริการบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่นจำนวน 100 คน ที่เรียนภาษาไทยเป็นประจำกับบริษัท ไม่นับผู้ที่ลงทะเบียนแต่ไม่มาเรียนภาษาไทย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก(Convenience sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์ ยามาเนะ ทำให้ได้จำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บ 80 คน

3.2 แบบสอบถามในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทย

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่นด้วยวิธีของ Likert Scale โดยกำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง น้อยที่สุด

การหาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น แบ่งได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง พึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง พึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น

3.3 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้จำนวนความถี่และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ใช้ค่าเฉลี่ย($\bar{X}$)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและความพึงพอใจ ใช้independent t-test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05

4. ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ในข้อมูลทั่วไปแต่ละด้าน จำนวนความถี่และร้อยละที่สูงที่สุดจากจำนวนตัวอย่าง 80 คนมีดังนี้

- ผู้เรียนเป็นผู้ชาย มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5
- ผู้เรียนมีอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5
- ผู้เรียนมาจากภูมิภาคคันโต มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3
- ผู้เรียนมีอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0
- ผู้เรียนเคยมาไทยมากกว่าครั้ง มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8
- ผู้เรียนมีวัตถุประสงค์เรียนภาษาไทยเพื่อใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันในประเทศไทย มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

4.2 ระดับความพึงพอใจ

ระดับความพึงพอใจของผู้เรียนใน 3 ด้านของคุณภาพการให้บริการสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านของคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ			
	Mean	SD.	ระดับ	อันดับที่
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.02	0.64	มาก	2
ด้านผู้สอน	4.16	0.60	มาก	1
ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย	3.81	0.63	มาก	3
รวม	4.00	0.62	มาก	

ผลจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนไทยในภาพรวม จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นเป็นรายปัจจัย พบว่าด้านผู้สอน มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.02$) และด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	SD.	ระดับ
เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ครบถ้วน	3.71	0.93	มาก
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.86	0.81	มาก
เจ้าหน้าที่ใช้วาจาที่สุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ	4.41	0.84	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว เช่น อินเทอร์เน็ตหลุด	3.60	0.94	มาก
ผู้เรียนสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก	4.21	0.63	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจและเอาใจใส่	4.30	0.77	มากที่สุด
รวม	4.02	0.82	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และมีค่า

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ว่าเจ้าหน้าที่สุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.41$) ลำดับต่อมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจและเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.30$) ผู้เรียนสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก ($\bar{X} = 4.21$) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.86$) เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.71$) เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว เช่น อินเทอร์เน็ตหลุด ติดต่อผู้สอนไม่ได้ ไม่มีหนังสือเรียน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจด้านผู้สอน

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	SD.	ระดับ
ผู้สอนมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการสอนภาษาไทย	3.66	0.81	มาก
ผู้สอนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ครบถ้วน	3.82	0.81	มาก
ผู้สอนสามารถอธิบายภาษาไทยให้เข้าใจได้ง่าย	4.30	0.83	มากที่สุด
ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่หลากหลาย ผู้เรียนสามารถสนุกไปกับผู้สอนได้	4.15	0.70	มาก
ผู้สอนสามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้ดี	4.25	0.70	มากที่สุด
ผู้สอนสอนด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนโยน	4.49	0.86	มากที่สุด
ผู้สอนมีความตรงเวลาในการสอน	4.44	0.91	มากที่สุด
รวม	4.16	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านผู้สอน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ว่า ผู้สอนสอนด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนโยน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านผู้สอนสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) ลำดับต่อมา คือ ผู้สอนมีความตรงเวลาในการสอน ($\bar{X} = 4.44$) ผู้สอนสามารถอธิบายภาษาไทยให้เข้าใจได้ง่าย ($\bar{X} = 4.30$) ผู้สอนสามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้ดี ($\bar{X} = 4.25$) ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่หลากหลาย ผู้เรียนสามารถสนุกไปกับผู้สอนได้ ($\bar{X} = 4.15$) ผู้สอนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.82$) และผู้สอนมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการสอนภาษาไทย ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ที่ให้บริการการสอนภาษาไทยมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมา คือบริการที่ได้รับคัมคากับค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.14$) ผู้เรียนได้ยินเสียงผู้สอนชัดเจน ($\bar{X} = 3.90$) ผู้เรียนสามารถใช้กล้องวิดีโอ (web camera) ได้เมื่อต้องการ ($\bar{X} = 3.66$) หนังสือที่ใช้เรียนสามารถนำไปใช้ได้จริง ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้เรียนต้องการเรียนภาษาไทย ($\bar{X} = 3.60$) หนังสือที่ใช้เรียนมีให้เลือกเรียนหลากหลายประเภท ($\bar{X} = 3.56$) และสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไม่มีการหลุดของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	SD.	ระดับ
สถานที่ที่ให้บริการการสอนภาษาไทย มีความเหมาะสม	4.53	0.64	มากที่สุด
สัญญาณอินเทอร์เน็ต ไม่มีการหลุดของสัญญาณอินเทอร์เน็ต	3.26	0.76	ปานกลาง
ผู้เรียนได้ยินเสียงผู้สอนชัดเจน	3.90	0.84	มาก
ผู้เรียนสามารถชักกล้องวีดีโอ (web camera) ได้เมื่อต้องการ	3.66	1.14	มาก
หนังสือที่ใช้เรียน มีให้เลือกเรียน หลากหลายประเภท	3.56	1.00	มาก
หนังสือที่ใช้เรียนสามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้เรียนต้องการเรียนภาษาไทย	3.60	1.05	มาก
บริการที่ได้รับคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย	4.14	0.71	มาก
รวม	3.81	0.88	มาก

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและความพึงพอใจ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานว่า ผู้เรียนที่มีข้อมูลทั่วไปเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะได้รับความพึงพอใจ 3 ด้านแตกต่างกันหรือไม่ ผลสรุปของการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 5

สรุปปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น ดังนี้

1. อายุ อาชีพ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทย ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
2. เพศ อายุ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทย ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านผู้สอน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น ด้านผู้สอน
3. อายุ และจุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทย ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย

5. สรุปผล

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัทสอนภาษาไทยออนไลน์ให้กับคนญี่ปุ่น พบว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผู้สอน รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ อุปกรณ์ และค่าใช้จ่าย เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ พบว่าผู้เรียนที่มีอายุและวัตถุประสงค์การเรียนที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจทั้งสามด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ

ตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจ	T	F	P-Value	Sig.
เพศ				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-1.903	-	0.061	×
ด้านผู้สอน	-2.550	-	0.013	✓
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-1.753	-	0.084	×
อายุ				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	-	0.031	✓
ด้านผู้สอน	-	-	0.024	✓
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-	-	0.013	✓
ภูมิภาค				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	0.259	0.903	×
ด้านผู้สอน	-	1.813	0.135	×
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-	0.597	0.666	×
อาชีพ				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	4.984	0.003	✓
ด้านผู้สอน	-	1.863	0.143	×
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-	2.630	0.056	×
จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	0.447	0.720	×
ด้านผู้สอน	-	0.055	0.983	×
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-	0.123	0.946	×
จุดประสงค์ในการเรียนภาษาไทย				
ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	-	0.000	✓
ด้านผู้สอน	-	-	0.040	✓
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และค่าใช้จ่าย	-	-	0.000	✓

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาลิรัฐ เลขะวัฒนะ อาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำ และขอขอบคุณบริษัทกรณีศึกษาและทีมงานของบริษัทกรณีศึกษาที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยเข้าไปทำการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- [1] สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย. (2557ก). เศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.th.emb-japan.go.jp/th/relation/economic.htm>
- [2] อุดม ยอดจันทร์. (2558). ความพึงพอใจ. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2558, จาก <http://km.n ara1. org /?name=research&file=readresearch&id=55>
- [3] คณะอนุกรรมการงานวิจัยและพัฒนา. (2553). การศึกษาความพึงพอใจของครู นักเรียนและผู้ปกครองต่อการ จัดการเรียนการสอนของโรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ปีการศึกษา 2553. กรุงเทพฯ : โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ.
- [4] ชัชวาลย์ ทัดศิริ. (2554). คุณภาพการให้บริการ. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=tru&count=true
- [5] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). ทิศทาง e – Commerce ไทย. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2558, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_e-comm.jsp