

การพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของ บริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด.

THE SERVICE QUALITY IMPROVEMENT OF BODYSHOP GARAGE OF KORANAT AUTO SERVICE CO.,LTD.

กรณัฐ แสงวัฒน์¹ และ ภิญรดา แก้วเขียว²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น / กรุงเทพมหานคร
jchk.ks1@gmail.com

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ / สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น / กรุงเทพมหานคร
pinrada@tni.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงการพัฒนากระบวนการให้บริการสำหรับอู่ซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของบริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด โดยใช้การเก็บข้อมูลในลักษณะเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานในแต่ละแผนกของบริษัทและลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งเก็บข้อมูลจากบุคลากรภายในองค์กรและลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการทำงานทั้งรูปแบบการทำงานแบบเก่าและแบบใหม่โดยผลจากการสัมภาษณ์นั้นพบว่าปัญหาหลักของฝ่ายการเงินนั้นจะเป็นในเรื่องของระยะเวลาการเก็บหนี้จากลูกค้า ในแผนกบริบทนั้นคือ การมีรถเข้านอกเวลางาน ในส่วนของแผนกจัดซื้อนั้นจะมีปัญหาเกี่ยวกับเงินทุนที่ไม่เพียงพอ และในส่วนของช่างนั้นจะมีปัญหาเกี่ยวกับความพร้อมและความถูกต้องของอะไหล่ ซึ่งแต่ละปัญหานั้นมีความสอดคล้องกันซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงานและทำให้ขาดประสิทธิภาพในการทำงาน ในส่วนของแผนกการสัมภาษณ์ลูกค้านั้นปัญหาที่พบคือ การมีที่จอดรถที่ไม่สะดวกสบาย ความหลากหลายของสินค้า (ขายประกัน)

หลังจากการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขแล้วพบว่ากระบวนการทำงานนั้นลดลงจากเดิม 7 วันทำการเหลือ 4 วันทำการ โดยใช้การวิเคราะห์จากสภาพรถยนต์ที่มีความเสียหายใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยเสนอแนะควรมีการจัดวันเข้าซ่อมที่เป็นระบบมากขึ้นในแผนกบริบท ในแผนกจัดซื้อนั้นควรมีการใช้โปรแกรม Express เข้ามาเนื่องจากต้องมีการตรวจเช็คสต็อกสินค้าเป็นประจำ ในส่วนของแผนกการเงินนั้นต้องกำหนดวันที่ลูกค้าจะจ่ายหนี้อย่างแม่นยำ โดยติดต่อกับบริษัทประกันโดยตรง ในส่วนของช่างนั้นควรจัดให้มีประชุมกันทุกสัปดาห์และมีการลงทุนซื้อเครื่องมือเพิ่มเข้ามา

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพการบริการ ธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์

Abstract

The research was to study on improving service quality of Koranat Auto Service Co., Ltd. I did the qualitative survey of two group which are employees who are currently working and employees who used to work with the company and customers who experienced the company's service. The result of the survey of the first group

demonstrated that there are problems in all areas. In financial department, the collection of debt was too long and could not be scheduled. In reception, the problems were damaged car arrived the garage after the working hours and no one to be stand-by during the night. In procurement department, there was a problem of the insufficient budget and also lack of systematic management of purchasing. In mechanic department, the problem illustrated as there were problems of the wrong model of spare parts and spare parts which were not on time as scheduled.

After the revision process, I found out that each case spent less time working from 7 working days to 4 working days and customers are satisfied by the quality of the service. The researcher concluded that the way to improve the service quality are using computer program (Express) to do the inventory in procurement department. In financial department, I recommended to schedule the receiving of the payment from insurance companies. In reception, I recommended to hire security to stand by when after working hour. In mechanic department, I recommended to invest on equipment and to schedule the arrival date of spare part.

Keywords: Service Quality Improvement, Bodyshop Garage

1. บทนำ

อุตสาหกรรมรถยนต์ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนเป็นอย่างมากในช่วง เวลาหลายปีที่ผ่านมาโดยทั้งนี้เกิดจากหลายปัจจัยเช่น นโยบายต่างๆ จากภาครัฐ เศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลถึงอุตสาหกรรมภาคยานยนต์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลเกิดความผันผวนในอุตสาหกรรมรถยนต์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามในปี 2560-2562 นั้น ทางภาครัฐได้สนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์ทำให้เกิดการเติบโตขึ้นในด้านการผลิตรถยนต์และแนวโน้มของผู้ใช้รถในประเทศและต่างประเทศนั้นเกิดการเติบโตขึ้นทั้งนี้ไทยถือว่าเป็นอันดับต้นๆในการผลิตรถยนต์หากพิจารณาแล้วปริมาณ

รถยนต์ที่ผลิตได้ในแต่ละปีนั้นค่อนข้างสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการลงทุนของทางภาครัฐเป็นอย่างมาก ทั้งนี้นโยบายของรัฐบาลนั้นต้องการที่จะเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ เนื่องจากการสร้างนโยบายดึงดูดการลงทุนเกี่ยวกับการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์เพื่อประกอบนั้นทำให้เกิดการเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมด้านการผลิตรถยนต์ในไทยให้กลับมาคึกคักขึ้นโดยเฉพาะการเข้ามาลงทุนของบริษัทรถยนต์จากญี่ปุ่นเช่น Toyota, Honda เป็นต้น โดยในระยะเวลาต่อมารัฐบาลไทยได้สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยด้วยการส่งเสริมการผลิตและใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ ได้แก่ 1) การปรับขึ้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์แบบสมบูรณ์ (Complete Knock-Down หรือ CKD) และนำเข้ารถยนต์แบบทั้งคัน (Complete Build-up หรือ CBU) 2) การกำหนดสัดส่วนชิ้นส่วนขั้นต่ำสำหรับรถยนต์ที่ผลิตในประเทศ (Local Content Requirement) อย่างไรก็ตามนโยบายนี้ได้เริ่มมีการใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 แต่ทางการของไทยนั้นได้มีการปรับเพิ่มสัดส่วนมาเป็นระยะ ๆ จนถึงในช่วงปี พ.ศ. 2559 ซึ่งการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยนั้นมีสัดส่วน Local Content มากถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าชิ้นส่วนทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ 3) นโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อประโยชน์ทางด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่บริษัทภายในประเทศ ซึ่งจากนโยบายทั้งสามขั้นต้นนี้ทำให้เกิดการขยายตัวในด้านของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และยังส่งผลถึงอุตสาหกรรมรถยนต์อีกด้วย ซึ่งนั่นส่งผลให้ประเทศไทยดึงดูดนักลงทุนจากบริษัทประเทศญี่ปุ่นให้เข้ามา มีบทบาทในการเติบโตและสนับสนุนทางด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ (วรรณ ยงพิศาลภพ. 2560 : 1)

สถานการณ์ที่ผ่านมาในอุตสาหกรรมรถยนต์นั้น เกิดความผันผวนในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำโครงการรถคันแรกเข้ามาใช้ในช่วงปี 2555-2556 ซึ่งทำให้ตลาดรถยนต์ในประเทศนั้นเกิดความคึกคักเป็นอย่างมากซึ่งดูได้จากกราฟที่มียอดขายรถยนต์สูงถึง 1.4 ล้านคัน และ 1.3 ล้านคัน ในช่วงระยะสองปีดังกล่าว นั้น ซึ่งหากเทียบย้อนกลับไปจนถึงปี 2560-2554 นั้นตลาดในประเทศมียอดขายเฉลี่ยเพียง 0.7-0.75 ล้านคัน ซึ่งอย่างไรก็ตามในปี 2556 นั้นยอดขายรถยนต์นั้นได้เพิ่มสูงขึ้นมากสุดเป็นประวัติการณ์โดยมียอดถึง 2.46 ล้านคัน อย่างไรก็ตามหลังจากสิ้นสุดโครงการซึ่งตั้งแต่ปี 2557-2559 นั้นยอดการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยได้ลดลงมาถึง 2 ล้านคัน โดยเกิดจากการทรุดตัวอย่างรุนแรงของตลาดรถยนต์ในประเทศ ซึ่งอย่างไรก็ตามตามแผนการของโครงการนี้คือการดึงความต้องการของผู้ที่จะซื้อรถยนต์ในอนาคต 3-4 ปี ข้างหน้าให้มาซื้อภายในปีที่จัดโครงการ ซึ่งทำให้ตลาดในประเทศนั้นเกิดความผันผวนเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า บริษัทรถยนต์จากญี่ปุ่นนั้นได้มีผลกระทบทั้งขึ้นและลง จากรูปที่ 2 จะเห็นได้ว่า Toyota นั้นมีเส้นกราฟที่ลดลง ซึ่งสวนทางกับผู้ผลิตรถยนต์ยี่ห้ออื่นในประเทศ ได้แก่ Isuzu, Honda, Mitsubishi และ Nissan ซึ่งหลังจากการเปิดตัวรถยนต์โมเดล Eco-car และ SUV นั้นทำให้รถยนต์จากบริษัทอื่น ๆ นั้น มีส่วนแบ่งทางตลาดที่มากขึ้นกว่าเมื่อก่อน (วรรณ ยงพิศาลภพ. 2560 : 1)

ประชาชนที่รู้จักออนไลน์ (2558) จากการศึกษาพบว่าผลจากโครงการรถคันแรกที่รัฐบาลได้ใช้โครงการนี้ในการกระตุ้นตลาดในประเทศในปี 2555-2556 จะเห็นได้ว่ามีรถยนต์ทั้งป้ายแดงและรถยนต์มือสองวิ่งตามท้อง

ถนนสูงถึง 15 ล้านคัน และคาดการณ์ว่าภายในอีก 5 ปีต่อมา จะมากถึง 19 ล้านคัน เมื่อปริมาณการใช้รถยนต์เพิ่มขึ้นย่อมมีความต้องการที่ใช้บริการดูแลและซ่อมบำรุงนั้นย่อมมีมากตามไปด้วยโดยเฉพาะรถยนต์ที่มีอายุการใช้งาน 5 ปีขึ้นไปซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ดีตามจากข้อมูลของสำนักงานตำรวจแห่งชาตินั้นทำให้ทราบว่าอุบัติเหตุทางรถยนต์มากขึ้นจึงทำให้โอกาสทางธุรกิจของอู่ซ่อมและบำรุงรักษาสภาพรถยนต์นั้นมีโอกาสเติบโตทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสาเหตุหรือปัญหาของกระบวนการให้บริการธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของ บริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการให้บริการของธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ของ บริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีภาพรวมคุณภาพการให้บริการ

Quality Management นั้นมาจากสองแนวคิดหลักที่ทำให้บริหารจัดการองค์กรให้ดีขึ้น โดยสองแนวคิดนั้นแบ่งออกดังนี้

อย่างแรก คือ สิ่งที่เราจะมาด้านบนคือ ลูกค้า หากเราสามารถค้นหาได้ว่าลูกค้านั้นชอบหรือไม่ชอบอะไรและเราก็ให้ในสิ่ง ๆ นั้น เหมือนเดิมตลอด ลูกค้าก็จะกลับมาหาองค์กร และบอกต่อกันไปกับผู้บริโภคคนอื่น ๆ และนั่นคือรายละเอียดของกฎเกณฑ์สำคัญแห่งความสำเร็จ นอกจากนี้แล้วยังสามารถบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือขององค์กรได้

อย่างที่สอง คือ หากเรารู้วิธีที่มีผลมากที่สุดในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ และลดการเสียต่าง ๆ เช่น เสียเวลา วัตถุดิบ การแทนที่ของสินค้าที่เสียสภาพ หรือการให้บริการที่ไม่เป็นที่พึงพอใจ องค์กรนั้น ๆ ก็จะสามารถสำเร็จ อย่างไรก็ตาม คุณภาพภายใต้ความคิดนี้นั้นคือการทำให้ง่ายและออกแบบเพื่อป้องกันความผิดพลาด (John Peter. 1999 : 7-8)

คุณภาพนั้นก็เหมือนกับกระแสเงินของธุรกิจที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ถึงราคาที่ไม่สูงจนเกินไปและคุณภาพการบริการที่สูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ การปราศจากการบริหารจัดการคุณภาพนั้นจะทำให้การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการนั้นเป็นไปไม่ได้อย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาจากอดีตจนถึงปัจจุบันหลักการ 4 หลักการหลัก ๆ นี้ ก็ยังคงถูกใช้อยู่ ซึ่งหลักการทั้ง 4 นั้น มีดังต่อไปนี้

- 1) ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้คนว่าต้องการอะไรจากสินค้าหรือบริการและส่งความต้องการเหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภค (Fitness for Purpose)
- 2) การกำหนดรายละเอียดของสินค้าหรือบริการโดยมีปัจจัยพื้นฐานจากความต้องการของลูกค้า และส่งต่อถึงพวกเขาอย่างระมัดระวัง (Conformance to Specification)
- 3) ความเข้าใจและการจัดการเกี่ยวกับความหลากหลายของการผลิตและการบริการ (Process Control)

4) การเก็บรายละเอียดของการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ เพื่อทำการติดตามและหาข้อผิดพลาด (Quality Audit/Document Control) หากการให้บริการนั้นตรงตามความต้องการและจุดประสงค์ แล้ว หากเกิดปัญหาจะสามารถที่จะหาสาเหตุและวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างทันที

คุณภาพและความหลากหลาย (Quality and Diversity)

คุณภาพนั้นเป็นมากกว่าคำตอบ อะไรก็ตามที่เกี่ยวกับคุณภาพนั้นไม่ว่าจะเป็นเพลงของวงที่ชอบหรือคำพูดของนักเขียน และอื่นๆ นั้น ไม่สามารถเป็นเหมือนเดิมได้ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคก็ยังต้องการความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง เช่นหากสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้กลายเป็นสิ่งที่ไม่ต้องการอีกแล้วและผู้คนต้องการการเปลี่ยนแปลง บริษัทต่างๆ จะเริ่มศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคอีกครั้งถึงความต้องการใหม่ๆ เหมือนกับที่ Sony เคยทำเครื่องเล่นเพลงพกพา (Walkman) ธนาкар ที่เคยทำตู้ ATM เป็นต้น (John Peter. 1999 : 7-8)

คุณภาพนั้นเกี่ยวกับการให้บริการหรือสินค้าเดิมเข้าไปเข้ามา แต่นั่นอาจจะไม่ใช่สาเหตุที่แท้จริงที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงหรือการเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการนั้นก็เป็นส่วนสำคัญ ทฤษฎีนี้เป็นที่พูดถึงกันอย่างหลากหลายซึ่งทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการและสินค้านั้นเรียกอีกอย่างได้ว่า "Kaizen" (ในภาษาญี่ปุ่น) ซึ่งแปลว่าการไม่หยุดอยู่กับที่และการมองหาความเป็นไปได้ในการพัฒนา

หลักการ 5 มิติแห่งการให้บริการคือ สิ่งให้ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงในด้านต่างๆ 5 ด้าน ซึ่งในแต่ละด้านนั้นเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่จะทำให้ลูกค้านั้นจงรักภักดีกับการให้บริการกับบริษัท (Chris Arlen. 2008) โดยมีมิติการให้บริการทั้ง 5 นั้น มีดังต่อไปนี้

1. ความจับต้องได้ (Tangible) - สิ่งที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น สถานที่ให้บริการ อุปกรณ์การทำงาน และบุคลากร
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) - การให้บริการที่มีคุณภาพและสามารถทำให้ลูกค้าไว้วางใจได้
3. การตอบสนอง (Responsiveness) - การตอบสนองต่อการให้บริการลูกค้า และความรวดเร็วในการเข้าให้ความช่วยเหลือและบริการต่อลูกค้า
4. การรับประกัน (Assurance) - ความชำนาญในด้านการให้บริการที่สามารถถ่ายทอดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า
5. ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (Empathy) การให้ความสนใจลูกค้าจากทางบริษัท

อย่างไรก็ตามไม่ใช่ทั้ง 5 มิตินี้จะมีผลสำคัญเท่ากัน ทั้งนี้เนื่องจากการให้บริการของแต่ละบริษัทนั้นแตกต่างกัน จึงทำให้บริษัทจำเป็นต้องหาให้ได้ว่าสิ่งไหนที่สำคัญที่สุดสำหรับแต่ละบริษัท โดยความสำคัญต่างๆ ในแต่ละมิติดังกล่าวมีความหมายต่อให้ผู้บริการดังต่อไปนี้ (Chris Arlen. 2008)

3.2 ข้อมูลธุรกิจผู้ซื้อและผู้ขายและตัวถ่วงยนต์ของ บริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด

บริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด ได้เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2558 โดยบริษัทตั้งอยู่ที่ 449/1 ถนนสุขุมวิท ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้ถือหุ้นบริษัท 3 คน ได้แก่ (1) นายกรณัฐ แสงวัฒนะ (2) นางวิไลวรรณ แสงวัฒนะ (3) นายณัฐธาดา แสงวัฒนะ โดยเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านงานซ่อมและตัวถ่วงยนต์ และขายกรมธรรม์ภาคบังคับและสมัครใจ ของบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีจุดเด่นในด้านความเร็วของการบริการ และคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งปัจจุบันในจังหวัดชลบุรีมีผู้ซื้อและผู้ขายตัวถ่วงยนต์เป็นจำนวนมากแต่ก็ไม่มีเพียงพอต่อปริมาณงานซ่อมในปัจจุบัน ซึ่งจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีผู้ใช้รถเป็นจำนวนมากและเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งทั้งรุนแรงและไม่รุนแรง ซึ่งในจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะในส่วนบางแสนนั้นมีผู้ใช้รถอยู่ถึง 4 ผู้ที่เป็นอยู่กลางประกันภัย ซึ่งเป็นผู้ที่เปิดให้บริการมายาวนานกว่า 20 ปี และเป็นผู้แข่งขันสำคัญในเขตบางแสนนี้

ทางบริษัทมีจุดมุ่งหมายในการให้บริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เนื่อง จากเป็นงานซ่อมซึ่งสภาพรถยนต์นั้นไม่มีทางที่จะเหมือนเดิมได้โดยการทำงานของมนุษย์อย่างเดียว บริษัทจึงได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการนำระบบรูปแบบการบริหารงานมาใช้ โดยมีกลยุทธ์การทำงานดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ในการจำแนกลูกค้าและกำหนดความสำคัญ

ทางบริษัทมีการใช้ระบบลูกค้า VIP คือคนที่ซื้อประกันวินาศภัยกับทางบริษัท ไม่ว่าจะเป็นงาน Motor หรืองาน Non-Motor ซึ่งลูกค้าลักษณะนี้จะได้รับการซ่อมเร็ว เช่น ซ่อมเสร็จภายใน 1 วัน สำหรับแผลเล็ก และสามารถเข้ามารับการบริการฟรีหากมีความเสียหายเล็กน้อย เช่น มีรอยขีดข่วน ซึ่งบริษัทมีจุดประสงค์ในการที่จะขยายฐานลูกค้าและลดช่องว่างในการเปลี่ยนไปใช้บริการของเจ้าอื่น กลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการทำงาน

การทำงานของบริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด ในปัจจุบันนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยใช้ระบบ EMCS ซึ่งเป็นระบบจัดการบริหารภายในโดยการลงรายละเอียดข้อมูลผ่านเว็บไซต์ โดยมีขั้นตอนการทำงานดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างเรื่อง (Quotation)
- 2) การคำนวณระยะเวลางานซ่อมและวันที่ลูกค้าสามารถนำรถเข้ามาซ่อม
- 3) การใส่ข้อมูลลงในเรื่อง
- 4) ส่งเรื่องให้บริษัทประกันที่ใช้บริการของ EMCS เพื่อทำการติดต่อสื่อสารกัน
- 5) ถ่ายรูปและลงรูปในระบบทุกขั้นตอน
- 6) การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ก่อนส่งมอบรถยนต์
- 7) การติดตามค่าสินไหมหลังซ่อมเสร็จ
- 8) ติดตามลูกค้าสอบถามถึงความพึงพอใจหลังรับรถ

3.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญา วัฒนรังสรรค์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาว ย่านสยามสแควร์ โดยศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ ศึกษาถึงอุปสรรคและปัญหา โดยการใช้แบบสอบถามกับพนักงานจำนวน 218 คน และผู้บริหาร 3 คน โดยจากการศึกษาพบว่าการทำงานของพนักงานในโรงแรมนั้นอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอนแนะแนวทางการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ (1) การมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่พนักงานเพื่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา และการกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาในเรื่องความผิดพลาดของการทำงานอย่างเป็นระบบ (2) การตั้งเป้าหมายขององค์กรและการถ่ายทอดไปยังพนักงานอย่างเหมาะสม (3) ทักษะการสื่อสารระหว่างประเทศ (4) การรับพนักงานและนักศึกษาฝึกงานใหม่ โดยมีการอบรมในเรื่องของการสื่อสารและเรื่องการบริหารเป็นหลัก อย่างไรก็ตามผู้บริหารควรให้ความสำคัญในเรื่องภาษาควบคู่ไปกับการฝึกอบรมการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานภายในบริษัทนั้นมีหัวข้อปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่สำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) ด้านการให้บริการ - เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและลดปัญหาในการทำงานของแต่ละแผนก ทางบริษัทควรให้อำนาจในแต่ละแผนกได้มีการตัดสินใจในบางส่วนของงานและมีการระดมความคิดของพนักงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการทำงานและมีการแต่งตั้งหัวหน้างานเพื่อกำกับดูแล (2) การตั้งเป้าหมายและการทำให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละแผนก - แต่ละแผนกควรมีเป้าหมายในการทำงานและกำหนดแนวทางที่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายนั้นได้โดยมีหัวหน้าคอยกำกับดูแลอย่างเหมาะสม ซึ่งการตั้งเป้าหมายในการทำงานของแต่ละแผนกนั้นจะทำให้บริษัทมีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดความร่วมมือภายในองค์กรเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายส่วนรวม (3) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน - ควรมีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการทำงานของส่วนบุคคลในแต่ละแผนกทั้งนี้การทำงานแบบเดิมซ้ำๆ อาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายจากการทำงานได้ ซึ่งทำให้พนักงานนั้นหมดแรงจูงใจในการทำงาน อีกทั้งการอบรมพัฒนาความสามารถในการทำงานนั้นยังทำให้พนักงานทำงานในตำแหน่งอื่นๆ ได้ และอาจค้นพบสิ่งที่ตัวเองมีความสามารถและความถนัดในหน้าที่อื่นๆ ได้ ทำให้มองเห็นความก้าวหน้าในการทำงาน (4) การให้ค่าตอบแทน - การทำงานล่วงเวลาควรมีค่าตอบแทน โดยต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่ทำงาน ตำแหน่ง และความเหมาะสมของงานที่ทำ (5) อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ - ในสถานที่ทำงานที่ทันสมัยนั้น เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ช่วยในเรื่องของการทำงานของพนักงานนั้นควรมีการสำรวจว่ามีเสียหายหรือชำรุดหรือไม่ (6) กำหนดให้หัวหน้าแผนกติดตามการทำงานของลูกน้องเป็นระยะ - การติดตามการทำงานของหัวหน้าแผนกนั้นทำให้ลดการผิดพลาด ในขั้นตอนการทำงานที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยหากมีหัวหน้าคอยติดตามงานนั้นจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้และทำให้การทำงานไม่ช้าลงกว่าที่คาดการณ์ไว้

อุไร ดวงระหว้า (2554) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา 400 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ที่ประกอบด้วย ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีสถิติ

เชิงอนุมานประกอบด้วย Independent Sample T-test, One-way ANOVA, ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LDS โดยผลการศึกษพบว่าความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะ/สาขาที่เรียนมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยในด้านการให้บริการสำคัญได้แก่ (1) ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ - ต้องมีความทันสมัยในด้านของเทคโนโลยี เพื่อความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในคุณภาพของผู้ใช้บริการ โดยเน้นการบริการที่นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ (2) ปัจจัยด้านบุคลากรหรือผู้ให้บริการ - พบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นเกิดจากการที่บุคลากรในองค์กรนั้นให้ความสนใจในการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการแสดงความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (3) ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารของการให้บริการ - การให้ข้อมูลบริการนั้นต้องเรียบง่าย เข้าใจง่าย เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว (Website) โดยต้องสามารถสื่อสารกับผู้ให้บริการได้ (4) ปัจจัยด้านระยะเวลาการให้บริการ - หากขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการนั้นทำให้เกิดความล่าช้า จึงต้องมีการปรับปรุงให้เหมาะสม โดยการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับ เพื่อจะได้นำความชำนาญในงานด้านนั้นๆ มาใช้ในการทำงานเพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น (5) ปัจจัยด้านประเภทของการให้บริการ - การแยกประเภทของบริการนั้น ทำให้การทำงานบริการแบบ One-Stop-Service นั้น รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

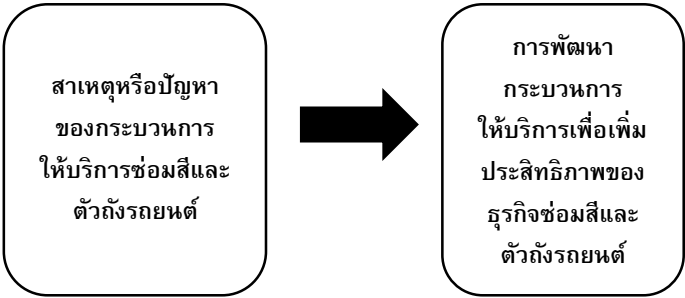
ก่าพล แก้วสมนึก (2552) วิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของบริษัท พรซิชั่น ทูลเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของบริษัท โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าของบริษัท พรซิชั่น ทูลเซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 161 ราย ที่มีโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยมีความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และประมาณผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยผลวิจัยนั้นออกมาว่า มีความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับสูงมาก แต่โดยเฉพาะปัจจัยด้านทรัพยากรการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความพร้อมในการให้บริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้า โดยมีปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) ด้านทรัพยากรในการให้บริการ - มีความหลากหลายของสินค้า และส่งข้อมูลสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจง่ายและเป็นที่ยอมรับ (2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ - จัดการทำงานให้แม่นยำและรวดเร็ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (3) ด้านความพร้อมในการให้บริการ - มีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้าและช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็วและเต็มที่ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพร้อมในการให้บริการของบริษัท (4) ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ - ชื่อเสียงนั้นเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งต่อความเชื่อมั่นที่ลูกค้านั้นมีต่อบริษัท (5) ด้านความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า - การเต็มใจช่วยเหลือและแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่อย่างจริงจังต่อลูกค้านั้นสร้างความเชื่อใจให้บริษัทเป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อเกิดข้อผิดพลาดและทางบริษัทเข้าแก้ไขส่งผลให้เกิดชื่อเสียงที่ดีต่อบริษัทตามมา

สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ และธนชาติ ประทุมสวัสดิ์ (2561) วิจัยเกี่ยวกับคุณภาพ การบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐาน

ในจังหวัดนนทบุรีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ (2) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการของศูนย์บริการ (3) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม โดยมีการใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, T-test และ Regression Analysis โดยมีผลงานวิจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7Ps) นั้นมีผลต่อคุณภาพการให้บริการเป็นอย่างมาก ซึ่งมีปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์หรืองานบริการนั้นเน้นไปที่การให้บริการลูกค้าให้มากขึ้นและให้รายละเอียดแก่ลูกค้าให้มากขึ้นเกี่ยวกับงานซ่อม (2) ด้านราคานั้นควรมีความสมเหตุสมผลกับบริการที่ให้แก่ลูกค้า (3) ด้านช่องทางจำหน่ายหรือช่องทางการให้บริการควรมีการเปิดวันหยุดสำหรับลูกค้าที่สามารถมาได้เฉพาะในวันหยุดเท่านั้น (4) การส่งเสริมด้านการตลาดนั้นควรให้ความสำคัญกับเทคนิคและเทคโนโลยีในการซ่อมใหม่ๆ (5) ด้านบุคลากรนั้นควรสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและประสบการณ์ให้เพียงพอต่อจำนวนงานบริการของอยู่ (6) ด้านกระบวนการให้บริการนั้นควรจัด การแบ่งสัดส่วนในการทำงานให้ชัดเจน (7) ลักษณะทางกายภาพนั้นควรมีบรรยากาศในการทำงานและในการรับรองลูกค้าให้สบายตาและให้ความรู้สึกสะดวกสบาย

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท กรณัฐ ออโต้ เซอร์วิส จำกัด โดยจะเป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับแต่ละแผนกเพื่อศึกษาแนวทางการทำงาน ในปัจจุบันและรูปแบบการทำงานในอดีต จำนวน 10 คน และลูกค้าที่ใช้บริการ และลูกค้าเก่าที่เคยบริการได้ จำนวน 5 คน โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นนำข้อมูลมาถอดเทปเพื่อนำไปใส่ในตารางสรุปความสำคัญของเนื้อหาจากนั้นได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปและอภิปรายผล เพื่อนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องในประเด็นข้อแตกต่างของการทำงานในรูปแบบเก่าและการทำงานในรูปแบบใหม่ว่ามีข้อดีและข้อเสีย

อย่างไร ทั้งนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับการใช้ระบบการบริหารงานในปัจจุบัน ที่ส่งผลให้การทำงานและการให้บริการนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. ผลการวิจัย

จากการวิจัยค้นพบว่า การทำงานในรูปแบบเก่านั้นเริ่มจากพนักงานขับรถออกไปรับรถและตรวจเช็คเอกสารของลูกค้า โดยพนักงานรับรถจะเรียกช่างประกอบมาดูว่ามีความเสียหายอะไรอีกบ้างและประเมินระยะเวลาทำงานว่าใช้เวลาทั้งหมดกี่วัน พนักงานรับรถกับช่างประกอบคุยกันและทำการนัดหมายลูกค้าและทำใบเสนอราคาส่งมอบให้พนักงานฝ่ายเสนอราคาเดินทางไปดูราคาที่บริษัทประกันภัย หลังจากได้รับการอนุมัติราคาจากบริษัทประกันภัยแล้วพนักงานรับรถจะให้ช่างเริ่มงานซ่อมได้เลย และหากมีการเปลี่ยนอะไหล่ฝ่ายอะไหล่จะต้องหาราคาที่ไม่เกินกว่าราคาที่บริษัทประกันภัยอนุมัติ ขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานคือการวางบิลค่าซ่อมและส่งมอบรถให้ลูกค้า ซึ่งขั้นตอนการดำเนินงานแบบนี้พนักงานรับรถนั้นหลังจากรับรถและตรวจเช็คเอกสารของลูกค้าแล้วต้องประเมินเวลาซ่อมและสร้างเรื่องเคลมรถในระบบ EMCS และส่งให้บริษัทประกันภัยในวันนั้น หากบริษัทประกันไม่ติดต่อกัน 1 วันทำการให้ทำการดำเนินการติดตามและเริ่มจัดซ่อมรถได้ทันทีเนื่องจากมีหนังสือสัญญาซ่อมตัวถังกับบริษัทประกันภัยจึงสามารถซ่อมรถได้โดยไม่จำเป็นต้องรอราคา โดยงานซ่อมปกติจะอยู่ที่ 2 วัน ทำการ เมื่อซ่อมเสร็จแล้วทำการตรวจเช็คความเรียบร้อยและนัดหมายลูกค้าเข้ามารับรถ ถ้ายูปรถซ่อมเสร็จแล้วส่งเรื่องตั้งเบิกเงินค่าซ่อมผ่านระบบ EMCS และโทรถามความพึงพอใจของลูกค้าภายใน 3 วันหลังจากส่งมอบรถ

ตารางที่ 1 ระยะเวลาในการทำงานแบบเก่าและรูปแบบใหม่

การทำงานแบบเก่า	ระยะเวลาในการทำงาน	การทำงานในรูปแบบใหม่	ระยะเวลาในการทำงาน
การรับรถจดสถิติข้อมูล	1 วัน	ตรวจสอบความเสียหายรถยนต์ ถ่ายรูป ตรวจเช็คเอกสารเบื้องต้น	1 วัน
การตรวจสอบความเสียหาย		ประเมินเวลางานซ่อม	
การนำเสนอราคาให้แก่บริษัทประกันภัย	3 วัน	สร้างข้อมูลในระบบ EMCS	
การดำเนินงานซ่อม	3 วัน	ติดตามงานกับบริษัทประกันและจัดซ่อม	2 วัน
		การตรวจสอบรถยนต์ก่อนส่งมอบรถยนต์	1 วัน

การตรวจเช็คสภาพรถยนต์ก่อนส่งมอบ		ส่งมอบรถยนต์	
รวมระยะเวลาทำงาน	7 วัน	รวมระยะเวลาทำงาน	4 วัน

จากตารางที่ 1 ค้นพบว่าการทำงานในรูปแบบเก่าและรูปแบบใหม่นั้นมีวิธีการดำเนินงานต่างกันเล็กน้อยโดยรูปแบบใหม่นั้นจะเป็นการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อลดระยะ เวลาของการทำงานและลดขั้นตอนของการทำงานให้น้อยลงโดยที่พนักงานแต่ละคนนั้นสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้หลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่ทำให้การลดระยะเวลาลงนั้นเกิดขึ้นได้สืบเนื่องจากตัวโปรแกรมสามารถส่งรูปไปยังบริษัทประกันภัยและทำการขอซ่อมก่อนได้โดยไม่ต้องรอราคาอนุมัติทำให้ลูกค้าสามารถมารับรถได้เร็วขึ้นอย่างน้อย 3 วันทำการและการทำงานในรูปแบบใหม่นั้นทำให้แต่ละแผนกนั้นรับ-ส่งงานภายในองค์กรได้ราบรื่นขึ้น

โดยวิจัยนี้ยังทำให้ทราบถึงปัญหาหรือสาเหตุของกระบวนการให้บริการธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ โดยปัญหาที่พบนั้นแบ่งออกเป็นแผนก โดยในแผนกบริดนั้นจากการตอบแบบสัมภาษณ์ของพนักงานทำให้พบว่ามีปัญหาในเรื่องของจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการทำงาน หน้าที่ของงานนั้นไม่มีความชัดเจนในแต่ละแผนกและตำแหน่งที่หนึ่งที่ไม่สามารถมองเห็นรถที่เข้ามาที่อุ้ได้ ในส่วนของแผนกการเงินนั้นปัญหาใหญ่ที่พบคือบริษัทนั้นมีสภาพคล่องที่ไม่ค่อยดีนัก ความยากในการติดตามหนี้ และการไม่มีระบบคลังสินค้าภายในองค์กร ซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อของเกินและของหาย ในส่วนของแผนกจัดซื้อนั้นพบว่าพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการทำงานซึ่งทำให้ทำงานผิดพลาดบ่อยครั้ง อีกทั้งยังมีการสื่อสารที่ผิดพลาดกันระหว่างแผนกการเงินและแผนกจัดซื้อ มีร้านค้าที่สามารถซื้อ-ขายเงินเชื่อนั้นค่อนข้างจำกัดและต้องใช้เงินสดจำนวนมาก ไม่มีระบบคลังสินค้าทำให้ของหายบ่อยครั้ง ในแผนกช่างนั้นพบว่า จำนวนช่างยังขาดอยู่หลายตำแหน่งทำให้ช่างต้องทำงานหลายอย่างในคนเดียว การส่งอะไหล่ผิดรุ่นของฝ่ายจัดซื้อ การไม่มีหัวหน้าช่างที่ควบคุมงานและคุยกับแผนกอื่นในบริษัท อุปกรณ์และสีที่ใช้นั้นมีคุณภาพแต่ใช้งานค่อนข้างยาก และห้องพ่นที่ใช้ได้เพียงห้องเดียวทำให้ทำงานได้ช้าลง จากปัญหาข้างต้นนั้นส่งผลต่อกระบวนการทำงานเป็นอย่างมากและลดภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของการบริการของบริษัท

จากการศึกษาสาเหตุหรือปัญหาของกระบวนการให้บริการธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์นั้นทำให้ทางบริษัทดำเนินการแก้ไขปัญหาในจุดต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการทำงานในรูปแบบใหม่ขึ้นซึ่งแก้ปัญหาและเพิ่มคุณภาพในการให้บริการด้วยโดยเป็นการแก้ปัญหาและพัฒนาการทำงานในแต่ละแผนก โดยแผนกบริดนั้นมีการรับคนเพิ่มเข้ามาเพื่อให้เพียงพอต่อปริมาณงานที่เข้ามาอีกทั้งยังมีการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถประเมินราคาซ่อมและประเมินระยะเวลาในการซ่อมได้ ทั้งนี้ในส่วนของการใช้งานโปรแกรม EMCS นั้นทางบริษัทได้มีการจัดส่งคนไปฝึกอบรมและเรียนรู้การใช้งานระบบ โดยทั้งนี้บริษัทได้มีการจัดทำแผนผังการทำงานและประชุมหารือกัน

ในทุกอาทิตย์ ในส่วนแผนกการเงินนั้นได้มีการกำหนดวันออกบิลตั้งเบิก และมีการสร้างใบอนุมัติซ่อมรถทุกครั้งเพื่อป้องกันการงานที่ผิดพลาด อีกทั้งยังมีการจัดให้พูดคุยกับแผนกจัดซื้อในทุกเช้าเพื่อทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันว่ามีเรื่องต้องใช้จ่ายหรือไม่ ในส่วนของแผนกจัดซื้อนั้นได้มีการหาร้านอะไหล่เพิ่มเติมและทำสัญญาซื้อ-ขายแบบเงินเชื่อให้มากขึ้นโดยเน้นร้านค้าทางแปดริ้วและบ้านสวน มีการจัดการคุยกับแผนกการเงินในทุกเช้า และมีการใช้ระบบคลังสินค้าและทำการบริหารจัดการแบบ FIFO โดยควบคุมระบบด้วยโปรแกรม Express ในส่วนของแผนกช่างนั้นจะมีการจัดซื้ออุปกรณ์ของช่างในแต่ละแผนกให้ครบทุกอย่างและมีการเบิกจ่ายและคืนอุปกรณ์หลังทำงานเสร็จ อีกทั้งในทุกวันศุกร์ช่างทุกคนจะต้องมาประชุมกันหลังเลิกงานเพื่อปรับการทำงานให้เข้าหากันให้ได้ มีการจัดอบรมในการใช้ระบบและจัดซื้อกล่องให้ช่างในทุกแผนก ในส่วนของการทำงานล่วงเวลานั้นบริษัทจะพิจารณาจากความเหมาะสมและต้องทำงานในวันอาทิตย์เท่านั้น มีการประเมินการว่าจ้างช่างเข้ามาทำงานใหม่ในแต่ละแผนก ในส่วนของเรื่องเส้นทางบริษัทได้มีการจัดการส่งช่างไปอบรมและเรียกพนักงานของบริษัทสีเข้ามาให้ความรู้ความเข้าใจให้กับช่าง โดยจากการแก้ไขปัญหานี้ทำให้เกิดการทำงานในรูปแบบใหม่ซึ่งพัฒนากระบวนการทำงานและการให้บริการแก่ลูกค้าทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการเป็นอย่างมาก

จากการศึกษาการพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์นั้นพบว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้นั้นมีผลต่อการพัฒนากระบวนการให้บริการเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำโปรแกรมเข้ามาใช้ในส่วนงานต่างๆ ทำให้การบริหารงานนั้นเป็นไปได้อย่างสะดวกและรอบคอบมากขึ้นซึ่งจากเดิมการทำงานในรูปแบบเก่านั้นมีปัญหาในเรื่องของขั้นตอนการทำงานที่ค่อนข้างสลับ ซับซ้อนและไม่ค่อยมีข้อบังคับที่แน่นอนในเรื่องของการกำหนดหน้าที่ในแต่ละแผนกอีกทั้งในเรื่องของการติดต่อกับบริษัทประกันนั้นเป็นไปได้อ่อนช้อยยากทำให้หลายครั้งนั้นเสี่ยงต่อการผิดนัดส่งมอบรถซึ่งมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ซึ่งจากการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้นทำให้เกิดรูปแบบในการทำงานรูปแบบใหม่ขึ้นซึ่งมีผลทำให้การทำงานนั้นเป็นระบบระเบียบมากขึ้นโดยการนำโปรแกรมเข้ามาใช้นั้นมีผลอย่างมากในการบริหารจัดการภายในโดยเฉพาะโปรแกรม Express ที่ทำให้ในส่วนของคลังสินค้านั้นทำงานได้อย่างไม่มีข้อผิดพลาดอีกทั้งในส่วนของโปรแกรมที่ช่วยในการพัฒนาในส่วนของการให้บริการนั้นยังมีโปรแกรม EMCS เข้ามาช่วยในการสนับสนุนการให้บริการให้ตอบโต้ความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งจากการตอบกลับของลูกค้านั้นมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากกับการให้บริการในรูปแบบใหม่ของทางบริษัท กรณีรัฐ อดิได้ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนากระบวนการให้บริการ

7. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงการพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจซ่อมสีและตัวถังรถยนต์นั้น มีข้อมูลและแนวทางสำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้

ด้านสถานที่ตั้งและการออกแบบนั้นมีส่วนต่อการเข้าใช้บริการซึ่งสถานที่นั้นต้องดูมีมาตรฐานที่ดี สะอาด และดูทันสมัย ซึ่งจากข้อนี้หาก

อยู่สามารถปรับเปลี่ยนให้สถานประกอบการดูทันสมัยขึ้นในด้านการออกแบบ และสถานที่ตั้งที่ทางยดัดถนนหลักนั้นเป็นอีกปัจจัยสำคัญในการเข้าใช้บริการของลูกค้า

ด้านของความไว้วางใจของลูกค้า เกิดจากความเชื่อมั่นในการให้บริการของบริษัท อีกทั้งบริษัทนั้นรับประกันในการให้บริการลูกค้าซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าว่าทางบริษัทนั้นดูแลรถของลูกค้าอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าสนใจกลับมาใช้บริการอีก โดยทั้งนี้ ความจงรัก รักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ด้านการบริการของพนักงาน พนักงานที่จะพบลูกค้านั้นจะอยู่ในแผนกบริการ แผนกการเงิน ซึ่งเป็น 2 แผนกหลักที่จะต้องเจอกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งจากข้อมูลนั้นทำให้พบว่าการตอบสนองต่อการให้บริการลูกค้าเป็นรายบุคคลนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก หากต้องการที่จะพัฒนาในด้านการให้บริการนั้น พนักงานจะต้องถูกฝึกอบรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้เร็วที่สุด โดยการแบ่งหน้าที่ในการทำงานนั้นจะทำให้ลดความเสี่ยงในการเจอปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อลูกค้าเจอปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนโดยทั้งนี้บริษัทสามารถจัดอบรมให้พนักงานมี Service Mind ที่ดีขึ้น

ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัท ความน่าเชื่อถือนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากในการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งการสร้างความน่าเชื่อถือนั้นสามารถทำได้โดยการเพิ่มคุณภาพในการให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน รูปแบบการทำงานที่ดีเป็นที่น่าเชื่อถือนั้นสามารถทำให้ผู้ใช้บริการนั้นไว้วางใจในที่สุด

ในด้านของการทำความเข้าใจผู้ใช้บริการ ธุรกิจบริการนั้นสามารถประสบความสำเร็จได้จากความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการซึ่งสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากอยู่นั้นคือความเร็วในการซ่อมและคุณภาพในการซ่อม ซึ่งเป็นสองอย่างที่ทำให้บริการนั้นควรทำให้ได้เป็นอย่างดีที่สุด

8. เอกสารอ้างอิง

กำพล แก้วสมนึก. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของ

ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของบริษัทพรวิชั่น ทูลส์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด.

การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ .

ดวงรัตน์ เรืองอุไร. (2555). ความหมายของ TQM (Total Quality Management).

สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2562, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/454678>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2558). การตลาดของรถยนต์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ

16 มิถุนายน 2561, จาก

<https://www.prachachat.net/motoring/news-86976>.

พิชญ วัฒนังสรรค์. (2558). การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ของพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาว ย่านสยามสแควร์. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วรรณ วยพิศาลภพ. (2560). อุตสาหกรรมรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 16

มิถุนายน 2561, จาก

https://www.krungsri.com/bank/getmedia/cf250dec-3bbe-4629-8a6b-40f7937 eee4b/IO_Automobile_2017_TH.aspx.

สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ; และชนชาติ ประทุมสวัสดิ์. (2561). คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและสีรถยนต์มาตรฐานในจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 6(2) : 17-28.

อุไร ดวงระหว้า. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Abby Ghobadian; Simon Speller, and Matthew Jones. (1994). Service Quality : Concept and Models. **International Journal of Quality & Reliability Management.** 11(9) : 43-44.

Chris Arlen. (2008). **The 5 Service Dimensions All Customers Care About.** Retrieved April 20, 2019, <http://www.serviceperformance.com/the-5-service-dimensions-all-customers-care-about/>.

John Peter. (1999). Total Service Quality Management. Managing Service Quality. **An International Journal.** 9(1) : 9-10.