

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มาใช้บริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMERS' SATISFACTION USING SHIPPING COMPANY IN BANGKOK

จिरายูท คงมีศรี¹ ผศ.ดร.วรศักดิ์ ทองศิริ²

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข¹

อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข²

ผู้รับผิดชอบบทความ: ntawan@hotmail.com

Jirayut Kongmeesri¹ Asst.Prof.Dr.Worasak Thongsiri²

Student-Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Thongsuk College¹

Advisor-Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Thongsuk College²

Corresponding author: ntawan@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 20 สิงหาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 10 กันยายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 30 กันยายน 2566

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพ การให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยมีปัจจัยที่ศึกษาคือ (1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (3) ด้านการตอบสนองลูกค้า (4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (5) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ตรงตามสมมุติฐานทุกประการและสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ประมาณร้อยละ 59.0

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ,ความพึงพอใจ,ลูกค้า,บริษัทขนส่ง

Abstract

The objective of this independent study was to study the service quality affected on customers' satisfaction using shipping company in Bangkok which divided by the factors as (1) Tangibles, (2) Credibility, (3) Responsiveness, (4) Reliability, and (5) Understanding to customer. The collective data tool used in this research was questionnaire online. The samples were 400 customers who use the shipping company service in Bangkok. Data were analyzed using percentages, mean, standard deviation Pearson's product moment correlation coefficient, and the stepwise Multiple Regression analysis.

The results of the study found that the overall of the service quality factors affected on customers' satisfaction using shipping company in Bangkok was at a highest level. The factors affected on customers' satisfaction using shipping company in Bangkok the most were Reliability, Understanding to customer, Credibility, Tangibles, and Responsiveness respectively according to the hypothesis as 59.0% variation of the service quality affected on customers' satisfaction using shipping company in Bangkok.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Customer, Shipping company

บทนำ

ประเทศไทยได้ก้าวสู่กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสภาพสังคมแปรเปลี่ยนตามไปด้วย การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจมากมายหลายประเภท รวมทั้งทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น จะเห็นได้ว่าผู้บริโภค

สมัยใหม่มีความต้องการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันในวงการธุรกิจปัจจุบันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า หรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าใดๆ ก็ตามหันมาให้ความสนใจแข่งขันกันในด้าน การบริการลูกค้า เพิ่มขึ้น โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุด โดยใช้เทคนิคทางการขาย การตลาด วิศวกรรม และการบริการหลังการขายที่แตกต่างกันเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ เป้าหมายสูงสุดของการให้บริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจของ ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าชอบใจและกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่องกิจการด้านการบริการจะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษา ความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวกับบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เล็กที่สุดจนกระทั่งอุตสาหกรรมใหญ่ ก็ตามย่อมมีองค์ประกอบของเป้าหมายของการขายและการบริการ เพื่อแพร่ฐานลูกค้าให้เพิ่มยิ่งขึ้น ทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ด้วยเหตุนี้ ผู้รับบริการจึงเป็นปัจจัยอย่างยิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ บริการ การประกอบธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ ความ เข้าใจผู้รับบริการเพราะกลยุทธ์ความสำเร็จในงานบริการก็คือ ความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อการบริการ การที่ลูกค้าได้รับบริการตามความต้องการ สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธงชัย สนติวงษ์. 2532: 20)

อุตสาหกรรมการผลิตของไทยที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดโรงงานขึ้นมากมาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ พิจารณาได้จากดัชนีผลผลิต อุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2549 – 2550 ในปัจจุบันได้มีการแบ่งสาขาของอุตสาหกรรมไว้เป็น แต่ละสาขาดังนี้ 1) เครื่องใช้ไฟฟ้า 2) ผลิตภัณฑ์พลาสติก 3) รองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง 4)อาหาร 5) ไม้และเครื่องเรือน 6)

เคมีภัณฑ์ 7) ปีโตรเคมี 8) เหล็กและเหล็กกล้า 9) ยานยนต์ 10) ผลิตภัณฑ์ยาง 11) เยื่อกระดาษและสิ่งพิมพ์ 12) ยา 13) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 14) ปูนซีเมนต์ 15) ผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ 16) อัญมณีและเครื่องประดับซึ่งในแต่ละประเภทของอุตสาหกรรมทั้งหมดต้องมีกระบวนการผลิตที่อาศัยเครื่องจักรที่มีความพร้อมสมบูรณ์แบบ ทั้งเครื่องจักรกลหนัก และระบบเคลื่อนย้าย ยกวัตถุ สิ่งของ จากอีกกระบวนการหนึ่ง ไปอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยไม่ได้อาศัยแรงคน แต่ 2 เป็นระบบเครื่องกล หรือเรียกว่า บันจัน (Overhead Crane) ซึ่งทุกโรงงานส่วนใหญ่จะมีการติดตั้ง เครนไว้เพื่อใช้งานอย่างปลอดภัย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2550:15)

มีการจัดการระบบโลจิสติกส์ที่ดีเพื่อให้สามารถบรรลุถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งโลจิสติกส์ คือระบบการจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นต่างๆ ทุกอย่างที่มีการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของ ข้อมูล การขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ โลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่ สรุปง่ายๆก็คือ ทุกอย่างที่มีเกี่ยวกับการขนส่ง จะเกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ทั้งหมด เป้าหมายของโลจิสติกส์ นั้นเพื่อให้ลดค่าใช้จ่าย ลดระยะเวลาในการขนส่ง ลดปัญหาต่างๆ ทุกอย่างที่จะเกิดขึ้น โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด โดยในการศึกษานี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญในระบบการขนส่งเป็นหลัก เพราะท่ามกลางการแข่งขันทางการค้าที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น(เบญจพร สุวรรณแสนทวิ.2559:2)

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการที่จะทำการศึกษาวิจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ในกรุงเทพมหานครเพื่อที่จะนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้บริการให้มี มาตรฐานและสร้างความพึงพอใจที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดและเพื่อเป็นการ พัฒนาการดำเนินงานได้

อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษา คุณภาพการให้บริการ5ด้านได้แก่ความเป็นรูปธรรม ของบริการความน่าเชื่อถือการตอบสนองลูกค้าการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าการเข้าใจและรู้จักลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการได้แก่ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับบริการความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการความพึงพอใจต่ออัธยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการความพึงพอใจในคุณภาพการบริการความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการเพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการที่บริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และหลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ศึกษาและเก็บ

รวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ SPSS ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยต้องนำข้อมูลในส่วนนี้ไปวิเคราะห์แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

แบบสอบถามตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 และข้อมูลแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 นี้ ไปวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) และวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐานการ

วิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร คือ ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ผลการวิจัย

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อคำถามที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ

มากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย จุดบริการนั่งพักคอย อย่างเพียงพอต่อการใช้บริการ มีป้ายหรือสัญลักษณ์ ข้อความบอกจุดบริการ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย อุปกรณ์/เครื่องมือที่ให้บริการมีความทันสมัย

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา โดยการวิเคราะห์ค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อการศึกษาหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.768 และสามารถอธิบายความผันแปรของการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร และสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ได้ร้อยละ 59.0 ($R^2 = 0.590$)

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉันทา เนตยพันธ์ (2562) ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า ระดับความพึงพอใจการให้บริการ เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการและ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้ากับความพึงพอใจการให้บริการของบริษัท โคโซน่าเฟรท ไทยแลนด์ คุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ทิศทางเดียวกันคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ด้านการเอาใจใส่รับรู้ในการให้บริการในเรื่อง พนักงานมีการแจ้งหรือรายงานตลอดระหว่างการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ ให้ความรู้ที่ทันสมัยกับพนักงานให้สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่ลูกค้า จัดเครื่องทุ่นแรงและอุปกรณ์ช่วยในการยกขนส่งสินค้าที่ทันสมัยเพื่อการให้บริการที่รวดเร็ว กำหนดให้พนักงานสวมเครื่องป้องกันความปลอดภัยในการยกขนและกำกับให้พนักงานมีการปฏิบัติหน้าที่อย่างสุภาพและการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ที่สุด ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ด้านคุณภาพการ

ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่ออัยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อมาใช้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ธรรมนูญาส ปัจจุบัน (2560) การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์บางกะปิ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท ผลการวิจัยยังพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและระดับความคิดเห็นปัจจัยด้าน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D = 0.534) และ ($\bar{x} = 3.92$, S.D = 0.662) ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.267 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อตัวแปรตาม คือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ได้ร้อยละ 26.70 และเมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการ

ตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีผลต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิและ สอดคล้องกับ ฃลชา สอนวิชา,นัทรหทัย อีอนอก (2562) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) คุณภาพการให้บริการตลาดเสรีมาร์เก็ต สาขาเดอะไนน์พระราม 9 (2) ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดเสรีมาร์เก็ต สาขาเดอะไนน์พระราม 9 และ (3) คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดเสรีมาร์เก็ต สาขา เดอะไนน์พระราม 9 โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้าน คุณภาพการให้บริการเท่ากับ 0.97 ด้านความพึงพอใจ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของสเปียร์แมน (Spearman rank correlation coefficient) ผลการศึกษา พบว่า (1) คุณภาพการให้บริการของตลาดภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ (2) ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรก คือ ด้านอัยาศัยและความสนใจผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการประสานงานของการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และ (3) คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดเสรีมาร์เก็ต สาขาเดอะไนน์ พระราม 9 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ตรงตามสมมติฐานทุกประการและสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ประมาณร้อยละ 59.0

1. ข้อเสนอแนะจากผู้ศึกษา

1.1 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ คือ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบมีป้ายสัญลักษณ์ข้อความบอกจุดบริการ มีจุดนั่งพักคอยอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานสวมเครื่องแบบตามที่บริษัทจัดให้ทุกคน

1.2 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ คือ พนักงานให้คำแนะนำอย่างและบริการได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาด พนักงานทุกคนผ่านการอบรมคุณภาพการบริการและมีความรู้เกี่ยวกับระเบียบการขนส่งทางบกเป็นอย่างดี รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมตามคุณภาพ มีการกำหนดราคาตามระยะทางและน้ำหนักบรรทุกที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

1.3 ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า คือ พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เมื่อมีการร้องขอให้เป็นอย่างดี พนักงานที่ได้รับมอบหมายปฏิบัติงานให้สำเร็จในแต่ละวันมีการบันทึกรายงานผลการปฏิบัติงานเพื่อตรวจสอบระยะทางและน้ำมันที่ใช้เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาต้องการความช่วยเหลือจะรีบประสานงานกับบริษัท

และทำการช่วยเหลือทันที รองลงมาคือ พนักงานให้บริการถูกต้อง รวดเร็วทันและตามกำหนดเวลา พนักงานขนส่งจะได้รับตารางการปฏิบัติงานในแต่ละวัน กำหนดระยะเวลาการนัด สถานที่ ระยะทาง และเบอร์โทรติดต่อกับลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตระยะเวลาช่วงเดือน มกราคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือน มีนาคม 2565 เท่านั้น หากเมื่อวันเวลาผ่านไป อาจทำให้เกิดปัจจัยใหม่ๆที่มีผลเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมทำการศึกษาปัจจัยเหล่านั้นเพิ่มเติมได้

2.2 การศึกษาในครั้งนี้กำหนดปัจจัยที่ส่งผลเพียง 5 ด้านเท่านั้น คือปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ซึ่งอาจจะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งในกรุงเทพมหานคร เช่น การรับรู้ความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการ

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(2550).*สาระสำคัญวิสาหกิจ*

ขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: กรม

ส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง

อุตสาหกรรม.

ธงชัย สันติวงษ์.(2532).*กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*.

การศึกษานโยบายและกลยุทธ์การบริหาร

ขององค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ไทย วัฒนาพานิช.

เบญจพร สุวรรณแสนทวี.(2557).*ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ*

ตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่ง

โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การ

ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธัญญามาส ปัจจุสานนท์.(2560).คุณภาพการให้บริการ
ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กูร์
เมต์ มาร์เก็ต สาขา ห้างสรรพสินค้าเดอะ
มอลล์บางกะปิ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

ณลชา สอนวิชา,นัทธ หทัย อีอนอก.(2562).คุณภาพ
การให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึง
พอใจของผู้มาใช้บริการตลาดเสรีมาร์เก็ต
สาขาเดอะไนน์ พระราม 9. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธนบุรี.

ธันวา เนตยพันธ์.(2562).คุณภาพการให้บริการขนส่ง
สินค้าบริษัท โคไซน์่าเฟรท ไทยแลนด์ จำกัด.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
สาขาโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน.
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.