

คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษา บริษัทเอกชัย สาเล่สุพรรณ จำกัด

The Quality of Transportation Service Affecting Customer Satisfaction: A Case Study of Ekachai Salee Suphan Co., Ltd.

โสรายา สุภาพล / Soraya Supaphol

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: soraya_784@hotmail.com

ลัดดาวัลย์ สำราญ / Laddawan Someran

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: noinoi5202@gmail.com

อมรรัตน์ ทัดจันทัก / Amomrut Tadjuntuk

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: amomrut-2@hotmail.com

ธนกร นกสกุล / Thanakorn Noksakun

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: bnoksakun@gmail.com

สุรัชย์ เอมอักษร / Surachai Am-ugsom

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: sudlo2000@hotmail.com

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 27 ธันวาคม 2561 แก้ไข 2 มกราคม 2562 ตอบรับ 3 มกราคม 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า และศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาเล่สุพรรณ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ส่งสินค้าจากบริษัทเอกชัย สาเล่สุพรรณ จำกัด จำนวน 150 ราย เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า One-Way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าและระดับความพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลลูกค้า ประกอบด้วย ประเภทของร้านค้า ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่ใช้บริการขนส่งสินค้า ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท เอกชัย สาลีสุปพรรณ จำกัด ร้อยละ 31.20

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, การขนส่งสินค้า

Abstract

This research aimed to compare the customer opinions on customer satisfaction towards the quality of transportation service classified by general customer information, and to study the quality of transportation service that affected the customer satisfaction at Ekachai Salee Suphan Co., Ltd. The samples used in this research were 150 customers who had ordered products from Ekachai Salee Suphan Co., Ltd. The research instrument was a questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA and multiple regression analysis. The research found that the respondents had a high level of opinion toward the quality of service and customer satisfaction factors. The hypothesis testing found that the differences in general customer information consisted of the type of store factor, ordering quantity factor, and differ in time period of order factor were not different toward the customer satisfaction. Moreover, the quality of transportation service factor consisted of the tangible service aspect, trustworthiness aspect, and the know and understand customers aspect impacted the customer satisfaction at Ekachai Salee Suphan Co., Ltd. up to 31.20 percent.

Keywords: Quality Service, Satisfaction, Transportation Service

บทนำ

ปัจจุบันการขนส่งสินค้า คือ หัวใจสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่อาจมองข้ามไปได้ เพราะบริษัทที่ทำการผลิตสินค้าและลูกค้าไม่ได้อยู่ใกล้กัน ดังนั้นการขนส่งสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้สินค้าจากแหล่งผลิตไปอยู่ในมือของลูกค้า ซึ่งความต้องการของลูกค้าที่ปัจจุบันได้เพิ่มมากขึ้นประกอบกับความต้องการความรวดเร็วของการขนส่งสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาคุณภาพของสินค้าและการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากพอที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว สิ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกเหนือไปจากความคาดหวังให้ผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว (Jemsittiparsert, Siam, Issa, Ahmed, & Pahi, 2019) นั้น ก็คือ คุณภาพของสินค้าที่ผลิตออกมา และคุณภาพการให้บริการบริการขนส่งสินค้า หากบริษัทมีคุณภาพการขนส่งที่ดีและสินค้ามีประสิทธิภาพก็จะช่วยยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ แต่ในทางกลับกันหากตัวสินค้าเกิดการผิดพลาดชำรุดเสียหายหรือการขนส่งสินค้าล่าช้าเกินไปจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท เนื่องจากการสูญเสียความน่าเชื่อถือของลูกค้าจากสาเหตุดังกล่าวไป การขนส่งสินค้าจึงเป็นการบริการที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ การขนส่งที่ดีนั้นจะต้องมีคุณภาพการบริการที่ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และทำให้เกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดต่อบริษัทและลูกค้าที่รับบริการ (ศิริปชัย อุณอรุณ, 2554)

บริษัทเอกชัย สาลีสุปพรรณ จำกัด เป็นบริษัทผลิตขนมไทยที่มีชื่อเสียงในจังหวัดสุพรรณบุรี ก่อตั้งเป็นรูปแบบบริษัทเมื่อ พ.ศ. 2539 เป็นบริษัทที่ผลิตขนมประเภทสาลี่ ลูกเต๋า ขนมเปียะขนมขี้หนู และขนมไทยชนิดอื่นๆ โดยหน้าร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 07.00 น. ถึง 21.00 น. และยังมีอาคารนฤมล ซึ่งเป็นอาคารผลิตสินค้า และจัดส่งสินค้าออกสู่สาขาต่างๆ รวมถึง

ร้านของลูกค้าทั้งสิ้น 238 ร้าน โดยใช้รถยนต์ของบริษัทเองทำการขนส่งสินค้าทั้งหมด 10 คัน ปัจจุบันบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ยังเปิดแบรนด์สินค้าใหม่ในชื่อ “ปังฟิปป” เป็นขนมปังสอดไส้ที่บริษัทผลิตเอง มีให้เลือกซื้อถึง 14 รสชาติ เพื่อเอาใจลูกค้าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ในปัจจุบันบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด มีสาขาที่เปิดให้บริการในต่างจังหวัดและในจังหวัดอีกทั้งร้านของลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทไปขายรวมทั้งสิ้น 238 ร้าน และเนื่องจากบริษัทฯ ต้องการรับรู้ความพึงพอใจถึงคุณภาพการบริการของลูกค้าที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทฯ จึงได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการจัดส่งสินค้าของบริษัท และเป็นแนวทางปรับปรุงพัฒนาการจัดส่งสินค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อลูกค้าที่ใช้บริการและต่อบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า และความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด จำแนกตามข้อมูลลูกค้า
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด

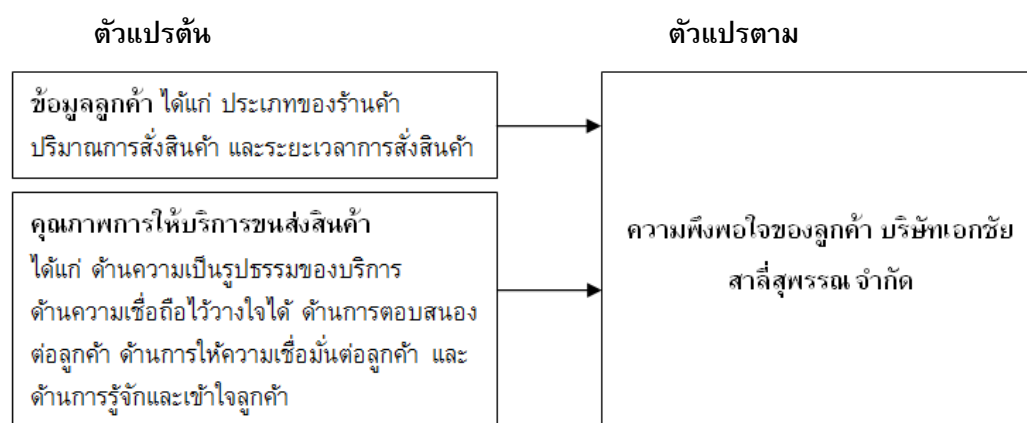
การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด มีการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎีและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. คุณภาพการบริการการขนส่ง ใช้แนวคิดเกี่ยวกับมิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman et al. (1988) ได้แก่ มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ และเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวก เช่น บุคคล สถานที่ เครื่องมือที่ใช้ หรือสภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ที่มารับบริการรู้สึกสะดวก สบาย เกิดความพอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ชัดเจนขึ้น มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความถูกต้องเหมาะสมของการให้บริการ ตรงตามที่ตกลงไว้กับผู้รับบริการ ความเที่ยงตรงและโปร่งใส จะส่งผลให้ลูกค้าเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับและให้ความไว้วางใจ มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ให้ความสะดวกและความง่ายในการเข้าบริการ และบริการอย่างทั่วถึง มิติที่ 3 ให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง การมีทักษะ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้เกิดขึ้นได้ รวมไปถึงการมีความสุข เรียบง่าย และความเป็นมิตรต่อผู้มารับบริการ และมิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า หมายถึง การเอาใจใส่ต่อลูกค้า และการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละคน และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์
2. ความพึงพอใจ กล่าวคือ ภาณุเดช เพียรความสุข (2558) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับความรู้สึกชอบ ความรู้สึกยินดีกับการที่การปฏิบัติงาน ทั้งการให้บริการและการรับบริการในทุกสถานการณ์ ทุกสถานที่ และรังสิจันทร์ สุวรรณศศิธร (2555) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุขเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในกาแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือตอบสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับงานวิจัยที่มีการศึกษาถึงคุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ที่ผ่านมามีผู้ศึกษาหลายคน สามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ เช่น นงเยาว์ แก้วละเอียด และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในออโรโรปิติกส์ และ วรรณพงศ์ พงศ์รัตนพิมาน (2552) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจใน

การตรวจสอบสถานะของสินค้าทางเว็บไซต์ในการขนส่งพัสดุภัณฑ์ผ่านทางอากาศระหว่างประเทศ ศศาริสา อารยะรังสี (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จิตติมา นิยม (2557) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ปพิชญา หงส์สินี (2559) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และเบญญา แฉ่งเวชฉาย (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

4. กรอบแนวคิดการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปและสร้างกรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัยได้ดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทไปจำหน่ายและสาขาที่จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท เอกชัย สาธิตสุพรรณ จำกัด จำนวน 11 จังหวัด รวมจำนวนร้านค้าและสาขาทั้งหมด 238 ร้าน โดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 150 ร้าน โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (สุวิมล ติรภานนท์, 2544) กำหนดระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้ และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีจับสลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาในครั้งนี้ ได้นำเครื่องมือมาใช้ คือ แบบสอบถาม มีลักษณะโครงสร้างประกอบไปด้วย คำถามชนิดปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 4.50-5.00 (มากที่สุด) 3.50-4.49 (มาก) 2.50-3.49 (ปานกลาง) 1.50-2.49 (น้อย) และ 1.00-1.49 (น้อยที่สุด) ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค พบว่า ทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.962 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2) สถิติเชิงอนุมาน (Influential Statistic) ได้แก่ ค่า t-test, ค่า One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ประเภทของร้านส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านค้าทั่วไป จำนวน 107 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีช่วงเวลาในการส่งสินค้าของร้านค้าส่วนมาก มีการส่งสินค้า 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 59 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 39.34 และมีปริมาณการส่งสินค้าแต่ละครั้งของร้านค้าส่วนมากจะส่งสินค้า 71-100 แพ็ค จำนวน 48 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 32

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า ในภาพรวม ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด ระดับความพึงพอใจของลูกค้าโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ บริษัท มีการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันไม่เลือกปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ บริษัท มีขั้นตอนการขนส่งสินค้าที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) บริษัท มีการให้บริการขนส่งสินค้าที่เป็นไปตามกำหนดระยะเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) บริษัท มีอุปกรณ์/เครื่องมือ เทคโนโลยี และความพร้อมในการให้บริการขนส่งสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) บริษัท มีการให้บริการขนส่งสินค้าอย่างระมัดระวัง ไม่ให้เกิดความเสียหาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และบริษัท มีการให้บริการขนส่งสินค้าอย่างระมัดระวัง ไม่ให้เกิดความเสียหาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของข้อมูลลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด จำแนกตามประเภทของร้านค้า พบว่า ค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงถึงประเภทของร้านค้าทั้งร้านค้าทั่วไป และ Shop เอกชัย มีความพึงพอใจที่ใช้บริการขนส่งสินค้า ไม่แตกต่างกัน
2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของข้อมูลลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด จำแนกตามระยะเวลาในการส่งสินค้า พบว่า ค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงถึงระยะเวลาในการส่งสินค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่ใช้บริการขนส่งสินค้า ไม่แตกต่างกัน
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของข้อมูลลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด จำแนกตามปริมาณการส่งสินค้า พบว่า ค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงถึงปริมาณการส่งสินค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่ใช้บริการขนส่งสินค้า ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด มีดังนี้

ในการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาขาสุพรรณ จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง โดยที่เทคนิควิธีการนี้มีเงื่อนไขที่ทำได้ดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน มีค่าเท่ากับ 0 โดยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 เสมอ
2. การตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า

Tolerance อยู่ระหว่าง 0.699-0.799 ซึ่งมีความมากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.251-1.431 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ

3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.112-0.674 (r น้อยกว่า 0.80) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) ซึ่งปรากฏว่า ทุกคู่มีความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 แสดงถึงตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหา Multicollinearity

4. ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.995 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50-2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) แสดงว่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน

เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ได้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการขนส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด

ปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า	ความพึงพอใจของลูกค้า			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	1.232	0.367		3.354	0.001
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.152	0.072	0.171	2.099	0.038*
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.154	0.077	0.154	2.007	0.047*
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	0.082	0.060	0.103	1.352	0.178
ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า	0.043	0.070	0.048	0.615	0.540
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.279	0.069	0.323	4.020	0.000**
Adjust R Square = 0.312 R = 0.579 R Square = 0.335 Durbin-Watson = 1.995					

*p < .05, **p < .01

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการขนส่งสินค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด โดยที่ตัวแปรอิสระรวมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 31.20 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.312 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่า β = 0.154, 0.171 และ 0.323 ตามลำดับ แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการการขนส่งสินค้า อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลลูกค้า ประกอบด้วย ประเภทของร้านค้า ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน มีความความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 3 ด้าน ความความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้า กรณีศึกษา: บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด มีการให้บริการขนส่งสินค้าที่เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ โดยมีขั้นตอนการทำงานอย่างชัดเจน ตรงต่อเวลา นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการให้บริการ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจที่ใช้บริการขนส่งสินค้าในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นงเยาว์ แก้วละเอียด และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในออโรบิติกส์ ที่พบว่าประเภทของห้องพัก ไม่พบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณพงค์ พงศ์รัตนพิมาน (2552) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตรวจสอบสถานะของสินค้าทางเว็บไซต์ในการ

ขนส่งพัสดุภัณฑ์ผ่านทางอากาศระหว่างประเทศ ที่พบว่าปริมาณการขนส่งต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสอบสถานะของสินค้าทางเว็บไซต์ในการขนส่งพัสดุภัณฑ์ผ่านทางอากาศระหว่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล ระวัง (2554) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่พบว่าด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า อย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา: บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า มี 3 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา: บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ ทั้งนี้เพราะบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด มียานพาหนะที่ใช้ขนส่งสินค้าที่มีมาตรฐาน พร้อมใช้งานในการส่งสินค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับการส่งสินค้าและการส่งมอบสินค้าอย่างถูกต้อง จึงทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2 ที่พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศวิศา อารยะรังษี (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมาที่พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ต

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ ทั้งนี้เพราะบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด มีสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ อยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่ชำรุด ฉีกขาด หรือเสียหาย โดยบริษัทฯ มีการจัดส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลา ถูกต้อง ตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้พนักงานบริษัทฯ ยังสามารถให้บริการที่ประทับใจและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการส่งสินค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา นิยม (2557) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจนา แฉ่งเวชฉาย (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ BTS ในกรุงเทพมหานครที่พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ BTS ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ ทั้งนี้เพราะบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ให้ความสำคัญ การเอาใจใส่กับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทเสมอ และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการเตรียมความพร้อมในการส่งสินค้าในช่วงเทศกาล ซึ่งลูกค้าอาจมีการสั่งสินค้าเพิ่มเติม โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทฯ ได้ทันที สอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2 ที่พบว่า ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มาเสียอากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพิชญา หงส์สินี (2559) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ที่พบว่า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยคุณภาพการบริการขนส่งสินค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการผู้บริหารบริษัทเอกชัย สาลีสุพรรณ จำกัด ควรมีการส่งเสริมให้พนักงานการแต่งกายที่สุภาพ มีบุคลิกภาพที่ดี และปลูกฝังให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ในการให้บริการขนส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

2. ปัจจัยคุณภาพบริการขนส่งสินค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ผู้บริหารบริษัทเอกชัย สาส์สุพรรณ จำกัด ควรมีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้เข้าใจในกระบวนการให้บริการ และมาตรฐานการบริการ มากขึ้น เพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญแก่พนักงาน
3. ปัจจัยคุณภาพบริการขนส่งสินค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าผู้บริหารบริษัทเอกชัย สาส์สุพรรณ จำกัด ควรมีการอบรมให้ความรู้ของสินค้าแต่ละชนิดให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานสามารถแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ และสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2550. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติมา นิยม. 2557. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขตคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นงเยาว์ แก้วละเอียด, กัญชลี พุ่มน้อย, กาญจนา วงษ์เลี้ยง, และ บุญสิน บุรณะพาณิชย์กิจ. 2547. "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในออร์โธปิดิกส์." วารสารสงขลานครินทร์เวชสาร 22 (2): 111-116.
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. 2559. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปพิชญา หงส์สินี. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พนิดา เพชรรัตน์. 2556. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ นครราชสีมา 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ. 2558. ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รังสัจฉน์ สุวรรณสิทธิกร. 2555. การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนรายวิชา LSC 305 การจัดการผู้ขายปัจจัยการผลิตสัมพันธ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรรณพงศ์ พงศ์รัตนพิมาน. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตรวจสอบสถานะของสินค้าทางเว็บไซต์ในการขนส่งพัสดุภัณฑ์ด้วยทางอากาศระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศวิศา อารยะรังษี. 2556. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ศิรปรัชญ์ อุ่นอรุณ. 2554. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่า และประสิทธิภาพการขนส่งทางบก กรณีศึกษา บริษัท เอ็ม เอ็น แอล จำกัด. วิทยานิพนธ์ บริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุวิมล ตีรกันนท์. 2544. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิมล ระวัง. 2554. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Jemsittiparsert, K., Siam, M., Issa, M., Ahmed, U., & Pahi, M. 2019. "Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior." **Uncertain Supply Chain Management** (in press), DOI: 10.5267/j.uscm.2019.1.005.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." **Journal of Retailing** 64 (1): 12-40.