

คุณภาพการให้บริการของ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้า

ในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Service quality of Kerry Express Company Limited to customers in the Tha Ruea District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

เจษฎา อาสน์มณี¹ นฤชล ธนจิตชัย² ปรียานัฐ เอื้อยศิริเมธี³

Jetsada Atmune¹ Naruchon Thanajitchai² Preeyanat Eapsirimetee²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตอำเภอท่าเรือ จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าคะแนนจากมากไปน้อย ดังนี้ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

¹ นักศึกษาปริญญาโท,หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , วิทยาลัยนครราชสีมา

Student of Master Degree of Business Administration, Nakhonratchasima College

² อาจารย์, ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา

Instructor, Program of Business Administration, Nakhonratchasima College

³ ดร. , อาจารย์ประจำหลักสูตร, วิทยาลัยนครราชสีมา

Dr, Instructor , Nakhonratchasima College

2. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ความคิดเห็น, ผู้ให้บริการขนส่งเร่งด่วน

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the level of service quality of Kerry Express Co., Ltd. of customers in Tha Rua District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province (2) to compare the service quality level of Kerry Express Co., Ltd. of customers in Tha Rua District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The sample group was 385 people in Tha Rua district. The data collection tool in the study was a questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean ,standard deviation, t-test ,one-way ANOVA and tested for differences in pairs by Scheffe's

The results showed that

1. The service quality level of Kery Express Company is limited of customers in the Port District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, found the overall was at high level, the descending mean were the confidence to customers, Reliability, Concrete service And customer responses respectively.

2. The comparing the level of opinions on the service quality of Kerry Express Co., Ltd. of customers in Tha Ruea District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province with different Gender, Age, Educational level, Occupation and Income are there different opinions on service quality at statistical significance level .05

Keywords: Quality Service, Opinion, Express carrier

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจการขนส่งเป็นธุรกิจที่สำคัญต่อการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะการขนส่งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบในภาคธุรกิจไปจนถึงการขนส่งสินค้าไปยังภาคผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากการต้องการขนส่งสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งของการขยายตัวในธุรกิจการขนส่งคือการ

เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ในประเทศไทยที่ดึงดูดนักลงทุนรายใหม่ให้เข้ามาแข่งขันกันในตลาดขายสินค้าออนไลน์และตลาดผู้บริโภคด้านการบริการขนส่งพัสดุเพิ่มมากขึ้น (สุวัชร พรหมบุญมี, 2560 อ้างถึงใน ศิวานนท์ จันทระประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร, 2562) จากการขยายตัวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำนวนมากขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำพาผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคได้เร็วที่สุด ดังนั้นการแข่งขันของผู้ให้บริการขนส่งจึงทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการขนส่งเอกชนแนวหน้าของประเทศจะต้องเผชิญกับความท้าทายรูปแบบใหม่คุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้การบริการประสบความสำเร็จโดยเฉพาะองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เพราะคุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของ ลูกค้าหรือผู้มารับบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985:158-159) กล่าวไว้ว่า คุณภาพในสายตา ผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่ได้จากการบริการที่ประสบ ความสำเร็จจะต้องสามารถจำแนกคุณลักษณะของคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2549 ปัจจุบันมีสำนักงานกว่า 1,500 แห่งทั่วประเทศไทย โดยมีบริการจัดส่งพัสดุด่วนอย่างการจัดส่งภายในวันถัดไป (ND) ซึ่งครอบคลุมกว่า 99.9% ทั่วทุกพื้นที่ในประเทศ และกว่า 97% ของการจัดส่งประสบความสำเร็จในการเข้าจัดส่งตั้งแต่ครั้งแรก ปัจจุบัน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส มีการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสำนักงาน คลังสินค้าร้านค้ารายย่อย และครัวเรือน เป็นจำนวนทั้งสิ้นกว่า 800,000 ขึ้นต่อวัน ทั้งนี้ ยังรวมถึงลูกค้ารายสำคัญอย่างบริษัทการค้าระหว่างประเทศ บริษัทอีคอมเมิร์ซ การขายสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ หน่วยงานด้านเทคโนโลยี บริษัทโทรคมนาคม สถาบันการเงิน โรงเรียน เรือโดยสารถึงร้านค้าปลีก ต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2556 เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ได้เริ่มให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความ สะดวกสบายในการใช้บริการของลูกค้าในกลุ่มเซ็กเมนต์บุคคล-ส่งถึง-บุคคล โดยมีการเปิดให้บริการ สาขาหรือร้านพาร์เซลช็อป (Parcel Shop) อีกทั้งบริการผ่านทางตู้ล็อกเกอร์ตามอาคารสำนักงาน และคอนโดมิเนียม ซึ่งจุดให้บริการต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ลูกค้าและร้านค้าขนาดเล็กสามารถส่งสินค้าไปยังครอบครัว เพื่อน ลูกค้า และบริษัทลูกค้าในประเทศไทยได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการเรียกเก็บเงินปลายทาง (COD) ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ไทย โดยไม่เพียงเป็นเป็นที่รู้จักภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค ทั้งใน ฮองกง ไต้หวัน เวียดนามและมาเลเซียอีกด้วย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส เป็นการธุรกิจการขนส่งที่ให้บริการอยู่ทั่วประเทศ และมีการจัดตั้ง สถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายเช่น มีที่จอดรถ มีพื้นที่ในการขนย้ายสินค้า มีบริการที่ รวดเร็วและมีคุณภาพ ดังนั้น บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำเป็นจะต้องทราบถึงมุมมองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อคุณภาพการ

ให้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส เพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ (วรพล โรจน์จิงประเสริฐ และ ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา, 2563) แม้ช่วงที่ผ่านมา บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จะเติบโตอย่างมาก แต่โอกาสในการเติบโตก็ยังมีอยู่อีกมากเช่นกัน เห็นได้จากฐานตลาดซื้อขายออนไลน์ที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง รวมถึงพฤติกรรมการส่งของระหว่างผู้บริโภคด้วยกันจึงจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขนส่งเพื่อให้สามารถสู้กับคู่แข่งได้ (โลจิสติกส์, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเป็นเหตุจูงใจในการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอนาทวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลของงานวิจัยฉบับนี้เหมาะสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขนส่งเอกชนซึ่งสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการทำสารนิพนธ์ไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ การให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นเลิศกว่าคู่แข่งทาง การตลาดไประยะยาว (Kerry Express Thailand Limited, 2561)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขต อำเภอนาทวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขตอำเภอนาทวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าในเขตอำเภอนาทวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอนาทวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเนื้อหา ทบทวนจากเอกสาร ตำรา ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และการเข้าใจและเอาใจใส่ (Empathy)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอท่าเรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 47,357 (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2562)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรต้น ลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

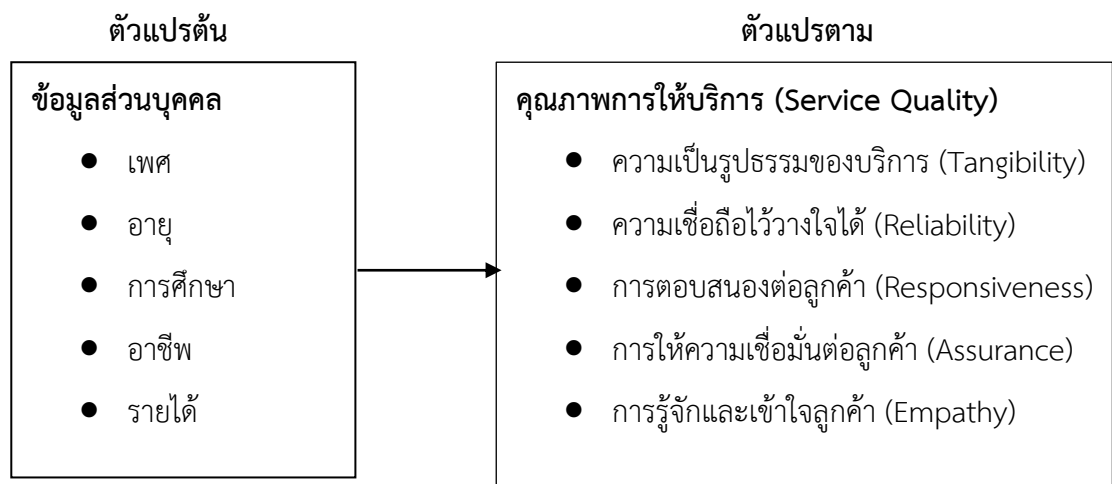
3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า (Assurance) ด้านการเข้าใจและเอาใจใส่ (Empathy)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 สถานที่เก็บข้อมูล ในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการทำวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาชั้นตอนนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอท่าเรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 47,357 (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2562)

กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยคิดคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Simple Size) โดยวิธีการคำนวณ สูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างใน ชีรวุฒิเอกะกุล, 2543) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้จำนวน 385 คน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในข้อมูล การเลือกตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-end Question) คำถามปลายเปิด (Open-end Question) คำถามแบบมีตัวเลือกคำตอบ (Choice Question) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการ โดยวัดจากกับการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จำนวน 5 ข้อ ด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 5 ข้อ ด้านการตอบสนองลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมด 25 ข้อ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตาม วิธีของ Likert Scale ให้เลือก 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

จากแบบสอบถามข้อ 25 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัด 5 ระดับ นำคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาสรุปผลและนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลความหมาย ตามสูตรดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยต้องทำการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัยเป็นผู้พิจารณาในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหาและด้านโครงสร้างลักษณะภาษา ตลอดจนความครบถ้วนของประเด็นคำถามเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์และครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ให้มากที่สุด จากนั้นจะนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วจึงนำไปทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามต่อไป

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบการนำไปใช้จริง (Pre-test) เพื่อความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งในการทดสอบหาความน่าเชื่อถือนั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถาม ที่สามารถนำมาตีเป็นคะแนนได้ สำหรับความน่าเชื่อถือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้สูตรของวิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยแบบสอบถามที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ค่าอัลฟาเท่ากับ 0.718 ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้นค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 จะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือได้ ดังนั้นในส่วนของการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามนี้มีค่าอัลฟามากกว่า 0.70 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550) และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำไปแปรผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์เฉลี่ย 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยยึดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 – 5.00 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 – 4.49 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 – 3.49 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 – 2.29 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.00 – 1.49 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบกับคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนำข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการขนส่ง เคอร์รี่เอ็กซ์เพรสในอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 385 คน มาวิเคราะห์และเสนอการวิเคราะห์โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 เพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.03 มีช่วงอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 การศึกษาระดับปวช/ปวส จำนวน 193 คิดเป็นร้อยละ 50.1 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 รายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0

2. การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัด แสดงรายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.18	0.31	มาก	3
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.20	0.31	มาก	2
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.17	0.33	มาก	4
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.31	0.25	มาก	1
ด้านการเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า	4.16	0.26	มาก	5
รวม	4.22	0.64	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ การแต่งกายของพนักงานมีการใส่ชุดฟอร์มเป็นมาตรฐานเดียวกัน รองลงมาคือพนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ท่านต้องการทราบ และมีอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการมีความทันสมัย

2.2 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียง 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพถูกต้องแม่นยำ พนักงานมีความสม่ำเสมอในการให้บริการและพนักงานผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาตรงตามเวลาและเป็นไปตามขั้นตอนการทำงาน

2.3 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียง 3 ลำดับแรกจากมากไปหาน้อย คือ บริษัทแจ้งความคืบหน้าในการให้บริการ รองลงมาคือ มีการเปิดช่องบริการเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ท่าน ได้อย่างรวดเร็ว

2.4 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรกจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานมีความรู้ทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี รองลงมาคือ มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และน้อยที่สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความจริงใจในการให้บริการ

2.5 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรกจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานมีความใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า และ พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้ทันที

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 2 วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.99	.452	4.00	.456	-.072	.942
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.00	.535	4.00	.504	-.021	.984
ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.99	.486	4.00	.532	-.168	.866
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.02	.489	4.04	.511	-.382	.703
ด้านการเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้า	4.00	.494	3.98	.562	.400	.690
รวม	4.00	.464	4.00	.470	-.046	.963

**p ≤ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน รายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	ระดับประสิทธิผล				
		SS	df	Ms	F	p-value
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	.799	3	.266	1.221	.302
	ภายในกลุ่ม	83.029	381	.218		
	รวม	83.827	384			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.458	5	.292	1.341	.246
	ภายในกลุ่ม	82.369	379	.217		
	รวม	83.827	384			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	.232	3	.077	.353	.787
	ภายในกลุ่ม	83.595	381	.219		
	รวม	83.827	384			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	5.540	4	1.385	6.723	.000**
	ภายในกลุ่ม	78.287	380	.206		
	รวม	83.827	384			

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขตอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) สอดคล้องกับงานวิจัยของ เช่นเดียวกับงานวิจัยศิวานนท์ จันทระประวัติ และ กุลกัญญาณ ป้อมเพ็ชร (2562) ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง พบว่า ระดับความพึงพอใจและระดับความภักดี ด้านพฤติกรรม พบว่า ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างมีระดับความภักดีด้านพฤติกรรมในด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในเกณฑ์มาก และด้านความตั้งใจบอกต่อในเชิงบวกเกี่ยวกับไปรษณีย์ไทยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลางด้วยวิธี การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านความสัมผัสได้ และด้านการตอบสนองของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลางส่งผลในเชิงบวกกับความภักดีด้านพฤติกรรมในไปรษณีย์ ไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับและงานวิจัยของ นิชาภัทร บัวแก้ว (2561) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ เปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3) ข้อมูลผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส แตกต่างกัน 4) คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($r = 0.610$) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($r = 0.531$) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($r = 0.502$) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ($r = 0.499$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($r = 0.464$) ตามลำดับและพบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\beta = 0.380$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\beta = 0.234$) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta = 0.226$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\beta = 0.126$) ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่ง เคอรี่เอ็กซ์เพรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และงานวิจัยของ ญาริณี เหลืองทรัพย์ทวี (2560) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตอำเภอ

เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปผลได้ดังนี้ คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ใน ระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ รวมทั้งงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการการตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของ บริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการ ตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชน ภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกัน พยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของ บริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัย คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต่อลูกค้าในเขต อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มี อายุระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วรพล โรจน์จึงประเสริฐ และ ชิมโสณ วิสฐนิจิกิจา (2563) คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3) ข้อมูลผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสแตกต่างกัน 4) คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($r = 0.610$) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($r = 0.531$) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($r = 0.502$) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ($r = 0.499$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($r = 0.464$) ตามลำดับและพบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\beta = 0.380$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\beta = 0.234$) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta = 0.226$) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\beta = 0.126$) ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และงานวิจัยของนิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช (2559) ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม

พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันไป ทำให้ความพึงพอใจในการใช้ บริการแตกต่างกันสอดคล้องกับหลักการของ สอดคล้องกับหลักการของ Zeithaml, Parasuraman and Berry ธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขมควรหากิจกรรมหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการ รอรับบริการเช่นมีการติดตั้งโทรทัศน์และเปิดให้ลูกค้าชมขณะที่ รอรับบริการโดยอาจจะมีการจัดการ ถ่ายทอดเองและสอดแทรกความรู้และการให้บริการต่างๆเป็น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปในตัว รวมทั้งการมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรืออื่น ๆ ให้ลูกค้าได้ อ่านขณะรอรับบริการบริการนอกจากนั้นควร จัดหาน้ำดื่มไว้บริการลูกค้าด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการให้บริการในกลุ่มของผู้ใช้บริการที่ซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น เพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าจากการเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าทั่วไปเป็นการสั่งซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น

1.2 ด้านการตอบสนองลูกค้า บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้รวดเร็วขึ้นในการจัดส่งสินค้าให้กับผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ทั้งกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อและในส่วนของกลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งทั้งสองกลุ่มจะได้รับการตอบสนองต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาความจงรักภักดีต่อแบรนด์ของบริษัทที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อพัฒนารูปแบบและคุณภาพการให้บริการต่อไป

2.2 ศึกษาประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการได้เปรียบ

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง.(2562).ข้อมูลทะเบียน.กระทรวงมหาดไทย.สืบค้นจาก

https://www.dopa.go.th/main/web_index

- ณิชาภัทร บัวแก้ว.(2561).ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ เปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ญาริณี เหลืองทรัพย์ทวี (2560).ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วรพล โรจน์จิงประเสริฐ และ ชินโสณ วิสฐนิธิกิจ.(2563).คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์.วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด 36 ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2563, หน้า 35 -44
- นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช .(2559). ศึกษาความพึงพอใจการให้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม.การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
- วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์. (2559). คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล. (2558).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินของสายการบิน ต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรพล โรจน์จิงประเสริฐ และ ชินโสณ วิสฐนิธิกิจ.(2563).คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์.วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด 36 ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2563,หน้า 35-44
- บุญ ชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น . (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิวานนท์ จันทระประวัติ และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร.(2562).ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง.วารสารการบริหารและการจัดการ ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562) หน้า 59 - 79
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์.(2550).การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล.พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ : สามลดา, 2556

Cochran, W.G. (1953). **Sampling techniques**. New York: John Wiley & Sons.

Kerry Express (Thailand) Limited. (2561). สืบค้นจาก

<https://th.kerryexpress.com/th/about/>.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**.

Educational and Psychological Measurement. 30(3), pp. 607-610.