

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด
Customer Satisfaction Towards Service Quality of Package Delivery Service
of Chaipattana Transport Chiang Mai Company Limited

ธณัฐธา นันทวงศ์* และอรชร มณีสงฆ์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด โดยเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ความใส่ใจ และการตอบสนองลูกค้า ให้ทราบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด การศึกษานี้จะศึกษาใน 3 ส่วนด้วยกันได้แก่ การบริการแบบรวมพัสดุ การขนส่งและการบริการส่งมอบพัสดุ โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้เทคนิค IPA (Importance-performance analysis) ประชากรคือลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าต้นทาง ที่สำนักงานบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ไปยังสถานีผู้รับปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทย จำนวน 288,286 ราย ขนาดตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 382 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างและพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท โดยประเภทของสินค้าที่จัดส่งส่วนใหญ่ คือ เครื่องนุ่งห่มหรือเสื้อผ้า รองลงมาได้แก่ อาหารแห้งปริมาณสินค้าที่จัดส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5.1- 10 กิโลกรัม โดยมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน จังหวัดปลายทางที่ส่งพัสดุภัณฑ์บ่อยที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการบริการของกิจการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัทชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความใส่ใจ ตามลำดับค่าเฉลี่ย ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านระดับความพึงพอใจของปัจจัยบริการที่มีต่อลูกค้า ผลต่อความพึงพอใจในบริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

เมื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยใช้เทคนิค IPA (Importance-performance analysis) กับ คุณภาพการให้บริการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ความใส่ใจ และการตอบสนองลูกค้า ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละคุณสมบัติอยู่ที่ Quadrants B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามจุดส่งต้นทางทั้ง 6 จังหวัด พบว่า ปัจจัย ที่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้า และได้รับการตอบสนองเป็น

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อย่างดี ได้แก่ การให้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ที่ให้บริการตามเวลาที่ได้สัญญาหรือโฆษณาไว้อย่างครบถ้วน การคิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการถูกต้องและไม่ผิดพลาด พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีการเปิด-ปิดให้บริการตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ กิจกรรมขนส่งให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย พนักงานที่ให้บริการทราบถึงความต้องการของลูกค้า กิจกรรมขนส่งถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด กิจกรรมขนส่งเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสมสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือพนักงานได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง พนักงานที่ให้บริการได้บอกลูกค้าอย่างชัดเจนว่าผู้ใช้บริการจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ระยะเวลาในการส่งพัสดุภัณฑ์ การนัดรับพัสดุภัณฑ์ปลายทาง และพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

Abstract

The study on “Customer Satisfaction Towards Service Quality of Package Delivery Service of Chaipattana Transport Chiang Mai Company Limited” was conducted by drawing a comparison between expectation, satisfaction, and five dimensions of service quality: reliability, assurance, tangibility, empathy and responsiveness with the aim to examine the customer satisfaction towards package delivery service quality of the studied company. Results of the study shall benefit for the prospective guideline to improve the package delivery service quality of the studied company. This study paid the focus to three sections of package delivery services: the package consolidation service section; the package transport section; the freight transport section; and the package delivery service section. The IPA (importance-performance analysis) technique was applied in order to analyze customer’s expectation and satisfaction. Samples included 288,286 customers who came to take package delivery service at the office of Chaipattana Transport Chiang Mai Co., Ltd as the point of origin to send their packages to different places of destination in Thailand. Sample size of this study were determined to the total of 382 samples who used to take a service at the studied company for at least once in the last six months. Questionnaires were used as the tool to collect data; then, data obtained were analyzed by the descriptive statistics: frequency, percentage, and mean.

The finding presented that most respondents were male in the age between 30-39 years old and had educational background in bachelor’s degrees. They worked as employee and company officer and earned monthly income at the average amount of 10,001 - 15,000 Baht. Products to be delivered were mostly found in garment or clothing category; followed by dried food. In average, quantity of products to be delivered in each time was 5.1 - 10 Kilograms and frequency of taking the package delivery service was 2-5 times a month. The most common place of destination where they often asked the company to delivery their packages to was Chiang Rai.

Regarding the study on level of importance of service quality dimensions affecting the package delivery service quality of Chaipattana Transport Chiang Mai Co., Ltd., the finding indicated that the service

quality dimensions being rated at the highest level of importance were reliability, responsiveness and empathy, respectively; while the service quality dimension being rated at high level of importance was tangibility. Regarding the study on level of customer satisfaction on service quality dimensions of the studied company, the findings indicated that all service quality dimensions were rated at high level of satisfaction. Their highest satisfaction was given to reliability dimension; followed by assurance, empathy, responsiveness, and tangibility, respectively.

According to the IPA (Importance-performance analysis) technique, results of the analysis on customer expectation, customer satisfaction, and five dimensions of service quality: reliability, assurance, tangibility, empathy, and responsiveness were presented as follows. In an overall view, each attribute that the samples rated their expectation and satisfaction on was ranked in Quadrant B, which signified an attribute that the customers paid high level of importance on and the service provider could respond it well.

When classifying places of destination to six provinces, attributes enlisted in Quadrant B, which signified an attribute of which levels of importance and satisfaction were higher than mean value; or in another word, an attribute that the customer paid high level of importance on and the service provider could respond it well, were punctuality of package delivery as promised or promoted; accuracy of service billing; correct and reliable services offered by staff; to make customers feel safe when receiving services; staff being polite with customers; staff having good knowledge on services and being able to provide advice and respond to customer's inquiries correctly; staff appearing in well and polite dress; staff providing good services to customers consistently; punctuality of service hours as informed; good attention of the company's staff to each customer; to have a staff who really understood the customer's needs; the company taking customer's benefits as its priority; convenient service hours to customers; sincere assistance of the staff being provided to customers when they needed; staff providing clear information on when the customers could receive a certain service such as special events, shipping time, and appointment of package receipt at destination; and staff being keen to serve the customers immediately

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่การเติบโตของธุรกิจโลจิสติกส์ก้าวกระโดดเป็นอย่างมากอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดออนไลน์ที่โตวันโตคืน ย่อมเป็นผลดีต่อบริการขนส่ง จากจุดนี้เองทำให้เริ่มมีผู้ประกอบการเข้ามาให้บริการขนส่งมากขึ้น ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีช่องทางหลากหลายในการเลือกใช้บริการ ไม่เพียงแต่การจัดส่งพัสดุจะส่งถึงปลายทางอย่างรวดเร็วแล้ว ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการด้านอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและแข่งขันกับคู่แข่งได้ เนื่องจากนิยามของการบริการที่ดีในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่พัสดุจะถึงที่หมายโดยรวดเร็วและปราศจากความเสียหายแล้ว ยังอาจรวมถึงความสะอาดสบาย ความคุ้มค่าในด้านราคา เป็นต้น

การเปิดเสรีภาคในการบริการด้านการขนส่งอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้มีผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาดำเนินการมากขึ้น การแข่งขันในตลาดยิ่งทวีความรุนแรง ผู้ประกอบการต่างชาติมีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาให้บริการมากขึ้น ซึ่งล้วนเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการขนส่งทางถนนจะต้องให้ความสำคัญและต้องปรับตัวเองเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องตระหนักเพื่อรับความเปลี่ยนแปลงหรือเรียกได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์

นั่นคือ “บริหารต้นทุนให้ต่ำ ทำให้เร็วกว่าเดิม เพิ่มการลงทุนเทคโนโลยี” โดยในระยะสั้นผู้ประกอบการควรปรับรูปแบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนมากขึ้น ส่วนในระยะยาวควรเตรียมพร้อมรับมือสำหรับผู้ให้บริการที่จะมีการต่อรองมากขึ้น สามารถเลือกใช้บริการที่มีต้นทุนและการบริการที่ดีที่สุด ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจขนส่งด่วนและโลจิสติกส์ระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น Kerry Express, Flash Express, J&T Express และอีกหลาย ๆ รายทั้งไทยและต่างชาติที่ทำธุรกิจอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เกิดภาพการแข่งขันที่รุนแรงตามการเติบโตของธุรกิจ โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคือความเร็วในการจัดส่งสินค้า การส่งมอบสินค้าตรงเวลา สินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์ พนักงานให้บริการอย่างมืออาชีพ เพื่อให้ผู้รับสินค้ามีความพึงพอใจ ขณะที่ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ไทยที่กำลังเติบโตท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือด ได้เร่งปรับตัว นำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารงานมากขึ้น การแข่งขันจึงไม่ใช่แค่การใช้เทคโนโลยี แต่คือการลงทุนเทคโนโลยีด้วยการอ่านเกมให้ขาด ลงทุนให้ถูกจุดเพื่อครองชัยชนะบนสมรภูมิจุด Digital Disruption

บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด เป็นบริษัทที่ได้รับสัมปทานเดินรถในการให้บริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ทั้งภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ของไทย โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 107/2-3 ถนนเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งมีการให้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้เติบโตมาพร้อมกับการขนส่งผู้โดยสาร และได้มีการให้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ไปกับรถโดยสารประจำทางของบริษัทในเส้นทางที่ร่ว่งผ่านทั้งหมด 22 เส้นทาง ทั้งนี้ธุรกิจโลจิสติกส์ของบริษัท มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจุบันนี้เองได้มีการปรับโครงสร้างในการบริหารโดยแยกแผนกโลจิสติกส์ออกมา โดยมีจุดรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์ทั้งหมด 17 สถานี และทำตัวแทนอีก 67 แห่งทั่วประเทศ พร้อมทั้งพนักงาน 48 คน มุ่งหมายที่จะขยายธุรกิจในการขนส่งพัสดุภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลจิสติกส์ ซึ่งธุรกิจเป็นที่ได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าในเขต ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ ซึ่งมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น บริการรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์ แบบด่วนพิเศษ (Express) แบบจัดส่งถึงที่ (Delivery) บริการบรรจุหีบห่อพัสดุภัณฑ์ (Packing) โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นบุคคลทั่วไปที่ต้องการส่งพัสดุแบบเร่งด่วน ซึ่งผู้รับปลายทางจะได้รับพัสดุภายในวัน เนื่องจากพัสดุจะถูกนำไปบรรจุลงใต้ท้องรถโดยสารประจำทางและทำการขนส่งไปพร้อมกับผู้โดยสารไปจนถึงสถานีที่ผู้ส่งพัสดุดันทางระบุไว้ตามสถานีที่รถโดยสารวิ่งผ่านโดยมีเส้นทางหลักที่ทำรายได้ให้บริษัทคือ เชียงใหม่ – เชียงราย, เชียงใหม่ – น่าน, เชียงใหม่ – แม่สอด, เชียงใหม่ – ภูเก็ต, เชียงใหม่ – ขอนแก่น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด โดยเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ, ความมั่นใจ, สิ่งที่สามารถจับต้องได้, ความใส่ใจ, และการตอบสนองลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ได้ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าเป็นการประเมินสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะมีความพึงพอใจถ้าไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรกลูกค้าจะไม่พอใจหรือเรียกว่า Dissatisfaction (สมวงศ์ พงศ์สถาพร 2550 และ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ 2547), แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยบริษัทที่มีการบริหารห่วงโซ่อุปทานโดยเชื่อมโยงทุกขั้นตอนตั้งแต่จะซื้อ ผลิต และขายนั้น จะใช้บริการรับ-ส่งพัสดุนั้นในการจัดซื้อวัตถุดิบชิ้นส่วนจัดส่งไปถึงมือลูกค้า เพื่อให้การไหลของ “ของ” รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงสุดในระบบ (Tsutomu Araki 2547 : 79-83), แนวคิดการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยการใช้เทคนิค IPA เป็นการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาด ให้ข้อมูลในเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ ผู้ประกอบการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น

การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปกราฟทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และตัดสินใจ ด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น (Martilla and James 1977), แนวคิดประเมินการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไวใจหรือความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ความใส่ใจ และการสนองต่อลูกค้า เป็นการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง (ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2552 และ ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม 2552)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด โดยเปรียบเทียบความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไวใจหรือความน่าเชื่อถือ, ความมั่นใจ, สิ่งที่สามารถจับต้องได้, ความใส่ใจ และการตอบสนองลูกค้า

2. ขั้นตอนการศึกษา

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล: รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ที่ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด จำนวน 382 ราย โดยกระจายแบบสอบถามไปยังสถานีต่างๆตามสัดส่วนอีก 6 สถานี ได้แก่ สถานีจังหวัดเชียงใหม่ สถานีจังหวัดเชียงราย สถานีจังหวัดน่าน สถานีจังหวัดตาก สถานีจังหวัดขอนแก่น และสถานีจังหวัดภูเก็ต

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา: แบบสอบถามสำหรับลูกค้า พัฒนามาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไวใจหรือความน่าเชื่อถือ, ความมั่นใจ, สิ่งที่สามารถจับต้องได้, ความใส่ใจ และการตอบสนองลูกค้า ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของคุณภาพบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ทั่วไปในแต่ละด้าน และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล: ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เทคนิคการวิเคราะห์ IPA เพื่อใช้วิเคราะห์ระดับความสำคัญต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในบริการ และการวัดระดับความสำคัญต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละด้านใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยจะเรียงลำดับจากมากไปน้อย ระดับ 5 แสดงถึงระดับความสำคัญต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการสูงสุด และจะลดลงตามค่าของตัวเลขจนถึงระดับ 1 ซึ่งแสดงถึงระดับความสำคัญต่อความคาดหวังและความพึงพอใจต่ำสุด

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าต้นทาง ที่สำนักงานบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด โดยเป็นลูกค้าผู้ส่งพัสดุภัณฑ์ ซึ่งมีจำนวนผู้เคยใช้บริการขนส่งสินค้าในปี 2562 จำนวน 288,286 ราย (บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด, 2562:แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์) และกระจายแบบสอบถามไปยังสถานีต่าง ๆ ตามสัดส่วนอีก 6 สถานี ได้แก่ สถานีจังหวัดเชียงใหม่ สถานีจังหวัดเชียงราย สถานีจังหวัดน่าน สถานีจังหวัดตาก สถานีจังหวัดขอนแก่น และสถานีจังหวัดภูเก็ต โดยกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 382 ตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ จากตารางขนาดของตัวอย่าง (ประชุม สุวดี, 2541) โดยการสุ่มแบบตามสะดวกจากลูกค้าที่มาใช้บริการ และเป็นผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บแบบสอบถามกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด จำนวน 382 ราย

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างและพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท โดยประเภทของสินค้าที่จัดส่วนใหญ่ คือ เครื่องนุ่งห่มหรือเสื้อผ้า รองลงได้แก่ อาหารแห้งปริมาณสินค้าที่จัดส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5.1- 10 กิโลกรัม โดยมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน จังหวัดปลายทางที่ส่งพัสดุภัณฑ์ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดปลายทางที่ส่งพัสดุภัณฑ์บ่อยที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เช่นเดียวกัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า กิจกรรมขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ โดยปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือพนักงานได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง และ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความ

ส่วนปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการจัดตกแต่งสถานที่สวยงามเรียบร้อยและสะอาด ทำให้น่าใช้บริการ รองลงมาได้แก่ มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย และพนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความมั่นใจ ด้านการ ด้านตอบสนองลูกค้า และด้านความใส่ใจ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า

ระดับความพึงพอใจของปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า กิจกรรมขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ และกิจกรรมขนส่งเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสมสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ

ส่วนปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการจัดตกแต่งสถานที่สวยงามเรียบร้อยและสะอาด ทำให้น่าใช้บริการ รองลงมาได้แก่ ปรับปรุงอุปกรณ์สำนักงานให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ให้บริการเสริม เช่น ชา กาแฟ ขนม มีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ปรับปรุงแก้ไขสถานที่ทำการให้มีความกว้างขวางมากขึ้น เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ เปลี่ยนระบบการกรอกข้อมูล ผู้รับ-ส่ง โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์แทนการเขียนด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้รวดเร็วและประหยัดเวลา และจุดรับส่งสินค้าและสถานที่จอดรถลูกค้าคับแคบเกินไป

ส่วนที่ 5 ข้อการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA (Importance Performance Analysis)

จากการศึกษา ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ระดับความสำคัญสูงกว่าค่าเฉลี่ย แต่ระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย มีการจัด ตกแต่งสถานที่สวยงามเรียบร้อยและสะอาด ทำให้น่าใช้บริการ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า พนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย และพนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า

ส่วนปัจจัย ที่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ได้ให้บริการตามเวลาที่ได้สัญญาหรือโฆษณาไว้อย่างครบถ้วน การคิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการถูกต้องและไม่ผิดพลาด พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีการเปิด-ปิดให้บริการตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ กิจกรรมขนส่งให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย พนักงานที่ให้บริการทราบถึงความต้องการของลูกค้า กิจกรรมขนส่งถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด กิจกรรมขนส่งเปิดให้บริการในเวลาที่สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือพนักงานได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง พนักงานที่ให้บริการได้บอกลูกค้าอย่างชัดเจนว่าผู้ใช้บริการจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ระยะเวลาในการส่งพัสดุภัณฑ์ การนัดรับพัสดุภัณฑ์ปลายทาง และพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจที่มีต่อระบบการรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัทพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด อยู่ในระดับมาก โดย มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการขนส่งพัสดุภัณฑ์ระหว่างสถานีชุมทางไปยังจุดหมายปลายทาง มีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้ และการส่งมอบพัสดุภัณฑ์ที่สถานีปลายทางมายังลูกค้า มีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการรับและการรวบรวมพัสดุภัณฑ์จากผู้ส่งที่สถานีชุมทางมีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้ ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 การกลับมาใช้ซ้ำ และการบอกต่อบุคคลทั่วไปให้มาใช้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจที่จะกลับมาใช้ซ้ำในบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัทพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจที่จะบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัทพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด อยู่ในระดับมาก

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญต่อคุณภาพบริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.32 โดยให้ความสำคัญต่อคุณภาพด้านความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.42 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึงความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือในการบริการเป็นอันดับแรก ซึ่งเมื่อพิจารณา รายชื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.44 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์ (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.03

คุณภาพบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ รองลงมาได้แก่ คุณภาพบริการด้านความมั่นใจ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องของความรู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.99 ขณะที่คุณภาพบริการด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.35 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องของ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือพนักงานได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง มีคะแนนเฉลี่ย 4.46 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.96

ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อธุรกิจขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัทชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด พบว่า ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ IPA (Importance Performance Analysis) ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความไวใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองลูกค้า ต่างอยู่ใน Quadrant B นั่นก็คือ ผู้ให้บริการสามารถสนองตอบได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

ขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อระบบรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์ การกลับมาใช้ซ้ำ และการชักชวนบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ สามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อระบบรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อระบบรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัทชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เรียงตามลำดับ คือ การขนส่งพัสดุภัณฑ์ระหว่างสถานีชุมทางไปยังจุดหมายปลายทาง มีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้ การส่งมอบพัสดุภัณฑ์ที่สถานีปลายทางมายังลูกค้า มีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้ และการรับและการรวบรวมพัสดุภัณฑ์จากผู้ส่งที่สถานีชุมทาง มีความรวดเร็ว ถูกต้องและไวใจได้

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการกลับมาใช้ซ้ำในบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำในบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัทชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ของบริษัทชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยที่จะต้องเร่งแก้ไขเป็นอันดับแรก (Quadrant A) ภาพรวม

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยบริการ ที่กิจการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัทชัยพัฒนาขนส่ง เชียงใหม่ จะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เนื่องจากปัจจัยย่อยเหล่านี้ อยู่ใน Quadrant A ซึ่งแสดงให้เห็น

เห็นถึงสิ่งที่ลูกค้า ให้ความสำคัญสูง แต่ยังไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ จะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยเฉพาะ 3 ปัจจัยย่อย ดังต่อไปนี้ ซึ่งมีความห่างระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่

1.) พนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า ดังนั้น บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ควรมีการวางกำลังคนให้เหมาะสมกับงาน โดยที่หัวหน้างานต้องเรียนรู้ และจัดวางกำลังคนให้เหมาะสม โดยเริ่มต้นจาก เข้าไปศึกษาเรียนรู้อย่างจริงจังกับพนักงานในแต่ละกลุ่ม และจัดจำแนกว่าแผนกบริการลูกค้า มีคนทำงานที่มีความสามารถในระดับใดบ้าง และมีอยู่กี่กลุ่ม จากนั้นจึงค่อยจัดวางกำลังคนเหล่านั้น ให้ทำงานในที่ที่เหมาะสม ในการเสียเวลาศึกษาความสามารถของพนักงานนี้จะได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และยอมดีกว่าการปล่อยให้มีความพึงพอใจ แต่ไม่สามารถให้การบริการของบริษัทได้อย่างที่คาดหวัง

2.) พนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย ดังนั้น บริษัทอาจเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า หรือ อาจมีการยืดหยุ่นหรือสลับตำแหน่งในการทำงาน เช่น พนักงานที่อยู่เคาเตอร์ที่กำลังว่างอยู่ ควรที่จะออกมาช่วยกันยืนต้อนรับลูกค้าเบื้องต้นด้านหน้าประตู เช่น การช่วยบรรจุหีบห่อ ช่วยยกสินค้า ลูกค้าเขียนชื่อที่อยู่ในการจัดส่ง แล้วค่อยกลับไปเข้าไปในเคาเตอร์เมื่อมีคิว รวมไปถึงให้ความสำคัญและให้ความช่วยเหลือลูกค้าเป็นรายบุคคล เช่น ช่วยยกพัสดุให้ผู้หญิงหรือผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจกับลูกค้าซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เป็นต้น

3.) การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า โดยการเพิ่มคอมพิวเตอร์ส่วนกลางที่สามารถช่วยปริ้น ชื่อ ที่อยู่ ผู้รับปลายทาง ส่ง แทนการเขียนหน้างาน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นลูกค้าประจำที่มาใช้บริการกับบริษัทและมีข้อมูลของลูกค้าอยู่แล้ว

2.ปัจจัยที่จะต้องเร่งแก้ไขเป็นอันดับแรก (Quadrant A) จำแนกตามสถานี

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยบริการที่กิจการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัทชัยพัฒนาขนส่ง เชียงใหม่ จะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน จำแนกตามสถานี เนื่องจาก เป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ลูกค้า ให้ความสำคัญสูง แต่ยังไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ซึ่งจะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

สถานีจังหวัดเชียงใหม่ สิ่งที่ต้องปรับปรุงเร่งด่วน 3 เรื่องแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า และพนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า โดยสถานีจังหวัดเชียงใหม่ จะต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข เช่นเดียวกับภาพรวมของบริษัท คือ การวางกำลังคนให้เหมาะสมกับงาน การเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า หรือ อาจมีการยืดหยุ่นหรือสลับตำแหน่งในการทำงาน และการจัดระบบพิมพ์รายชื่อผู้รับผู้ส่ง

สถานีจังหวัดเชียงราย และสถานีจังหวัดน่าน ควรปรับปรุงเร่งด่วนในเรื่องเดียวกัน นั่นก็คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยปัจจัยย่อยที่ควรดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเป็นการเร่งด่วน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องของพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ พนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย กรณีเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือพนักงานได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง และการที่พนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า ซึ่งสามารถแก้ไขปรับปรุง ด้วยการเพิ่มพนักงานให้เพียงพอ วางกำลังคนให้เหมาะสมกับงาน การจัดจำลูกค้า การจัดฝึกอบรมเรื่องความสำคัญในการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานและภาพลักษณ์ของบริษัท โดยมีการประเมินการให้บริการของพนักงานและข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะในแต่ละครั้ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

สถานีจังหวัดตาก มีสิ่งควรปรับปรุงเร่งด่วน เกี่ยวกับอุปกรณ์สำนักงาน ได้แก่ การมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า โดยสถานีจังหวัดตาก สามารถปรับปรุงได้ทันที เช่น การเพิ่มอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เพื่อเปลี่ยนระบบการกรอกข้อมูล ผู้รับ- ส่ง แทนการเขียนด้วย

ตนเอง การปรับปรุงอุปกรณ์สำนักงานให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการให้บริการเสริม เช่น ชา กาแฟ ขนม และการเพิ่มสถานที่จอดรถ

สถานีจังหวัดขอนแก่น และ สถานีจังหวัดภูเก็ต มีที่ควรปรับปรุงเร่งด่วน เป็นเรื่องของการให้บริการ เช่นกัน ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ กิจกรรมขนส่งให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย และพนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า มีการเปิด-ปิดให้บริการตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ และเรื่องพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นบริษัทควรมีการจัดจำลูกค้า การจัดฝึกอบรมเรื่องความสำคัญในการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานและภาพลักษณ์ของบริษัท โดยมีการประเมินการให้บริการของพนักงานและข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะในแต่ละครั้ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการเพิ่มกฎระเบียบการลงโทษให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด หรือการให้รางวัลสำหรับพนักงานที่ได้รับคำชมจากลูกค้า เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานในการปฏิบัติหน้าที่อย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยที่จะต้องเร่งแก้ไขเป็นอันดับถัดมา (Quadrant C) จำแนกตามสถานี

ปัจจัยบริการกิจการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัทขนส่งพัฒนาเชียงใหม่ จำกัด จำแนกตามสถานีที่ควรปรับปรุงในอันดับต่อมา เนื่องจากอยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ให้บริการแม้ยังให้บริการไม่ดีเพียงพอ แต่ก็ยังเป็นคุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญน้อย บริษัทจึงสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้ ประกอบไปด้วย

สถานีจังหวัดน่าน ที่ควรปรับปรุงในอันดับต่อมา ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย ซึ่งตามจริงแล้วเป็นเรื่องที่ง่าย บริษัทสามารถบอกกล่าวหรือตักเตือนกับพนักงานได้เลย

สถานีจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ มีการจัดตกแต่งสถานที่สวยงามเรียบร้อยและสะอาด ทำให้น่าใช้บริการ และพนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย ดังนั้น บริษัทควรทำความสะอาดหรือปรับปรุงสถานที่ให้เรียบร้อย และ บอกกล่าวเกี่ยวกับการแต่งกายของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางกายภาพที่ดีของบริษัท

สถานีจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ การมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า และพนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย ดังนั้นบริษัทควรจัดให้สถานีจังหวัดภูเก็ตมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ส่วนกลางในการช่วยพิมพ์ ชื่อ ที่อยู่ ผู้รับ-ส่ง รวมไปถึง บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และพนักงานควรจดจำลูกค้า การเข้าใจลูกค้า โดยให้ความสำคัญและให้ความช่วยเหลือลูกค้าเป็นรายบุคคล เช่น ช่วยยกพัสดุให้ผู้หญิงหรือผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจกับลูกค้าซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เป็นต้น

4. ปัจจัยที่สามารถชะลอการปรับปรุงออกไปก่อน (Quadrant D) จำแนกตามสถานี

ปัจจัยบริการที่อยู่ใน Quadrant D คือ คุณลักษณะที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งหากบริษัทสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน หรือสามารถปรับปรุงในภายหลัง ได้แก่

สถานีจังหวัดน่านและสถานีจังหวัดขอนแก่น คือ การมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย

สถานีจังหวัดภูเก็ต คือ การคิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการถูกต้องและไม่ผิดพลาด

5. การกลับมาใช้ซ้ำในบริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ และการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงความต้องการที่จะกลับมาใช้อีก และแสดงความคิดเห็นที่จะบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 แสดงความว่าจะกลับมาใช้ซ้ำแน่นอน ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 แสดงความคิดเห็นว่าจะบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการแน่นอน

แต่ยังคงมี ผู้สอบถามอีก 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 แสดงความคิดเห็นว่า อาจจะกลับมาใช้บริการซ้ำ และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 แสดงความคิดเห็นว่า อาจจะบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ซึ่งการสร้างความมั่นใจ และดึงดูดใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ กลับมาใช้บริการซ้ำแน่นอน และบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการแน่นอน กิจกรรมขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัทขนส่งพัฒนาเชียงใหม่ จะต้องเร่งดำเนินการแก้ไขปรับปรุงปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ โดยปัจจัยบริการที่ควรเร่งปรับปรุง 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า พนักงานให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าในแต่ละราย และมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริการที่ให้กับลูกค้า โดยบริษัท อาจดำเนินการเปลี่ยนระบบการกรอกข้อมูล ผู้รับ-ส่ง โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์แทนการเขียนด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้รวดเร็วและประหยัดเวลา รวมไปถึงปรับปรุงแก้ไขสถานที่ทำการให้มีความสะอาดน่าใช้บริการ การปรับปรุงอุปกรณ์สำนักงานให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น การให้บริการเสริม เช่น ชา กาแฟ ขนม และที่สำคัญที่สุดที่บริษัทควรพิจารณา คือ การเพิ่มจุดรับส่งพัสดุ หรือ การรับพัสดุโดยไม่ต้องลงจากรถ (Drive Thru) สำหรับพัสดุที่มีน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัม และต่อมาเป็น การเพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยเฉพาะพนักงานชาย เพื่อช่วยในการยกพัสดุภัณฑ์ เพื่อสร้างความประทับใจกับลูกค้าซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรีนบัส เดย์พิชเศรษฐกิจชะลอลงทุนซื้อรถใหม่ 125 ล้าน. (2018). สืบค้นจาก www.prachachat.net/local-economy/news-204223
- ข้อมูลบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด. (2559). สืบค้นจาก www.greenbusthailand.com/website/aboutus/company-infomation
- จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่ม ผู้ค้าอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชญาณิชฐ์ ไสรส. (2559). คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย: ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ชินภัทร อ่อนนิม. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าภายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ประภาศรี จีบใจนาย. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าด่วนของบริษัทนิมซีเส่งขนส่ง 1988 จำกัด. (การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เมทินี สุขสวัสดิ์. (2562). การเปรียบเทียบการให้บริการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับบริษัท เคอร์รี่เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนันทบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

- ศิวานนท์ จันทระประวัติ. (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยส่งผลกระทบต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 9(1).
- อรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ. (2558). *คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- Brandbuffet. (2020). *5 เทรนด์เทคโนโลยีธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ในปี 2020.* สืบค้นจาก [www. Brandbuffet.in.th](http://www.Brandbuffet.in.th)