

คุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด

THE QUALITY OF DELIVERY SERVICE OF THE INTER EXPRESS

LOGISTICS COMPANY LIMITED

<sup>1)</sup>จุรีรัตน์ ภูมิพัฒน์พงษ์ <sup>2)</sup>พศ.ดร.อรสา โกศลนันทกุล <sup>2)</sup>พศ.ดร.ปิเชก จันทร์เอี่ยม

<sup>1)</sup>Chureerat Pumattanapong <sup>2)</sup>Asst. Prof. Dr. Orasa Kosalanantakul <sup>2)</sup>Asst. Prof. Dr. Pisake Juneam

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ตามปัจจัยส่วนบุคคล และขนาดสถานประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 282 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผลการวัดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามขนาดสถานประกอบการ และด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ในระดับสูง

2. การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด

2.1 เมื่อเปรียบเทียบตามเพศพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 เมื่อเปรียบเทียบตามอายุพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนองด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

<sup>1)</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

<sup>2)</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

2.3 เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพสมรสพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษาพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดสถานประกอบการพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ABSTRACT

The purposes of this research were to study and compare the level of the quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited by entrepreneur size. The sample of this study was 282 respondents. The questionnaire with reliability of .95 was used to collect data. The statistics used in analyzing data were percentage, arithmetic mean, standard deviation, t- test and F – test.

The finding were as follows :

1. The level of the quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited by entrepreneur size the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles were at high level.

2. Comparing the quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited were as follows:

2.1 Gender compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

2.2 Age compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

2.3 Civil status compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

2.4 The educational attainment compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

2.5 Income compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

2.6 Entrepreneur size compared : The quality of delivery service of The Inter Express Logistics Company Limited as a whole and the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles had non significant difference at the .05 level.

### ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยกำลังย่างเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจการบริการ” (Service Economy) ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นกิจกรรมหลัก เป็นที่มาของรายได้เงินตราเข้าประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ซึ่งมีปริมาณสูงถึง 2 ใน 3 หรือมากกว่าของรายได้เข้าประเทศทั้งหมด จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมบริการเป็นอุตสาหกรรมชนิดเดียว ที่มีอัตราการขยายตัวสูงมากในขณะนี้ และในอนาคตด้วย สังคมไทย กำลังย่างเข้าสู่ระบบสังคมใหม่ที่เรียกว่า สังคมทวิลักษณ์ เป็นสังคมที่กำลังพัฒนาไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรม (Industrial Country) และในขณะเดียวกันก็เป็นสังคมอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) ด้วย

ลักษณะของสังคมอุตสาหกรรมนั้น สินค้า (Products) เป็นสิ่งที่มองเห็นเป็นรูปร่าง (Tangible Products) การควบคุมคุณภาพของสินค้า (Quality Control) ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิต การทดสอบสินค้า และการตรวจสอบเป็นครั้งที่สอง เพื่อความมั่นใจในคุณภาพ แต่ในอุตสาหกรรมบริการตัวสินค้าคือ การให้บริการแก่ลูกค้า (Customer Service) ที่การควบคุมไม่ได้เป็นเรื่องง่าย ๆ ถึงแม้ว่านโยบายของบริษัท จะยังคงมีความสำคัญอยู่ก็ตาม แต่การให้บริการ ซึ่งเป็นตัวสินค้าหลักนั้น คุณภาพจึงขึ้นอยู่กับตัวของมนุษย์ในฐานะผู้ให้บริการอุตสาหกรรมบริการนั้นถือว่า การให้บริการคือ ตัวสินค้า (Service is products) และเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการแข่งขัน บริษัทใดก็ตาม ที่เสนอสินค้าให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า บริษัทนั้นก็คือ บริษัทที่ดีที่สุด ในธุรกิจด้วยเช่นกัน

ในธุรกิจการจัดส่งสินค้านั้น ถือว่าเป็นธุรกิจของการให้บริการชนิดหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าธุรกิจการให้บริการประเภทอื่น โดยเฉพาะการให้บริการในเรื่องของการจัดส่งสินค้าประเภทของสินค้าเวชภัณฑ์ ก็ยังมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากในบางครั้ง สินค้าเวชภัณฑ์เป็นเวชภัณฑ์ประเภทของยาช่วยชีวิต พนักงานที่ทำหน้าที่ในการจัดส่งนั้น จึงต้องทำงานแข่งกับเวลา เพื่อส่งยาให้ทันตามความต้องการของลูกค้า ในบางครั้งหากการจัดส่งล่าช้า นั้น อาจหมายถึง ชีวิตของคนไข้ที่รอการรักษาอยู่

หน่วยงานการจัดส่งสินค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ให้กับบริษัทที่ทำธุรกิจที่ต้องจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า โดยคาดหวังว่า สินค้าของตนจะสามารถส่งถึงลูกค้าปลายทางตรงตามเวลาที่กำหนด และรักษาคุณภาพของสินค้าที่จัดส่ง ให้คงสภาพเหมือนกับที่ออกจากโรงงานผลิต ตลอดจนรักษาสถานภาพของต้นทุนการจัดส่งให้อยู่ในข้อกำหนด และสนองตอบแนวทางการลดต้นทุนของบริษัท จึงถือได้ว่าผู้จัดส่งสินค้านั้น เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความสามารถ ให้อยู่เหนือคู่แข่งที่ทำธุรกิจจัดส่งสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเวชภัณฑ์ ยิ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้าและบริการเกิดขึ้นอย่างมากมาย โดยมีรูปแบบของการบริการที่หลากหลาย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็มีเป้าหมายหลักที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งสิ้น

บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการจัดส่งสินค้าทั่วประเทศ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของผู้มาใช้บริการอย่างกว้างขวาง บริษัทมุ่งที่จะสร้างสรรค์และปรับปรุงบริการด้านต่าง ๆ อันจะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยสามารถนำผลการสำรวจไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพร้อมปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ แผนกบริการจัดส่งสินค้า จึงจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถ ตระหนักถึงความสำคัญของหัวใจในการบริการ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศกับผู้ใช้บริการได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายด้านการบริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัทต่อไป

## คำสำคัญ

คุณภาพการให้บริการ

## โจทย์วิจัย/ปัญหา

ระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด มีความสำคัญเป็นอย่างไร และแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล และขนาดสถานประกอบการหรือไม่

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ตามปัจจัยส่วนบุคคล และขนาดสถานประกอบการ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 957 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ จากบัญชีรายชื่อลูกค้าของบริษัท ทุก ๆ คนที่ 3 ได้สมาชิกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 282 คน

### 2. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) ระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะของ ยุทธพงษ์ กัยวรรณ (2543 : 123) แปลความหมายของคะแนน ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ

และเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.6 นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543 : 123)

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) แล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับลูกค้าของบริษัท

อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสามขนาดสถานประกอบการ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (ยูทรพงษ์ กัวยวรรณ, 2543 : 137) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยหรือมัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

3.2 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ตามปัจจัยส่วนบุคคล และขนาดสถานประกอบการ ใช้วิธีการทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t - test : Independent) และการทดสอบค่าเอฟ (F - test) และถ้าพบความแตกต่างใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

### ผลการวิจัย

1. ระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามขนาดสถานประกอบการ และด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้อยู่ในระดับสูง

2. การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด

2.1 เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ พบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 เมื่อเปรียบเทียบตามอายุ พบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส พบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษาพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดสถานประกอบการพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

1. ระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามขนาดสถานประกอบการ และด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาพบว่า ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเนื่องจาก ผู้ใช้บริการให้คะแนนระดับคุณภาพการให้บริการสูงสุดในข้อของการเตรียมพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา และเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าเมื่อผู้ใช้บริการต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับชาญชัย ปานานาค (2549) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการประชาชน ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การรับประกัน ความเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับสูง และผลงานวิจัยของสิริกัญญา อ่วมอ้อมคำ (2549) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ภาคนครหลวง 2 ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ภาคนครหลวง 2 โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ความรู้ความชำนาญ อธิบายไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับสูง

2. การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด

2.1 เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ พบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ความชำนาญ ทัศนคติไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม และความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย และการตอบสนอง ไม่แตกต่างกัน

2.2 เมื่อเปรียบเทียบตามอายุพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ความชำนาญ ทัศนคติไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้ ไม่แตกต่างกัน

2.3 เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส พบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพการสมรส โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ความชำนาญ ทัศนคติไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้ ไม่แตกต่างกัน

2.4 เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษาพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ความชำนาญ ทัศนคติไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่ง



สัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,500 บาท มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 7,500 บาทขึ้นไป แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความชำนาญ ทัศนคติไมตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดสถานประกอบการพบว่า ภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นสถานประกอบการขนาดกลาง มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้ให้บริการกลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชานูชัย ปานนาค (2549) ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามศูนย์ธุรกิจและบริการ โดยภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านความเอาใจใส่ลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การให้บริการผู้ให้บริการที่เป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก ควรเน้นและปรับปรุงด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ข้อจัดเตรียมบริการตามสัญญา ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ข้อสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการรับประกันข้อการรักษาความลับของลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ข้อการจัดเวลาในการให้บริการเพียงพอแก่ลูกค้าทุกคน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ข้อการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม

1.2 การให้บริการผู้ให้บริการที่เป็นสถานประกอบการขนาดกลาง ควรเน้นและปรับปรุงด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ข้อจัดเตรียมบริการตามสัญญา ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ข้อสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการรับประกัน

ข้อเจ้าหน้าที่มีความรู้ในการตอบคำถาม ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ข้อการจัดเวลาในการให้บริการเพียงพอแก่ลูกค้าทุกคน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ข้อเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารมีความทันสมัย

1.3 การให้บริการผู้ให้บริการที่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ ควรเน้นและปรับปรุงด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ข้อจัดเตรียมบริการตามสัญญา ด้านความรวดเร็วหรือการตอบสนอง ข้อสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการรับประกัน ข้อเจ้าหน้าที่มีความรู้ในการตอบคำถาม ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ข้อการจัดเวลาในการให้บริการเพียงพอแก่ลูกค้าทุกคน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ข้อเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารมีความทันสมัย

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาให้ครอบคลุมปัจจัยแต่ละอย่างที่ผู้ให้บริการมีความต้องการ เช่น ปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยการให้บริการ ปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการสูงสุด

2.2 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้สนใจควรทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น เพื่อเป็นการตรวจสอบผลที่ได้จากการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

2.3 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดส่งสินค้าของบริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 ควรมีรายละเอียดเพิ่มเติมในการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อจะได้ทราบข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

### บรรณานุกรม

- ชาญชัย ปานนาค. 2549. **คุณภาพการให้บริการสินค้าเชิงโครงการประชาชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ยุทธพงษ์ กัวยวรรณ. 2543. **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- ศิริกัญญา อ่วมอิมคำ. 2549. **คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ภาคนครหลวง 2**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.