

การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ
ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่
จังหวัดขอนแก่น

Customer Expectations and Perceptions in the Service
Quality of Sedthee East Transportation Limited Partnership,
Banphai Branch at Khonkaen Province

ภัทรวดี ฉัตรธนะพานิช (Pattarawadee Chattanapanis)*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้
ในคุณภาพการบริการของลูกค้า และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพ
การบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาอำเภอบ้านไผ่
ใช้แบบสอบถาม ที่เรียกว่า "SERVQUAL" จำนวน 22 ข้อ กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้า
ที่ใช้บริการจำนวน 145 ร้าน วัดความแตกต่างของความคาดหวัง และการรับรู้ใน
คุณภาพการบริการ ใช้สถิติอ้างอิง t-test ผลการศึกษาความคาดหวังในคุณภาพ
การบริการ พบว่า มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ในคุณภาพการ
บริการ ซึ่งหมายความว่า คุณภาพยังไม่ได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง ดังนั้น จึงได้นำเสนอ
ปรับปรุงคุณภาพการบริการ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการสร้างความเป็นรูปธรรม
ของธุรกิจ โครงการสร้างกระบวนการตอบสนองต่อลูกค้าของธุรกิจ โครงการให้
ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของธุรกิจโครงการสร้างการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของธุรกิจ

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, การรับรู้, คุณภาพการบริการ

* นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ABSTRACT

This study aimed to investigate expectations and perceptions in service quality of Sedthee East Transportation Limited Partnership, Banphai Branch Khonkaen Province, in order to suggest solutions to improve the service quality via concept called “SERVQUAL”. The questionnaire consisted of 22 questions, data were collected from the sampling of 145 stores and measured the difference between expectations and perception in service quality by using the statistical t-test. The result showed that there was a space between expectations and perceptions of service quality which meant the quality was not up to the expectations of the customers. This study suggested four projects for improving service quality as follows; building a substantial business project, making customer response to the business process project, offering confidence to customers project, and making customer recognize and understand project.

Keywords: Expectation, Perception, ServiceQuality.

บทนำ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เป็นธุรกิจที่บริการรับส่งสินค้าจากกรุงเทพฯ เพื่อมาส่งให้กับลูกค้าตามร้านค้าที่อยู่ในเขตอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น สำหรับสินค้าที่จัดส่งนั้น สินค้าจะมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสินค้าที่ลูกค้าสั่งมา การบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ เน้นในเรื่องของความเร็วในการจัดส่ง การรักษาคุณภาพสินค้าที่จะส่งถึงลูกค้า และการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ปัจจุบันธุรกิจรับส่งสินค้าทั่วไปในเขตอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้มีการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการ

ใช้บริการที่มากขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้และเพื่อเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าใหม่จากการบอกต่อจากลูกค้าเดิม

การศึกษาความพึงพอใจของธุรกิจโดยทั่วไป ทำให้ทราบได้ว่าความคาดหวังเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความพึงพอใจในการบริการ หากผู้รับบริการได้รับการบริการที่ตรงตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดความจงรักภักดี ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จึงสนใจศึกษาในเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เพื่อจะได้ทราบว่าลูกค้ามีความคาดหวัง และการรับรู้ในการใช้บริการเป็นอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงในการดำเนินธุรกิจต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ใช้แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการของ Parasuraman et al., (1988) โดยใช้ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และประสบการณ์การรับรู้ที่ได้รับจริงของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างหรือระยะห่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการ เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการส่งมอบบริการคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภค โดยช่องว่างของคุณภาพ (Quality Gap) ก็จะเกิดขึ้น ดัง Kotler and Keller, (2012) กล่าวว่า ลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในการบริการจากประสบการณ์ในอดีต โดยเปรียบเทียบกับการรับรู้จริง ถ้าหากการบริการที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกผิดหวัง และลูกค้าพร้อมจะใช้บริการที่ระดับการรับรู้ตรงกับหรือเกินกว่าที่ระดับคาดหวัง ซึ่งลูกค้าพร้อมจะมาใช้บริการซ้ำ ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมมาใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า คือ ตัวแบบ SERVQUAL ที่ได้จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman et al., (1988) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติหลัก ดังนี้ มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ

(Tangibility) มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้าธุรกิจการขนส่งสินค้า
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธุรกิจขนส่งสินค้า ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าประจำที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งหมด 145 ร้านค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ประกอบด้วย แบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเรื่องความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้า

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้า

โดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 สร้างขึ้นตามแบบสอบถามของ Parasuraman et al. (1988) ที่เรียกว่า "SERVQUAL" เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการบริการซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 22 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) จำนวน 4 ข้อ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

(Reliability) จำนวน 5 ข้อด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) จำนวน 4 ข้อ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) จำนวน 5 ข้อตั้ง (ตารางที่ 1)

ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert scale เป็นมาตรวัดเพื่อใช้วัดผลจากลูกค้าว่าเห็นด้วยในระดับใด โดยกำหนดรูปแบบออกเป็นระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อสามารถบอกถึงระดับทัศนคติได้ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2 และ 3 มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค คือ 0.968 ในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามและ 0.98 ในส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการและการแนะนำลูกค้าใหม่

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 4 วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยมา แปลผลเป็นระดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยแบบอัตรภาคชั้น ของความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้า

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในคุณภาพการบริการ และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้า ที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ในแต่ละข้อย่อยและแต่ละด้าน

1. นำค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทั่วไปไปลบออกจากการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ในแต่ละข้อย่อยและแต่ละด้านตามลำดับ

2. วิเคราะห์โดยใช้สถิติอ้างอิงการแจกแจงแบบที (t-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทั่วไป และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัด

ขอนแก่น ที่มีความสัมพันธ์กัน (Dependent Samples Test) และนำผลการวิเคราะห์จาก (t-test) มาคำนวณแบบการทดสอบทางเดียว ซึ่งเป็นการทดสอบแบบมีทิศทาง และนำไปเปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พิจารณาในแง่ความแตกต่างของความคาดหวังในคุณภาพการบริการลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทั่วไป และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น รายข้อย่อย โดยมีสูตรการคำนวณและกำหนดเกณฑ์การแปรผล ดังนี้

$$H_0 : M_E \geq M_P \quad \text{แสดงว่าลูกค้าไม่พึงพอใจ}$$

$$H_1 : M_E < M_P \quad \text{แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ}$$

กำหนดให้ H_0 = แสดงว่าลูกค้าไม่พึงพอใจ

H_1 = แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ

M_E = ค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง

M_P = ค่าเฉลี่ยของการรับรู้

3. นำผลการศึกษามาให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการตามรายด้านที่มีความแตกต่างจากความคาดหวังของลูกค้า เป็นโครงการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ให้ดียิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 28.3 อาชีพประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 19.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 37.2 แหล่งรู้จักห้างหุ้นส่วนเศรษฐกิจอีสานขนส่ง ทราบจากคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 35.9 จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6 ครั้ง/เดือนคิดเป็นร้อยละ 26.2 จำนวนบริษัทที่ใช้บริการมากกว่า 3 บริษัทคิดเป็นร้อยละ 42.1 ระยะเวลา

ในการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง เป็นเวลา 4-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0

ผลความคาดหวัง ในคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีทั่วไป

พบว่า เมื่อนำข้อมูลในส่วนของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของความคาดหวังในธุรกิจขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพมาแปรผล โดยเทียบกับช่วงคะแนนระดับความคิดเห็นแบบค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก พบว่า ระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่ดีของธุรกิจขนส่งสินค้าในทุกข้อ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง แสดงว่าลูกค้ามีความคาดหวังในคุณภาพการบริการตามที่ระบุไว้ทั้ง 22 ข้อ โดยเฉพาะด้านที่มีอุปการณ์ที่ทันสมัย (T1) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (T3) และมีความเต็มใจในการให้บริการ (Re2) (ดังภาพที่ 1)

ผลของการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธุรกิจ

เมื่อนำข้อมูลในส่วนของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในคุณภาพการบริการมาแปรผล โดยเทียบกับช่วงคะแนนระดับความคิดเห็นแบบค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก พบว่า ระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าเห็นด้วยอย่างยิ่งกับคุณภาพการบริการ ทุกข้อ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ยกเว้น การมีอุปการณ์ที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี แต่งกายดูสุภาพเรียบร้อยซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยในช่วง 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วย แสดงว่าลูกค้ายังไม่พึงพอใจในการใช้บริการที่เดียวนัก (ดังภาพที่ 2)

ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการรายด้าน

จากค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละด้านนำมาเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า มีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ในคุณภาพการบริการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็น

รูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แต่ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้นั้นมีความคาดหวังเท่ากับการรับรู้ในคุณภาพการบริการ (ดังตารางที่ 2) ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน (ดังภาพที่ 3)

ส่วนค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละรายข้อ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของทั้ง 22 ข้อ มาเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า มีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ในคุณภาพการบริการ 12 ข้อ ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ 3 ข้อ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 3 ข้อ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 3 ข้อ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า 3 ข้อ ซึ่ง 12 ข้อดังกล่าว คำนวณตามสูตรแล้ว พบว่า ค่า Sig. (1-tailed) มีค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ซึ่งต้องนำมาแก้ไขปรับปรุงในคุณภาพการบริการรายละเอียด ดังตารางที่ 3

ผลของลูกค้าผู้ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกรกลับมาใช้บริการและการแนะนำให้แกผู้อื่น

ผลจากแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีแนวโน้มว่าจะใช้บริการเพิ่มและตั้งใจมาใช้บริการเพิ่มอย่างแน่นอน จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 และพบว่าลูกค้าน่าจะแนะนำให้ ธุรกิจ/ร้านค้าอื่นใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาอำเภอบ้านไผ่ อย่างแน่นอน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 83.4

ข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการบริการ

จากผลการศึกษา พบว่า ยังมีช่องว่างเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ดังนั้น จึงได้เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงเพื่อทำการเสนอต่อผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยเสนอโครงการ 4 โครงการ ได้แก่

1. โครงการสร้างความเป็นรูปธรรมของธุรกิจ

การจัดสถานที่ในการรองรับลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความสะดวก มีเครื่องแบบพนักงานให้ดูสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ

2. โครงการสร้างกระบวนการตอบสนองต่อลูกค้าของธุรกิจ

การสร้างกระบวนการให้บริการ เริ่มจากการสอบถามถึงวิธีการให้บริการลูกค้าจากพนักงาน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขจัดระบบการทำงานให้เป็นระบบมากขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและไม่สับสน

3. โครงการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของธุรกิจ

การรวบรวมหลักสูตรการอบรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพื่อนำมาใช้การอบรมพนักงานให้พัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นกับลูกค้า

4. โครงการสร้างการรู้จักและความเข้าใจลูกค้า

วิเคราะห์และเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการธุรกิจพร้อมทั้งรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้า และมีการสรรหากิจกรรมต่างๆ ให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและธุรกิจ สรุปข้อเสนอแนะโครงการและวัตถุประสงค์ ดังแสดงใน (ตารางที่ 4)

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาของความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่ดีของธุรกิจการบริการรับส่งสินค้าทั่วไป พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในคุณภาพการบริการตามที่ระบุไว้ทั้ง 22 ข้อ ในส่วนของการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ลูกค้ามีการรับรู้ในคุณภาพการบริการระบุไว้ทั้งหมด ยกเว้น เรื่องการมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม และการมีพนักงานที่ให้บริการที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่านั้น ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละด้านของลูกค้า ยังมีช่องว่างของคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

(Tangibles) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) เป็นรายข้อจำนวน 12 ข้อ

ผลการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของแต่ละด้านแตกต่างกับผลการศึกษา ของ วิลาสิณีย์ จำปาตะ (2551) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า ระดับการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการบริการทุกด้าน จึงมีความแตกต่างจากผลการศึกษาครั้งนี้ ที่การรับรู้ในคุณภาพการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานชนสง สาขาบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น มีระดับต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้น ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ซึ่งมีผลการคาดหวังและการรับรู้เท่ากัน แต่การที่ผลการศึกษามีความแตกต่างกับผลการศึกษาวิจัยของ วิลาสิณีย์ จำปาตะ นั้น เพราะกรณีศึกษาแตกต่างกันผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมความคาดหวังและการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการ

ผลการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของแต่ละด้าน คล้ายคลึงกับผลการศึกษา ของ บุษกร บังประเสริฐ (2554) ซึ่งผลการศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการบริการของ ธุรกิจซอฟต์แวร์สต็อกบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้น ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งมีการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง เช่นเดียวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานชนสง สาขาบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ที่มีระดับต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้น ด้านความเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกับผลการศึกษาของ ประภาศรี สมบูรณ์ปิบุตร (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิตติมงคลชนสง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการขนส่งสินค้ามีระดับต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน แต่ผลการศึกษาที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานชนสง สาขาบ้านไผ่

อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ที่มีระดับต่ำกว่าความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้นด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ซึ่งมีผลการคาดหวังและการรับรู้เท่ากัน ซึ่งอาจเป็นเพราะกรณีศึกษาเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าเหมือนกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมความคาดหวังและการรับรู้แตกต่างกันในการใช้บริการบางเรื่อง

จากผลการศึกษา ทำให้ได้ข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการบริการ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการสร้างความเป็นรูปธรรมของธุรกิจ โครงการสร้างกระบวนการตอบสนองต่อลูกค้าของธุรกิจ โครงการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของธุรกิจ และโครงการสร้างการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ภายหลังจากดำเนินเป็นโครงการตามข้อเสนอแนะทั้ง 4 โครงการ ควรมีการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อที่จะได้ประเมินผลการดำเนินโครงการและควรสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ในอนาคตต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ และวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหวิทยาลัยขอนแก่น ที่สนับสนุนและให้คำชี้แนะในการศึกษาครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

- บุษกร บึงประเสริฐ. (2554). การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา **ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธุรกิจซอฟต์แวร์สต็อกบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประภาศรี สมบูรณ์บัณฑิตบุตร. (2554). การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา **ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิตติมงคลขนส่ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิลาสินีย์ จำปาตะ. (2551). **ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. การค้นคว้าศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kotler, P., K. L. Keller. (2012). **Marketing Management**. 14th ed. Harlow: Pearson Education.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml., & L.L. Berry. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications. **The Journal of Marketing**, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml., & L.L. Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality [Electronic version]. **The Journal of Retailing**, 64(1), 12-40

ตารางที่ 1 ความหมายคุณภาพการบริการ จำนวน 22 ข้อ

ความหมายคุณภาพการบริการ	ความหมายคุณภาพการบริการ
(T1) ธุรกิจมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย	(Re3) พนักงานมีความพร้อมในการตอบสนอง
(T2) มีสถานที่รองรับลูกค้าที่เหมาะสม	(Re4) มีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้ทันที
(T3) พนักงานแต่งกายมอดูสุภาพเรียบร้อย	(A1) ลูกค้าของธุรกิจสามารถที่จะไว้วางใจพนักงานได้
(T4) มีสถานที่ในการรับฝากสินค้า	(A2) ลูกค้าของธุรกิจรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ
(R1) สัญญาไว้กับลูกค้าแล้วทำตามสัญญานั้น	(A3) พนักงานได้รับการสนับสนุนในการ
(R2) เมื่อลูกค้ามีแก้ไขปัญหาลูกค้าอย่างจริงจัง	(A4) พนักงานมีมารยาทที่ดีสุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้า
(R3) ไม่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย	(E1) ธุรกิจมีความเข้าใจลูกค้าแต่ละราย
(R4) ธุรกิจให้บริการตรงตามเวลาที่ได้สัญญาไว้	(E2) ถือผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด
(R5) เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าแบบถูกต้อง	(E3) ธุรกิจคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นสำคัญ
(Re1) แจ้งให้ลูกค้าทราบว่าให้บริการได้เมื่อใด	(E4) ธุรกิจเข้าใจถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้า
(Re2) พนักงานมีความเต็มใจที่จะให้บริการ	(E5) พนักงานมีการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย

หมายเหตุ: T = ด้านรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

R = ด้านความเชื่อถือได้ไว้วางใจได้ (Reliability)

Re = ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

A = ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

E = ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าห้างหุ้นส่วน จำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น รายด้าน

คุณภาพการบริการ รายด้าน	ความ คาดหวัง (E)	การรับรู้ (P)	E-P	แปล ผล
ด้านรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.59	4.27	0.323	E > P
ด้านความเชื่อถือได้ไว้วางใจได้ (Reliability)	4.47	4.47	0.000	E = P
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.53	4.39	0.14	E > P
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	4.53	4.35	0.180	E > P
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)	4.44	4.28	0.159	E > P

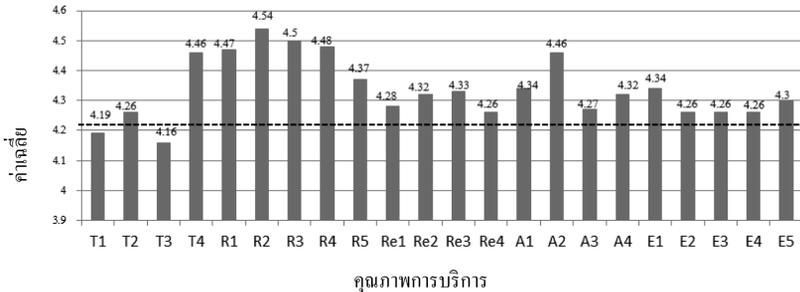
ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างคำคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น รายข้อ จำนวน 12 ข้อ ที่ต้องนำมาพิจารณาดำเนินการแก้ไข

คุณภาพการบริการรายข้อ	ความ คาดหวัง (E)	การรับรู้ (P)	E-P	Sig. (1-tailed)	แปล ผล
(T1) ธุรกิจมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.67	4.19	0.476	0.000*	E > P
(T2) มีสถานที่รองรับลูกค้าที่เหมาะสม	4.61	4.26	0.352	0.000*	E > P
(T3) พนักงานแต่งกายมองดูสุภาพเรียบร้อย	4.65	4.16	0.49	0.000*	E > P
(Re1) แจ้งให้ลูกค้าทราบว่าให้บริการได้เมื่อใด	4.56	4.28	0.276	0.000*	E > P
(Re2) พนักงานมีความเต็มใจที่จะให้บริการ	4.63	4.32	0.31	0.000*	E > P
(Re3) พนักงานมีความพร้อมในการตอบสนอง	4.49	4.33	0.159	0.002*	E > P
(A1) ลูกค้าของธุรกิจสามารถที่จะไว้วางใจพนักงานได้	4.54	4.34	0.2	0.001*	E > P
(A3) พนักงานได้รับการสนับสนุนในการ	4.55	4.27	0.283	0.000*	E > P
(A4) พนักงานพยายามรักษาทะลุภาพของพนักงานกับลูกค้า	4.54	4.32	0.221	0.000*	E > P
(E2) ถือผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด	4.53	4.26	0.276	0.000*	E > P
(E3) ธุรกิจคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นสำคัญ	4.48	4.26	0.228	0.000*	E > P
(E4) ธุรกิจเข้าใจถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้า	4.43	4.26	0.179	0.002*	E > P

* หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาบ้านไผ่

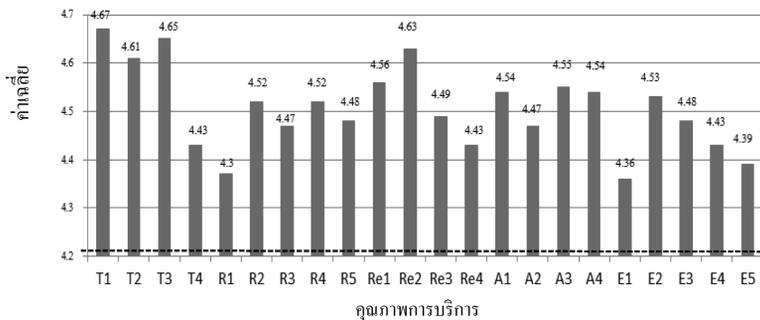
โครงการ	วัตถุประสงค์
1. โครงการสร้างความเป็นรูปธรรมของธุรกิจ	เพิ่มลักษณะทางกายภาพของการบริการขนส่งสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาอำเภอบ้านไผ่ ให้ลูกค้าได้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ
2. โครงการสร้างกระบวนการตอบสนองต่อลูกค้าของธุรกิจ	เพื่อเพิ่มความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการของพนักงานและให้พนักงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น
3. โครงการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าของธุรกิจ	เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้าเน้นถึงความปลอดภัยในการให้บริการซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญและทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าได้รับบริการที่ดีที่สุด
4. โครงการสร้างการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของธุรกิจ	เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ถึงการดูแลเอาใจใส่ของการให้บริการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธุรกิจ



----- เส้นช่วงคะแนนระดับความเห็นแบบค่าเฉลี่ยอัตราภาคชั้นสามารถแปลผลเป็นระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยช่วง 4.21-5.00 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนนเฉลี่ยช่วง 3.41-4.20 คือ เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ยช่วง 2.61-3.40 คือ ไม่แน่ใจ คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.81-2.60 คือ ไม่เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.00-1.80 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

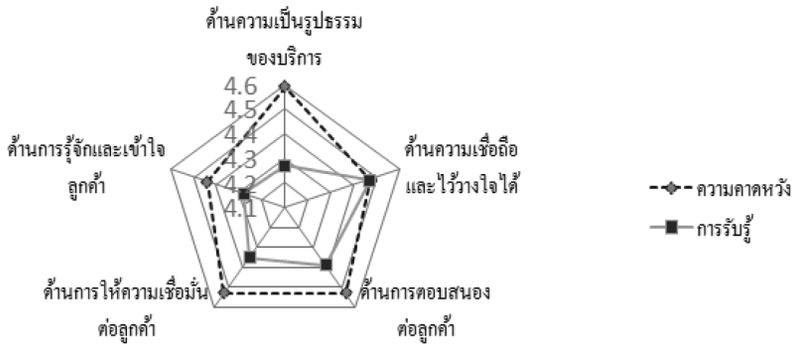
ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงระดับค่าเฉลี่ยและการแปลผลของความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทั่วไปเป็นรายข้อ



----- เส้นช่วงคะแนนระดับความเห็นแบบค่าเฉลี่ยอัตราภาคชั้นโดยแปลผล

คะแนนเฉลี่ยช่วง 4.21-5.00 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนนเฉลี่ยช่วง 3.41-4.20 คือ เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ยช่วง 2.61-3.40 คือ ไม่แน่ใจ คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.81-2.60 คือ ไม่เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.00-1.80 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงระดับค่าเฉลี่ยและการแปลผลของการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่งสาขาอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เป็นรายข้อ



ภาพที่ 3 ความแตกต่างรายด้านระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด เศรษฐีอีสานขนส่ง สาขาอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น