

การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด
THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION ON THE SERVICE QUALITY OF
S.R.DPOT COMPANY LIMITED

ณชกานย์ กาญจนสมศักดิ์
NUSCHAKAN KANCHANASOMSAK
กรรมการผู้จัดการ, บริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด
Managing Director, S.R.DPot Company Limited
@gmail.com

Received:

Revised:

Accepted:

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการ จำนวน 333 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามตามความสะดวก ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟาของความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ มีค่าเท่ากับ 0.791 การรับรู้จริงหลังการรับบริการ มีค่าเท่ากับ 0.839 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL และการทดสอบค่าเฉลี่ยของการวัดซ้ำของกลุ่มตัวอย่างเดิม (Paired – sample t-test)

ผลการศึกษา พบว่า 1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (0.18) โดยทุกด้านมีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการรับบริการ สูงกว่าความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ ได้แก่ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (0.26) รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (0.25) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (0.18) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (0.13) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (0.10) ตามลำดับ และ 2) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความดูแลเอาใจใส่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง การรับรู้

Abstract

This study aims to investigate 1) the impact of satisfaction on the service quality of S.R.DPot Company Limited, according to expected service quality and perceived service performance. and 2) it aims to compare satisfaction levels with service quality based on expected service quality and perceived service

performance. among the studied population, which comprises truck drivers, totaling 333 individuals. Data collection was conducted through an online questionnaire distributed conveniently to participants. The reliability coefficient (Cronbach's alpha) for expected service quality was 0.791, perceived service performance was 0.839. Statistical analyses included frequency, percentage, mean, standard deviation, SERVQUAL service quality measurement, and paired-sample t-test for mean comparison of repeated measures.

The findings indicate that 1) satisfaction with the service quality of S.R.DPot Company Limited is significantly high (0.18), with perceived service performance exceeding expected service quality across all dimensions. Specifically, Empathy (0.26) scored highest, followed by Responsiveness (0.25), Reliability (0.18), Assurance (0.13), and Tangible (0.10). 2) Satisfaction with the service quality of S.R.DPot Company Limited is significant statistical differences ($p < 0.01$) were observed between expected service quality and perceived service performance, both overall and Tangible, Responsiveness, Reliability and Assurance

Keyword: Service Quality, Satisfaction, Expectations, Perceptions

บทนำ

ลานตู้คอนเทนเนอร์ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Inland Container Depot (ICD) เป็นสถานที่ที่เป็นตัวกลางในการกระจายตู้คอนเทนเนอร์ โดยการขนส่งทางรถไฟและทางรถยนต์ ซึ่งปัจจุบันลานตู้คอนเทนเนอร์มีการบริการที่มีความหลากหลาย ทั้งทางด้านนำเข้าและส่งออก ทั้งตู้คอนเทนเนอร์ที่เป็นตู้หนักและตู้เปล่า เพื่อใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อทำการส่งออก รวมถึงกิจกรรมการซ่อมแซม รักษาตู้คอนเทนเนอร์เปล่าให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ก่อนทำการปล่อยตู้คอนเทนเนอร์ให้ลูกค้านำไปบรรจุ เพื่อทำการส่งออกต่อไป บริการซักรีดตู้หนัก ซึ่งเป็นหนึ่งในการบริหารตู้คอนเทนเนอร์ให้มีประสิทธิภาพ ควรทำให้เรืออยู่กับลานตู้คอนเทนเนอร์ในระยะยาว การทำให้เวลาในการรอตู้คอนเทนเนอร์ไม่เกินมาตรฐาน ดังนั้น สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจลานตู้คอนเทนเนอร์กลัวมากที่สุด คือ ตัวแทนสายการบินเรือ หรือเจ้าของตู้คอนเทนเนอร์ ย้ายไปหาผู้ประกอบการธุรกิจรายอื่น (อริบ น้อยยอดยิ่ง และสุริยา พงษ์ช่อมดี, 2564)

ผู้ให้บริการลานตู้คอนเทนเนอร์มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก สภาพแวดล้อมในตลาดมีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งแต่ละรายต่างก็มีกลยุทธ์และบริการที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ตลาดเป็นของลูกค้า ผู้ประกอบการขนาดกลางและใหญ่จึงเริ่มหันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากบริการหลักที่มีให้บริการอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ให้บริการขนาดเล็กจึงต้องหันมาแข่งขันด้านราคามากยิ่งขึ้น ดังนั้น การแข่งขันด้านราคามักถูกเลือกมาใช้เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ต่อไป เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว แรงผลักดันจากคู่แข่งที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมมีระดับสูง ด้วยสภาวะตลาดที่มีการเปิดกว้างให้มีการแข่งขันอย่างเสรี และเน้นการแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก ดังนั้น ธุรกิจลานตู้คอนเทนเนอร์จึงต้องมีการพัฒนาและมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และให้ลูกค้าหันมาใช้บริการกับทางบริษัทมากยิ่งขึ้น (คณิน หมั่นศรี, 2564)

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด จำแนกเป็นรายชื่อ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ลานให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง 2) การบริการของลาน รวดเร็ว และทันตามระยะเวลาที่กำหนดอยู่ 3) เจ้าหน้าที่มีความรู้ และความสามารถในการช่วยเหลือผู้มาใช้บริการ 4) พนักงานคอยบริการให้แก่ผู้โดยสารด้วยความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด 5) พนักงานไม่เลือกปฏิบัติ ไม่แฉงคิ้ว 6) พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี 7) ลานให้บริการแก่ท่านอย่างดี สม่ำเสมอ 7) พนักงานมีความรู้ ความสามารถและให้ข้อมูลแก่ผู้โดยสารได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ตามลำดับ (คณิน หมั่นศรี, 2564) และคุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ใน

เขตความรับผิดชอบของท่าเรือแหลมฉบัง ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ โดยได้เสนอแนะว่า ใน 1) ด้านความน่าเชื่อถือ ควรปรับปรุงบุคลากรให้มีความสามารถในการบริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งลูกค้าไว้ ระบบปฏิบัติการควรมีความถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการควรมีอย่างเพียงพอ และได้มาตรฐาน บุคลากรควรมีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน 2) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ควรปรับปรุงระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละจุดควรจัดให้เป็นไปอย่างเหมาะสม บุคลากรจะต้องมีความสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน บุคลากรควรจะให้บริการด้วยความเต็มใจ 3) ด้านการให้ความมั่นใจ ควรปรับปรุงโดยจัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง บุคลากรควรมีทักษะในการให้บริการที่ดี และท่าเรือควรจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน 4) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ควรปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ ควรมีอย่างเพียงพอ พนักงานที่ให้บริการในจุดต่าง ๆ ควรจัดให้มีอย่างเพียงพอ พื้นที่จัดเก็บสินค้าในท่าเรือควรจัดให้มีอย่างเพียงพอ เอกสารหรือเครื่องมือในการให้บริการควรจัดให้มีความพร้อม และป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ควรจัดทำให้เห็นอย่างชัดเจนและครอบคลุม และ 5) การดูแลเอาใจใส่ ควรปรับปรุงบุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ บุคลากรควรมีการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม บุคลากรให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล (เมธาวดี แสงขาว, 2565) และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเกินกว่ามาตรฐานเล็กน้อย แต่ยังมีระดับต่ำ เมื่อเทียบกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า การรับรู้การบริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการในท่าเรือเป็นสิ่งสำคัญ (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2559) และอารีฟ อาหามะ และซิมโลม วิสิฐนิจิกร (2559) กล่าวว่า การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจท่าเรือคอนเทนเนอร์ มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสายธุรกิจนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพการเคลื่อนย้ายสินค้า การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ การแลกเปลี่ยนการค้าระหว่างประเทศ ให้สามารถยกระดับการแข่งขันของผู้ประกอบการท่าเรือในประเทศและต่างประเทศได้

บริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ได้ก่อตั้งในปี 2556 และมีการให้บริการด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) บริการลานรับฝากจัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ บริการจัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ในพื้นที่ปลอดภัย พร้อมระบบรักษาความปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง 2) บริการซ่อมแซมตู้คอนเทนเนอร์ บริการตรวจวิเคราะห์ และซ่อมแซมตู้คอนเทนเนอร์ รวมถึงบริการทำความสะอาด บำรุงรักษา และอัพเกรดตู้คอนเทนเนอร์ 3) บริการล้างทำความสะอาดตู้คอนเทนเนอร์ทุกชนิด โดยเฉพาะตู้คอนเทนเนอร์ที่ใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต้องรักษาเรื่องสุขอนามัย และ 4) บริการเคลื่อนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ บริการเคลื่อนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ทุกชนิดด้วยระบบและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย เพื่อช่วยจัดเรียงให้สวยงาม บริษัทฯ มุ่งมั่นในการให้บริการที่มีคุณภาพและปลอดภัย พร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่และพึงพอใจ และบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงการให้บริการที่มุ่งเน้นผู้รับบริการหรือลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการของบริษัทฯ และสามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะกรรมการผู้จัดการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด เล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด จึงมีความสนใจจะศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น โดยงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์แบบจำลอง SERVQUAL ตามแนวคิดของพาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman et al., 1985, อ้างถึงในเมธาวดี แสงขาว, 2565) มาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัดที่ผู้ใช้บริการได้รับ และเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ (Expected Service Quality) และการรับรู้จริงหลังการรับบริการ (Perceived Service Performance)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในมุมมองของคนขับรถบรรทุก ในสถานะของผู้เข้ารับบริการจริง ผลการศึกษาสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด

2. เป็นแนวทางให้แก่ลานตู้คอนเทนเนอร์อื่น ๆ ที่มีลักษณะการให้บริการที่ใกล้เคียงกัน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงในการให้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้โดยตรง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการศึกษาในเรื่องตลาดบริการของพาราสุรามัน เป็นการวัดช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวัง และการรับรู้ ในมุมมองของผู้รับบริการ แบบวัดแยกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกวัดความคาดหวังของผู้รับบริการ และในส่วนที่ 2 วัดการรับรู้บริการ ที่ผู้รับบริการมีต่อการบริการ โดยมีข้อคำถามที่ครอบคลุมองค์ประกอบ คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน (Parasuraman et al., 1985, อ้างถึงในเมธาวดี แสงขาว, 2565)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ให้บริการ พนักงานบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เนื่องจาก บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การประเมินจึงต้องประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตนซึ่งอยู่รอบ ๆ การให้บริการ โดยการประเมินจะเน้นใน 2 ส่วน คือ เน้นที่อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกทางวัตถุ เช่น โต๊ะในการให้บริการ แก้วน้ำสำหรับนั่งรอ ชั้นวางของ ป้ายหรือสัญลักษณ์ และเน้นที่พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ประกอบด้วย 1) ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการในจุดต่าง 2) ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ 3) ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ 4) ความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ และ 5) มีป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับผู้รับบริการอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ได้แก่ 1) พนักงานของบริษัทฯ มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน 2) ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ 3) พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งผู้รับบริการไว้ และ 4) อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการ มีเพียงพอ และได้มาตรฐาน

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความมุ่งมั่น เต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ การให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไว และพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมการของบริษัทในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินองค์ประกอบคุณภาพด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ได้แก่ 1) พนักงานบริษัทฯ ให้บริการด้วยความเต็มใจ 2) พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการถูกต้อง ชัดเจน และ 3) ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปอย่างเหมาะสม

4. ความการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยการที่พนักงานบริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ และมีสัมมาคารวะ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินหรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่

ผู้รับบริการ ได้แก่ 1) พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี 2) มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง และ 3) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

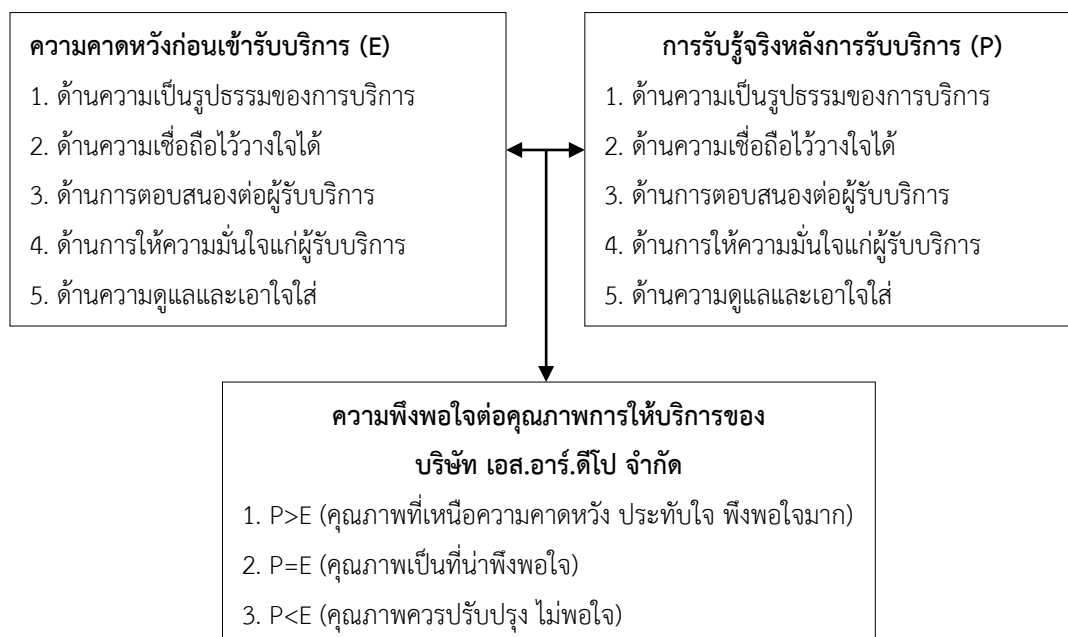
5. ความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้ความสนใจ ความเห็นอกเห็นใจ และให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละคน ซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไป โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมิน หรือข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ 1) พนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจในปัจเจกบุคคล 2) พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ และ 3) พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ประการนี้ ถูกนำไปประยุกต์ใช้วัดคุณภาพบริการในธุรกิจต่าง ๆ จำนวนมาก เพื่อที่บริษัทจะได้ทราบถึงการรับรู้คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้รับบริการ และนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดของพาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman et al., 1985, อ้างถึงในเมธาวดี แสงขาว, 2565) โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย มิติของคุณภาพที่ประเมินโดยผู้รับบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และได้ทำการวิจัยเพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการหรือพนักงานขับรถบรรทุกตอบแบบสอบถาม โดยชุดแรกคำถามเป็นการวัดความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ (Expected Service Quality) ส่วนคำถามชุดที่สองเป็นการวัดการรับรู้จริงหลังการรับบริการ (Perceived Service Performance) และนำคะแนนที่ได้มาคำนวณเป็นความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คุณภาพบริการ} &= \text{คะแนนการรับรู้จริงหลังการรับบริการ} - \text{คะแนนความคาดหวัง} \\ \text{Service Quality} &= P - E \end{aligned}$$



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการโดยตรง โดยประมาณ 2,000 คน (คน) ต่อเดือน (ข้อมูลจากบริษัท เอส.อาร์. ดีโป จำกัด ณ เดือนมกราคม, 2567) ดังนั้น ผู้วิจัยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) โดยกำหนดการยอมรับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มจำนวน 333 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎีจากนักวิชาการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำไปทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการ กลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่นของความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ มีค่าเท่ากับ 0.791 การรับรู้จริงหลังการรับบริการ มีค่าเท่ากับ 0.839 และแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.815

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน 2567 โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Forms ตามความสะดวก (Convenience Sampling) ให้กับพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการ จำนวน 333 ชุด เพื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาลงรหัส และถ่ายถอดรหัสแบบสอบถามลงในแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form) เพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และหลังจากนั้นจึงนำผลที่ได้มาอภิปรายผลการศึกษา

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามหลัก ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ คือ

3.1 สถิติพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการขับรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ที่เข้ามาใช้บริการบ่อยที่สุด และความถี่ในการเข้ามาใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด และข้อมูลระดับความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ และการรับรู้จริงหลังการรับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ผู้วิจัยประยุกต์ใช้วิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยนำข้อมูลส่วนของการรับรู้จริงหลังการรับบริการ (Perceived Service Performance) ลบด้วยข้อมูลส่วนของความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ (Expected Service Quality) ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ และเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL ตามแนวคิดของพาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman et al., 1985, อ้างถึงในเมฆชาติ แสงขาว, 2565) มาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด โดยคำนวณหาค่าคะแนนเครื่องมือ SERVQUAL ดังนี้

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ = คะแนนการรับรู้จริงหลังการรับบริการ - คะแนนความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ

$$\text{Service Quality} = P - E$$

โดยมีการแปลความหมาย ดังนี้

1. การรับรู้จริงหลังการรับบริการ มากกว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ หมายถึง การบริการมีคุณภาพสูง เหนือความคาดหวัง เป็นที่พอใจมาก/ประทับใจในคุณภาพของการบริการ
2. การรับรู้จริงหลังการรับบริการ เท่ากับ ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ หมายถึง การบริการมีคุณภาพปานกลาง เป็นที่น่าพึงพอใจในคุณภาพของการบริการ
3. การรับรู้จริงหลังการรับบริการ น้อยกว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับ หมายถึง การบริการมีคุณภาพต่ำ ไม่เป็นที่พอใจในคุณภาพของการบริการ ควรปรับปรุงคุณภาพของการบริการ

3.2 สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนการรับบริการกับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ จำแนกตาม ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของการวัดซ้ำของกลุ่มตัวอย่างเดิม (Paired – sample t-test)

ผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด โดยทำการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของพนักงานขับรถบรรทุกก่อนเข้ารับบริการ และระดับการรับรู้ของพนักงานขับรถบรรทุกเมื่อได้เข้ารับบริการ พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกทุกที่ที่ใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวม มีคะแนน 0.18 ซึ่งมีระดับคะแนนมากกว่า หมายถึง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.26 รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.25 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.18 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.13 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.10 ตามลำดับ จึงหมายความว่า การให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด มีคุณภาพการให้บริการ อยู่ในเกณฑ์ มีความพึงพอใจมาก ทุกด้าน สำหรับผลการวิเคราะห์แยกรายด้าน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด

ตัวแปร	ความคาดหวัง		การรับรู้จริง		คุณภาพการให้บริการ		
	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.	เกณฑ์
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	4.27	0.632	4.37	0.460	0.10	0.758	5
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	4.27	0.529	4.45	0.492	0.18	0.684	3
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.20	0.560	4.45	0.509	0.25	0.756	2
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	4.24	0.621	4.37	0.570	0.13	0.808	4
ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	4.18	0.559	4.44	0.509	0.26	0.755	1
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.23	0.419	4.42	0.364	0.18	0.525	พอใจมาก

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.10 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.20 รองลงมา ได้แก่ ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.12 มีป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.12 ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการในจุดต่าง มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.11 และความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.06 ตามลำดับ

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.18 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.31 รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการ มีเพียงพอ และได้มาตรฐาน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.17 พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งผู้รับบริการไว้ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.12 และพนักงานของบริษัทฯ มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.12 ตามลำดับ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.25 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริษัทฯ ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.29 ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปอย่างเหมาะสม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.26 และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการถูกต้อง ชัดเจน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.20 ตามลำดับ

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.13 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.21 มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.09 และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.08 ตามลำดับ

1.5 ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.26 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.35 พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.28 และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจในบุคคลตามบุคลิกของแต่ละคน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.16 ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่างกัน ทั้งโดยภาพรวม ($t = 6.407, \text{Sig.} = 0.000$) และรายด้าน หมายความว่า พนักงานขับ

รถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

ตารางที่ 2 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ

ตัวแปร	ความคาดหวัง		การรับรู้จริง		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	4.27	0.632	4.37	0.460	2.443	0.015*
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	4.27	0.529	4.45	0.492	4.826	0.000*
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.20	0.560	4.45	0.509	6.065	0.000*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	4.24	0.621	4.37	0.570	2.825	0.005*
ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	4.18	0.559	4.44	0.509	6.367	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.23	0.419	4.42	0.364	6.407	0.000*

2.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่าง (t = 2.443, Sig. = 0.015) หมายความว่า พนักงานขับรถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่าง 2 ข้อ ได้แก่ ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ (t = 3.452, Sig. = 0.001) และมีป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน (t = 2.104, Sig. = 0.036) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่าง (t = 4.826, Sig. = 0.000) หมายความว่า พนักงานขับรถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ (t = 5.454, Sig. = 0.000) อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการ มีเพียงพอ และได้มาตรฐาน (t = 3.169, Sig. = 0.002) พนักงานของบริษัทฯ มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน (t = 2.214, Sig. = 0.028) พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งผู้รับบริการไว้ (t = 2.090, Sig. = 0.037) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่าง (t = 6.605, Sig. = 0.000) หมายความว่า พนักงานขับรถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ พนักงานบริษัทฯ ให้บริการด้วยความเต็มใจ (t = 5.342, Sig. = 0.000) ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปอย่างเหมาะสม (t = 4.760, Sig. = 0.000) และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการถูกต้อง ชัดเจน (t = 3.498, Sig. = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่างกัน ($t = 2.825, Sig. = 0.005$) หมายความว่า พนักงานขับรถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในข้อ พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี ($t = 3.987, Sig. = 0.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่างกัน ($t = 6.637, Sig. = 0.000$) หมายความว่า พนักงานขับรถบรรทุก มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ตามความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม ($t = 6.278, Sig. = 0.000$) พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ($t = 4.860, Sig. = 0.000$) และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจในบุคคลตามบุคลิกของแต่ละคน ($t = 2.692, Sig. = 0.007$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ในระดับมาก โดยพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการมักมีการใช้บริการ 5 - 10 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสะท้อนถึงความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯ และการเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ มอบบริการที่ตรงความต้องการของพนักงานขับรถบรรทุกผู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งต้องการความรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายตู้คอนเทนเนอร์ และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก หากมีความล่าช้าในกระบวนการใดจะทำให้พนักงานขับรถบรรทุกไม่สามารถปฏิบัติภารกิจได้ตามเป้าหมาย และบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ได้รับการชื่นชมจากพนักงานขับรถบรรทุกด้วยบริการที่รวดเร็วและเป็นระบบ ไม่ทำให้พนักงานต้องรอนาน รวมถึงการทำงานตรงตามเวลานัดหมาย พนักงานมีวาจาสุภาพ อ่อนน้อม ให้บริการด้วยความเต็มใจ และมีระบบปฏิบัติการที่ถูกต้องแม่นยำ พนักงานยังมีทักษะในการให้บริการ และความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988, p. 12 - 40 อ้างถึงใน ชมพูนุท อ่ำช้าง และคณะ, 2564) คุณภาพการให้บริการ คือ การที่องค์กรถือหลักการบริการที่ไม่มีข้อบกพร่องและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ การประเมินคุณภาพของการบริการจากผู้รับบริการจะต้องมีการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่ได้รับจริง (Perception Service) ซึ่งผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ หรือสามารถสร้างระดับการบริการให้สูงกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการได้ แสดงว่า การบริการนั้น ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การประเมินการบริการสามารถศึกษาได้จาก การแสดงความคิดเห็นในมิติของการรับรู้ คือ การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการที่รับรู้ ว่า มีความสอดคล้องกัน และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความคาดหวังหรือความไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของอเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจาก เป็นเกณฑ์ที่ชัดเจน และส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง

รวมถึงผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงาน จะทำงานด้วยความเต็มใจทุ่มเท สร้างสรรค์ และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของจันท์เพ็ญ กรวิทยาคุณ (2559) กล่าวว่า การบริการที่มีมาตรฐาน จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดจากการบริการที่มีคุณภาพนั้น ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ สอดคล้องกับการศึกษาของมัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัชรี อิ่มอาบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) น้ำลีน เทียมแก้ว (2560) ปวริร์ ศิริ (2561) ญัฐวุฒิ แสนคำ (2561) ช่อดาว เมืองพรหม (2562) ชวัลลักษณ์ ติไชโย (2563) ชมพูนุท อ่ำช้าง และคณะ (2564) ฉัตร โชติช่วง (2564) เชี่ยวเหมย หยาง (2564) ปกัสร่า สำราญเลิศฤทธิ์ และณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดี.ไป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดี.ไป จำกัด ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.10 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก อภิปรายได้ว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฯ โดยเฉพาะในด้านความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ ความเพียงพอของเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ การแสดงป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการในจุดต่าง และความเพียงพอของพื้นที่จัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งทั้งหมดนี้ ทำให้มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Gronroos (1984, อ้างถึงในช่อดาว เมืองพรหม, 2562) ที่กล่าวว่า เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการเกิดขึ้นจากเข้าพบได้อย่างง่าย และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของชมพูนุท อ่ำช้าง จิรภิญญา เยกิจ และจุฑาทิพย์ สุรารักษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจท่าเรือคอนเทนเนอร์ พบว่า การบริการที่เกี่ยวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของท่าเรือคอนเทนเนอร์ สามารถให้บริการได้ดีกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ (0.17) และสอดคล้องกับการศึกษาของมัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัชรี อิ่มอาบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) ญัฐวุฒิ แสนคำ (2561) ชวัลลักษณ์ ติไชโย (2563) ฉัตร โชติช่วง (2564) และปกัสร่า สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดี.ไป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดี.ไป จำกัด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.18 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก อภิปรายได้ว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฯ โดยเฉพาะในด้านระบบปฏิบัติการมีความถูกต้องและแม่นยำ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ให้บริการมีความเพียงพอและได้มาตรฐาน พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้แจ้งผู้รับบริการไว้ และพนักงานของบริษัท ฯ มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและครบถ้วน ทั้งนี้เป็นไปตามที่ผู้รับบริการได้รับประสบการณ์ และประเมินคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Gronroos (1984, อ้างถึงในช่อดาว เมืองพรหม, 2562) ที่กล่าวว่า เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการเกิดขึ้นจากการเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการที่มีความรู้ และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน และความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด สอดคล้องกับการศึกษาของมัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัชรี อิ่มอาบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) ญัฐวุฒิ แสนคำ (2561) ช่อดาว เมืองพรหม (2562) ชวัล

ลักษณะ ดีไซโย (2563) ฉัตร โชติช่วง (2564) และปัทมา สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้เข้ามาใช้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.25 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก อภิปรายได้ว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฯ โดยมีการให้บริการด้วยความเต็มใจ และระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ พนักงานยังสามารถตอบสนองข้อสงสัยในการเข้ารับบริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับประสบการณ์ และประเมินคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2010, อ้างถึงในสิริวงษ์ เอียสกุล, 2564) การให้บริการจะมุ่งเน้นที่การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการธุรกิจบริการ จึงต้องให้ความสนใจกับวิธีการส่งมอบบริการที่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ และการส่งมอบบริการที่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้ เรียกว่า คุณภาพการบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของมัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัชรี อิมออบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) ณัฐวุฒิ แสนคำ (2561) ชวัลลักษณ์ ดีไซโย (2563) ฉัตร โชติช่วง (2564) และปัทมา สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.13 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก อภิปรายได้ว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ฯ โดยพนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งทั้งหมดนี้ได้สร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของเชี่ยวชาญ หยาง (2564) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง คุณสมบัติ คุณลักษณะของการบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง ซึ่งเป็นการบริการที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง และมีความโดดเด่น ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นการตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยการบริการนั้น ต้องมีการดำเนินการที่ดี เป็นขั้นตอน มีคุณภาพสมเหตุสมผล ไร้ข้อบกพร่อง รวมถึงมีการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้มาตรฐาน และจำเป็นต้องตระหนักถึงคุณภาพการบริการให้มาก เมื่อมีคุณภาพการบริการที่ดีนั้น ก็จะสามารถทำให้มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นได้ สอดคล้องกับการศึกษาของมัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัชรี อิมออบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) ณัฐวุฒิ แสนคำ (2561) ชวัลลักษณ์ ดีไซโย (2563) ฉัตร โชติช่วง (2564) และปัทมา สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) พบว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่เข้าใช้บริการบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ในภาพรวม มีคะแนนความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ 0.26 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมาก อภิปรายได้ว่า พนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด โดยมีพนักงานพูดจาสุภาพและอ่อนน้อม พนักงานยังให้บริการด้วยความเต็มใจ และมีความเข้าใจต่อบุคคลตามบุคลิกของแต่ละคนอย่างเหมาะสม แสดงให้เห็นว่า พนักงานบริษัทฯ จะให้บริการแก่พนักงานขับรถบรรทุกทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน และเข้าไปช่วยเหลือพนักงานขับรถบรรทุกทุกคนด้วยความจริงใจ ซึ่งทั้งหมดนี้ได้สร้างประสบการณ์การใช้บริการที่น่าพอใจและเป็นกันเองสำหรับผู้รับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของชุตินา ห้าวหาญ (2559) กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตอบสนอง ความคาดหวัง และความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งคุณภาพ กระบวนการผลิต กระบวนการส่งมอบ ตลอดจนการดูแลหลังจากการให้บริการนั้น ๆ แล้ว ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจ

แก่ผู้รับบริการ สอดคล้องกับการศึกษามัทนา โสพิพัฒน์ (2552) พัทธี อิ่มอาบ (2558) นิตยา คำสวนจิก (2559) ชวัลลักษณ์ ดีไชโย (2563) ฉัตร โชติช่วง (2564) และปัทมา สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการบริการของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด แตกต่างกัน ทั้งโดยภาพรวม ($t = 6.407$, $Sig. = 0.000$) และรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความดูแลเอาใจใส่ (0.26) โดยพนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมาด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (0.25) โดยพนักงานบริษัทฯ ให้บริการด้วยความเต็มใจ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (0.18) เกี่ยวกับความถูกต้องและแม่นยำของระบบปฏิบัติการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (0.13) ในเรื่องทักษะการให้บริการที่ดีของพนักงาน และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (0.10) ในเรื่องความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ การพัฒนาความพึงพอใจของพนักงานขับรถบรรทุกที่ได้รับการ อาจเกิดจากการที่บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการให้บริการ โดยการฝึกอบรมพนักงาน ตลอดจนการเตรียมเครื่องมือ และพัฒนาระบบปฏิบัติการให้พร้อมสำหรับการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver (2014, อ้างถึงในสิริวงษ์ เอียสกุล, 2004) ที่อธิบายว่า การขยายขอบเขตของการให้บริการให้ตรงตามความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการเท่านั้นที่จะถูกมองว่า เป็นความประทับใจโดยรวมของผู้รับบริการ และการได้รับรู้คุณภาพการให้บริการที่เกินความคาดหมาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในอัตราที่เพิ่มขึ้นแบบยกกำลัง สอดคล้องกับแนวคิดของ Chaoprasert (2009) คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจผู้ให้บริการต้องค้นหาคำความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดเวลา เพื่อส่งมอบบริการที่ตรงกับความคาดหวังนั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ คุณภาพการบริการที่เลิศ (Excellence Service Quality) อันเกิดจากการส่งมอบบริการที่เกิดความคาดหวังของผู้รับบริการ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและไว้วางใจ ส่งผลให้เกิดความภักดีของผู้รับบริการ (Customer Loyalty) การมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ และสร้างความแตกต่างที่จะนำมาสู่การรักษาผู้รับบริการเดิม และขยายฐานผู้รับบริการใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของปวรีร์ ศิริ (2561) จีรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2562) สิริวงษ์ เอียสกุล (2564) เขียวเหมย หยาง (2564) และปัทมา สำราญเลิศฤทธิ์ และคณะ (2566) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกัน

2.1 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด แตกต่างกัน ($t = 2.443$, $Sig. = 0.015$) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่าง 2 ข้อ ได้แก่ ความพร้อมของเอกสาร/เครื่องมือในการให้บริการ และมีป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวคิดของช่อดาว เมืองพรหม (2562) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติในทางที่ดี มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการของบุคคล เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การประเมินความพึงพอใจโดยผู้รับบริการจึงเป็นตัววัดที่สำคัญเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี สอดคล้องกับการศึกษาของกนกพร ลีลาเทพินทร์ (2554) อนุสรฯ มีเรื่อง และคณะ (2561) จีรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2562) ชมพูนุท อ่ำช้าง และคณะ (2564) และสิริวงษ์ เอียสกุล (2564) พบว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) แตกต่างกัน

2.2 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด แตกต่างกัน ($t = 4.826$, $Sig. = 0.000$) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ ระบบปฏิบัติการมีความถูกต้อง แม่นยำ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ให้บริการ มีเพียงพอ และได้มาตรฐาน พนักงานของบริษัทฯ มีความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด หรือได้แจ้งผู้รับบริการไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการรับบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวคิดของฉัตร โชติช่วง (2564) กล่าวว่า ความสำคัญของความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้เกิดผลสำเร็จเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีกับทุกคนที่เกี่ยวกับการบริการ และเพื่อให้ผู้ให้บริการมีกำลังใจที่ดี เพื่อที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป สอดคล้องกับการศึกษาของภาวสุ สิริสิงห (2555) นิตยา คำสวนจิก (2559) อนุสรฯ มีเรื่อง และคณะ (2561) จีรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2562) ผลการศึกษาสอดคล้องกันว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) แตกต่างกัน

2.3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด พบว่า แตกต่างกัน ($t = 6.605$, $Sig. = 0.000$) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ พนักงานบริษัทฯ ให้บริการด้วยความเต็มใจ ระยะเวลาในการให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปอย่างเหมาะสม และพนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการเข้ารับบริการถูกต้อง ชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการรับบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวคิดของกนกอร พงศ์ภักขุติมา (2554) กล่าวว่า การแสดงออกของความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ได้รับจากการซื้อสินค้า การใช้สินค้า และการใช้บริการ ซึ่งแสดงออกไปในทางด้านบวกและด้านลบ ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งที่ได้รับนั้นบรรลุจุดมุ่งหมาย และได้รับสิ่งนั้นๆ ตามที่ได้คาดหวังไว้ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกดีและพอใจ แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับตรงกันข้าม ไม่ตรงกับจุดมุ่งหมาย และที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับ สอดคล้องกับการศึกษาของภาวสุ สิริสิงห (2555) อนุสรฯ มีเรื่อง และคณะ (2561) และจีรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2562) ผลการศึกษา สอดคล้องกันว่า ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) แตกต่างกัน

2.4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในข้อ พนักงานมีทักษะในการให้บริการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการรับบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวคิดของนฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) กล่าวว่า การที่ผู้รับบริการได้รับในสิ่งที่ต้องการ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหา หรือทำให้ได้โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์ หรือความถูกต้องในการให้บริการ การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการก็เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการได้รับจริง กับคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดว่า จะได้รับ สำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของอนุสรฯ มีเรื่อง และ

คณะ (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ พบว่า คุณภาพการให้บริการในมิติการรับประกันมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน

2.5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด ระหว่างความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการ กับการรับรู้จริงหลังการรับบริการ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของพนักงานขับรถบรรทุกที่เข้ารับบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบความแตกต่างในทุกข้อ ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ และพนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจในบุคคลตามบุคลิกของแต่ละคน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยแต่ละด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงหลังการรับบริการ มากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการ แสดงให้เห็นว่า พนักงานขับรถบรรทุกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวคิดของกรรณิการ์ รุจิวิโรชิตี (2563) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล สอดคล้องกับการศึกษาของนิตยา คำสวนจิก (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของอนุสรณ์ มีเรื่อง และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ พบว่า คุณภาพการให้บริการในมิติการเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน และต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผู้ประกอบการประเมินความต้องการพื้นที่ ตรวจสอบปริมาณและขนาดของตู้คอนเทนเนอร์ที่ต้องการจัดเก็บในแต่ละช่วงเวลา เพื่อหาความต้องการพื้นที่จัดเก็บที่เหมาะสมและเพียงพอ หากพื้นที่จัดเก็บในปัจจุบันไม่เพียงพอ ควรพิจารณาเพิ่มพื้นที่จัดเก็บใหม่หรือปรับปรุงพื้นที่ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และควรศึกษาวิธีการจัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า ใช้ระบบจัดเก็บที่มีมาตรฐานและทันสมัย เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการจัดเก็บและขนย้าย และควรจัดให้มีการติดตามและประเมินประสิทธิภาพของพื้นที่จัดเก็บอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีการปรับปรุงที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานขับรถบรรทุก นอกจากนี้ ควรสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขับรถบรรทุก เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริง และสามารถนำไปปรับปรุงการจัดเก็บได้ตรงตามความต้องการ จะช่วยปรับปรุงพื้นที่จัดเก็บตู้คอนเทนเนอร์ให้ดีขึ้น และเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานขับรถบรรทุกต่อการบริการของบริษัท เอส.อาร์.ดีโป จำกัด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯ กับลานตู้คอนเทนเนอร์อื่น ๆ เพื่อประเมินความแปรเปลี่ยนของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ รวมถึงตรวจสอบความพึงพอใจของผู้รับบริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้บริการที่โดดเด่นยิ่งขึ้นในตลาด

2. ควรพิจารณาศึกษามิติอื่น ๆ เช่น ความจงรักภักดีของพนักงานขับรถบรรทุกในลานตู้คอนเทนเนอร์ รวมถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี การวิจัยเหล่านี้ จะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของพนักงานขับรถบรรทุก ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทและพนักงาน

อ้างอิงจาก

- กนกพร ลีลาเทพินทร์. (2554). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 34(4), 443-456.
- กนกอร พงศ์ภักขุติมา. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการผู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัท กิตติ คอนเทนเนอร์ จำกัด. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กรรณิการ์ รุจิวรโชติ. (2563). การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ. กรมสนับสนุนบริการ.
- คณิน หมื่นศรี. (2564). คุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการลานรับฝากตู้คอนเทนเนอร์เปล่าของผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้า. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันทร์เพ็ญ กรวิทยาคุณ. (2559). ภาพลักษณ์องค์กร และคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ บริการของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จีรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล. (2562). ความคาดหวัง การรับรู้ และแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 15(2), 101-119.
- ฉัตร โชติช่วง. (2564). คุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. วิทยาลัยบริหารธุรกิจและนวัตกรรมการบัญชี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชุตินา ท้าวหาญ. (2559). ความพึงพอใจและความต้องการใช้บริการซ้ำของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ทวีวัฒน์กำจัดปลวก. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี. [ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต]. สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชวัลลักษณ์ ดีไชโย. (2563). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท เอไอเอ กรุ๊ป ลิมิเต็ด ในเขตกรุงเทพมหานคร. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชมพูนุช อ่าช่าง, จิรภิญญา เขกข และจุฑาทิพย์ สุรารักษ์. (2564). การประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจท่าเรือคอนเทนเนอร์. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 13(1), 58-74.
- เชี่ยวชาญ หยาง. (2564). ปัจจัยด้านแถวคอย และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการลานตู้คอนเทนเนอร์. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวุฒิ แสนคำ. (2561). ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ รามคำแหง. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2559). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าเทียบเรือแหลมฉบัง กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมพาณิชย์นาวีไทยรองรับประชาคมอาเซียน. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 11(1), 17-46.
- นฤทธิ์ วงษ์มณฑา. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตยา คำสวนจิก. (2559). ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

-
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2560). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปวรীর คีรี. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร. [ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปภัตรา สำราญเลิศฤทธิ์ และณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัดน์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพการให้บริการของศูนย์ซ่อมรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท พี แอนด์ เอ็น เซอร์วิส (555) จำกัด. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 6(2), 130-141.
- พัชรี อิมออบ. (2558). *คุณภาพการให้บริการตรวจสอบสุขภาพของโรงพยาบาลหัวเฉียว*. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหัวเฉียว.
- ภาวสุ สิริสิงห. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัทนา โสพิพัฒน์. (2552). *คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลพญาไท ศรีราชา*. คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบริหารองค์การและการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เมธาวดี แสงขาว. (2565). *คุณภาพการให้บริการของท่าเรือตู้คอนเทนเนอร์ในจังหวัดชลบุรี: มุมมองของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. สาขาวิชาการบริการทางทะเล. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริวิษย์ เอียสกุล. (2564). ความคาดหวังคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณภาพ และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการรถขนส่งระหว่างประเทศในจังหวัดหนองคาย. *วารสารศิลปะศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 8(2), 48-62.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend)*. เพรส แอนด์ตีไซน์.
- อนุสรณ์ มีเรื่อง และคณะ. (2561). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของท่าเรือกรุงเทพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(พิเศษ), 226-237.
- อารีฟ อาหามะ และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2559). คุณภาพการให้บริการของโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 2(2), 98-99.
- อธิป น้อยยอดยิ่ง และสุริยา พงษ์ช่อมดี. (2564). *การศึกษาและหาแนวทางแก้ไขปัญหาการจัดการปล่อยตู้คอนเทนเนอร์ไม่เป็นไปตามระบบ FIFO กรณีศึกษา บริษัท พิสุทธิ โลจิสติกส์ จำกัด*. [ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. คณะโลจิสติกส์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Chaoprasert, C. (2009). *Service marketing*. Bangkok: Se-Education.
- Taro Yamane. (1970). *Statistic: An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper & Row. (Nunnally & Bernstein, 1994).