

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศระหว่างบริษัทเอปียีและบริษัทอื่น
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศระหว่างบริษัทเอปียีและบริษัทอื่น
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศระหว่างบริษัทเอปียีและบริษัทอื่น

#### สรุปกระบวนการศึกษา

รูปแบบของการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One Time Measurement) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการที่ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามมาตรวัดแบบ 7 คะแนน จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/ FW สำหรับการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลทั่วไป ระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ระดับการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ

นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential Statistics Analysis) โดยใช้สถิติแบบ Paired Sample t-Test และ สถิติการทดสอบที (t – Test) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยการบริการที่ถูกคาดหวังกับการบริการที่ถูกค่าได้รับรู้จริงจากบริษัท เอปียีและบริษัทอื่น ซึ่งจากการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทั้งหมด แบ่งการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทผู้ใช้บริการ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับระดับการลงทุนและ ปริมาณการส่งออกต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ (Consumer Expectation) ที่มีต่อบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราวัด Likert Scale แบบ 7 คะแนน ผู้ใช้บริการต้องตอบทั้งในส่วนที่ใช้บริการกับบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่มีการใช้บริการอยู่

ส่วนที่ 3 การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ (Consumer Perception) ที่มีต่อบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่ โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราวัด Likert Scale แบบ 7 คะแนน ผู้ใช้บริการต้องตอบคำถามทั้งในส่วนที่ใช้บริการของบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่ได้ใช้บริการอยู่

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (Consumer Satisfaction) ที่มีต่อบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่มีการใช้บริการอยู่ โดยใช้วิธีการนำคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้การบริการเป็นแนวตั้ง ลบออกด้วยคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวัง จะให้ผลต่างเป็นคะแนนการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยตีค่าการรับรู้คุณภาพเป็น 3 ระดับ (Parasuraman et al., 1988) โดยวิเคราะห์แบบอิงเกณฑ์ (Criterion Reference) โดยแปลผลคะแนนออกเป็นช่วงและให้ความหมายของค่าคะแนน คือ

1. คะแนนความคาดหวังสูงกว่าคะแนนการรับรู้การบริการ ผลต่างมีค่าเป็นลบ แสดงว่าลูกค้าไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ
2. คะแนนความคาดหวังเท่ากับคะแนนการรับรู้การบริการ ผลต่างมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ
3. คะแนนความคาดหวังต่ำกว่าคะแนนการรับรู้การบริการ ผลต่างมีค่าเป็นบวก แสดงว่าลูกค้าประทับใจต่อคุณภาพการบริการหรือคุณภาพการบริการที่ได้รับเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

### อภิปรายและสรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายและสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. จากกลุ่มตัวอย่าง 150 บริษัท ที่ใช้บริการบริษัท เอปียี จำกัด พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีขนาดกลาง โดยแบ่งตามสินทรัพย์การลงทุน 20-100 ล้านบาท จำนวนทั้งสิ้น 105 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 70
2. ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการกลุ่มตัวอย่าง 150 บริษัทที่ใช้บริการบริษัท เอปียี จำกัด อยู่ นั้น มีปริมาณการส่งออกรับทางบริษัทเฉลี่ย 355.80 ตู้/เดือน
3. ด้านความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (Consumer Expectation) ที่ลูกค้ามีต่อบริษัท เอปียี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่มีการใช้บริการอยู่ โดยแบ่งตามคุณลักษณะของการบริการ

เป็น 5 คุณลักษณะ คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้าที่รับบริการทันที (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นคง (Assurance) และความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริษัท เอบีซี จำกัด มากกว่าบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่ในทุก ๆ ด้าน โดยจากผลการวิจัย จากทั้ง 22 ข้อ ในแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ความคาดหวังกับบริษัท เอบีซี จำกัด สูงในด้าน ผู้ให้บริการ ไม่ปฏิเสธที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเนื่องจากไม่มีเวลาพอ และในส่วนของบริษัทอื่น ๆ จะเห็นว่า ลูกค้าให้ความคาดหวังในด้านเอกสารต่าง ๆ ที่จะมีความครบถ้วน ถูกต้องและเข้าใจง่ายมากที่สุด

4. ด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ (Consumer Perception) โดยแบ่งคุณลักษณะการบริการ 5 คุณลักษณะเดียวกันกับความคาดหวังการบริการ ซึ่งพบว่า ลูกค้าของบริษัท เอบีซี จำกัด นั้น มีการรับรู้การบริการที่ดีจากบริษัท เอบีซี จำกัด มากกว่าบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่ในทุก ๆ ด้าน ซึ่งทั้ง 22 ข้อ นั้น จะเห็นได้ว่า ลูกค้าจะรับรู้การบริการที่ดีจากบริษัท เอบีซี จำกัด ในด้านการให้บริการแบบเครือข่ายครบวงจรมากที่สุด ในขณะที่สามารถรับรู้คุณภาพการบริการของบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่ในด้านของความเข้าใจถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย

5. เมื่อนำค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวัง เพื่อหาค่าผลต่างของทั้งบริษัท เอบีซี จำกัด และ บริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่โดยนำผลมาพิจารณาตามเกณฑ์ของการวัดคะแนนที่มีการกำหนดไว้ พบว่า ลูกค้ายังรับรู้การบริการที่ได้รับทั้งจากบริษัท เอบีซี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการได้น้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ซึ่งในผลการวิจัยนี้ บริษัท เอบีซี จำกัด ลูกค้ายังคงสามารถรับรู้การบริการที่ดีได้มากกว่าบริษัทอื่น ๆ ดังจะดูได้จากรายชื่อจากแบบสอบถามที่พบว่า ในด้านการให้บริการแบบเครือข่ายครบวงจรมีค่าผลต่าง เท่ากับ -0.01 ซึ่งใกล้เคียงกับศูนย์มากจนเกือบจะไม่แตกต่างจากหลักเกณฑ์ที่มีการกำหนดไว้ว่า ถ้าผลต่างเท่ากับศูนย์ จะถือว่า ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งผลการวิจัยในด้านการให้บริการแบบเครือข่ายครบวงจรนี้ ยังมีความสอดคล้องกันตามตารางที่ 4-6 ซึ่งเห็นได้ว่าลูกค้าสามารถรับรู้การบริการที่ดีได้มากที่สุดและตามตารางที่ 4-9 ผลต่างของความไม่พึงพอใจนี้ ยังมีค่าที่ต่ำมากที่สุดเช่นเดียวกัน

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ การรับรู้ที่ได้รับบริการจากบริษัทบริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศ อันนำไปสู่การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยให้บริษัทกรณีศึกษา บริษัท เอบีซี จำกัด ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงคุณภาพและ

ประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัท เอบีซี จำกัด และบริษัทอื่น ๆ ที่ลูกค้าใช้บริการ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ ได้เก็บมาจากลูกค้าที่เป็นผู้ใช้บริการหลักของบริษัท เอบีซี จำกัด ซึ่งลูกค้าจะมีการใช้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งฯ จากบริษัทอื่น ๆ อยู่บ้าง จากแบบสอบถามทั้ง 22 ข้อนี้ ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า ว่ามีความต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีจากบริษัทรับจัดการขนส่งฯ ในด้านใดบ้าง และผู้ให้บริการจะสามารถตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้าได้ หรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ อีกทั้งทำให้ทราบถึงบริษัทคู่แข่งว่ามีจุดดีและจุดด้อยในการให้บริการในด้านใดบ้าง ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่าลูกค้าจะมีความคาดหวังต่อบริษัทที่ให้บริการต่างกันไป เช่น บริษัท เอบีซี จำกัด ลูกค้าจะให้ความคาดหวังสูงในเรื่องของผู้ให้บริการ ไม่ปฏิเสธที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากไม่มีเวลาพอมากที่สุด เนื่องจากบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ลักษณะงานจะเป็นการให้บริการเป็นหลัก ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจึงต้องเป็นการบริการโดยที่ไม่มีเงื่อนไข ฉะนั้นผู้ให้บริการจะต้องตระหนักดีว่า การที่ผู้ให้บริการจะปฏิเสธลูกค้า นั้น จึงไม่อยู่ในภาวะที่สามารถทำได้

นอกจากการให้ความสำคัญกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังมากที่สุดแล้ว ผู้ให้บริการจะต้องดูในเรื่องของการรับรู้ที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งฯ ที่ต้องมาคู่จากแบบสอบถามทั้ง 22 ข้อนี้ ด้านใดที่ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงการบริการได้น้อยที่สุด และจากผลการวิจัยนี้ ในส่วนของบริษัท เอบีซี จำกัด ในเรื่องของการรับรู้นั้น ด้านที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้น้อยที่สุดนั้น คือ ลูกค้าจะรู้สึกปลอดภัยในขณะที่รับบริการจากผู้ให้บริการ เช่น ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าจากโรงงานหรือคลังสินค้าไปยังท่าเรือ/ ลานบรรจุสินค้า บริษัทรับจัดการขนส่งฯ นั้น ความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการที่สุด ฉะนั้นจากงานวิจัยนี้ จึงทำให้บริษัท เอบีซี จำกัด รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นว่า ลูกค้าเกิดความไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยต่อสินค้า ที่ได้มอบหมายให้บริษัทฯ จัดการ ซึ่งบริษัท เอบีซี จำกัด จะต้องหาแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ว่าทำอย่างไรจะสามารถให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อบริษัทในข้อนี้ได้

ถึงแม้ว่าในผลการวิจัยโดยรวมแล้ว บริษัท เอบีซี จำกัด ยังคงมีความได้เปรียบคู่แข่งค่อนข้างมากเนื่องจาก จะเห็นว่า ระดับความพึงพอใจที่ออกมา จะอยู่ในเกณฑ์ที่เรียกว่า ลูกค้ายังมีความไม่พึงพอใจในด้านการบริการ แต่เมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ๆ แล้ว บริษัท เอบีซี ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้ายังสามารถที่จะยอมรับได้ ในด้านการบริการซึ่งถือว่า ให้บริการได้ดีกว่าบริษัทอื่น ๆ ที่ลูกค้ามีการใช้บริการอยู่ แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านการบริการ จึงต้องมีการเปรียบเทียบหรือดูการให้บริการของบริษัทคู่แข่งด้วยเช่นเดียวกัน บริษัทคู่แข่งในการให้บริการที่ลูกค้ายังมีการเลือกใช้อยู่ด้วยนั้น ยังเป็นส่วนสำคัญอีกด้านที่บริษัท เอบีซี จำกัด จะต้องให้

ความสำคัญ อย่างเช่น การที่ลูกค้ารับรู้ได้ถึงการใช้บริการของบริษัทอื่น ๆ มากนั้น ถือว่าเป็นส่วนที่บริษัทคู่แข่งนั้น ให้บริการที่ลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งอาจจะเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจในอนาคต บริษัท เอบีซี จำกัด จึงต้องพิจารณาและเปรียบเทียบว่า การให้บริการของบริษัท เอบีซี เองนั้น สามารถที่จะให้บริการลูกค้าได้ดีพอหรือไม่ ซึ่งจากงานวิจัยนี้ เห็นได้ว่า ลูกค้ามีการรับรู้การให้บริการจากบริษัทอื่น ๆ ได้มากที่สุดในเรื่องของ ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งหมายถึงว่า บริษัทอื่น ๆ ที่ลูกค้าใช้บริการอยู่นั้น มีการให้บริการในด้านนี้ได้ อย่างดีเยี่ยม จนอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จนในอนาคตอาจจะทำให้บริษัท เอบีซี จำกัด อาจจะต้องเสียส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น จากผลการวิจัยนี้ทำให้เห็นถึงความต้องการของลูกค้าในอีกด้านหนึ่งที่บริษัทอื่น ๆ อาจจะยังให้บริการได้ดีกว่า ฉะนั้น บริษัท เอบีซี จำกัด เองอาจจะต้องมาพิจารณาถึงบุคลากรภายในองค์กร ว่าทำอะไรจึงจะสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า หรือว่าต้องมีการส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ไปพิจารณา ปรับปรุง องค์กรต่อไป

จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ และความคาดหวัง ของบริษัทเอบีซีและบริษัทอื่น นั้น ถึงแม้ว่า โดยภาพรวมแล้ว บริษัทเอบีซี ยังคงมีความได้เปรียบซึ่งทำให้ลูกค้า ยังคงใช้บริการอย่างต่อเนื่อง แต่ถ้าวการณแข่งขันกันอย่างรุนแรงในด้านการบริการนั้น บริษัทเอบีซีจะไม่สามารถมั่นใจได้ว่า จะยังคงรักษาลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันได้ตลอดไป ซึ่งผลจากการศึกษานี้ สามารถที่จะนำมาเป็นตัวชี้วัดได้ในระดับหนึ่งว่า บัดนี้ ลูกค้าได้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการบริการในด้านต่าง ๆ ตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น บริษัทเอบีซีจึงจะต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการบริการอย่างไรให้ตรงจุดประสงค์หรือความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงเป้าหมาย

### นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจริงในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง (Assurance) น้อยที่สุดทั้งบริษัท เอบีซี และบริษัทอื่น จะสังเกตเห็นว่าคุณภาพการบริการในด้านนี้ จะเกิดจากการให้บริการของพนักงานของบริษัทนั้น ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการ จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการ โดยเน้นที่การจัดการภายในองค์กร โดยเฉพาะในเรื่องการจัดการกับพนักงานสัมพันธ์ นอกจากนี้ ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดีเยี่ยมกับลูกค้า รวมไปถึงการจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานด้านต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าอย่างดีที่สุด

2. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าจะได้รับคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จากผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งบริษัท เอบีซี

และบริษัทอื่น ๆ มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการต้องการรูปลักษณ์ของบริษัทที่ดี รวมทั้ง ความเป็นมืออาชีพของบริษัททั้งในส่วนของพนักงานและเครื่องมืออุปกรณ์ อีกทั้งสินทรัพย์ของ บริษัท ดังนั้นจึงมีการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

3. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ลดช่องว่าง (GAP) ระหว่างความคาดหวัง ของผู้ใช้บริการ และการรับรู้ของผู้ใช้บริการ เพื่อไปปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจการให้บริการของบริษัทเอบีซี ในทุกรายข้อ จึงจำเป็นต้องทำการปรับปรุง การให้บริการของบริษัท ถึงแม้ว่าช่องว่าง (GAP) ระหว่างความไม่พึงพอใจของบริษัท เอบีซี จะมี น้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นก็ตาม แต่ข้อสังเกตคือ บริษัท เอบีซี ไม่ทราบว่าบริษัทอื่น ๆ นั้นคือใคร และมีกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร นั่นคือการไม่สามารถรู้ถึงคู่แข่งได้ ถ้าหากไม่มีการ แกะใจในส่วนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่มีต่อผู้ใช้บริการ โอกาสที่จะเกิดช่องว่างระหว่าง ความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้ลูกค้าอาจมีมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการต่อไปในอนาคต