

ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

นางสาวสรินทร์ แก้วเกิด



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2557

**Customer's Satisfaction towards of Transportation Service Operated by Phuket
Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province**

Miss Rossarin Kaewkeod

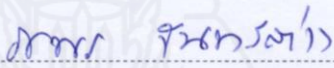
An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

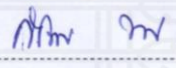
2014

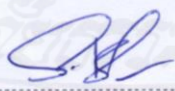
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด
ภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต
ชื่อและนามสกุล นางสาวสรินทร์ แก้วเกิด
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทรสว่าง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2558

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทรสว่าง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เจ็มทอง)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด
ภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

ผู้ศึกษา นางสาวสรินทร์ แก้วเกิด **รหัสนักศึกษา** 2553000916 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง **ปีการศึกษา** 2557

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต (2) เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ(3) ศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพต่อการบริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือผู้ใช้บริการเป้าหมายของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำนวน 10,800 คนจากการคำนวณด้วยสูตรของทาโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า (1) ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับความพึงพอใจเรียงจากมากที่สุด คือการให้บริการของพนักงานขับรถ รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ความปลอดภัยในการใช้บริการ ระยะเวลา อัตราค่าโดยสาร การเข้าถึงบริการ และการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ (2) ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ รายได้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการให้บริการ และลักษณะการเดินทางที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการในการใช้บริการรถรับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ (3) ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการ เช่น ควรมีน้ำดื่มไว้บริการในรถ ควรมีการประชาสัมพันธ์การใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรมีบริการด้านภาพยนต์หรือวิดีโอให้เลือกใช้บริการ เป็นต้น

คำสำคัญ ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการ รถรับส่ง จังหวัดภูเก็ต

Independent Study title: Customer's Satisfaction towards of Transportation Service Operated by Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province

Author: Miss Rossarin Kaewkeod; **ID:** 2553000916; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Dr. Rochaporn Chansawang, Assistant Professor;

Academic year: 2014

Abstract

This study aimed to (1) study customers' satisfaction towards the transportation service operated by Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province, (2) to compare customers' satisfaction towards the transportation service, classified by personal factors, and (3) to make suggestions for quality improvement on transportation service operated by Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province.

The sample group in the study consisted of 386 people calculated from population of 10,800 people in target group of Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province by applying Taro Yamane formula. A constructed questionnaire was used as a tool to collect data and the statistics employed for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Least Significant Difference Test.

The research findings revealed that (1) customers' satisfaction towards of transportation service was overall at a high level, ranking in the order of mean from high to low as the service of drivers, comfort during service, safety, time, fare, service accessibility, and communication respectively; (2) customers with different ages, incomes, purposes of using transportation service, time of using transportation service, and types of traveling had different satisfaction, with a statistical significance at 0.05 level; and (3) as for recommendations from customers, drinking water should be provided in vehicles, there should be continuous public relations about transportation service, and movies or videos service as an option should also be provided.

Keywords: Satisfaction, Customer, Transportation Service, Phuket

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทรสว่าง อาจารย์ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระและติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ นักศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารและพนักงานทุกท่านของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต รวมถึงผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา เพื่อนักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา อันส่งผลให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้บรรลุผลสำเร็จด้วยดี

รสรินทร์ แก้วเกิด

ตุลาคม 2558



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	2
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	3
สมมติฐานการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ.....	20
ข้อมูลพื้นฐานของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สลวิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	27
ประชากรและตัวอย่าง.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถ รับส่ง.....	36
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน.....	41
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่งของห้าง หุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ตสควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต.....	51
บทที่ 5 สรุปการศึกษา การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	53
สรุปผลการศึกษา.....	53
อภิปรายผล.....	56
ข้อเสนอแนะ.....	58
บรรณานุกรม.....	60
ภาคผนวก.....	63
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	64
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	73
ประวัติผู้ศึกษา.....	75



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 33
ตารางที่ 4.2	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้าง หุ้นส่วนจำกัดในภาพรวม..... 36
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านอัตราค่าโดยสาร..... 37
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านความปลอดภัยในการใช้ บริการ..... 37
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านระยะเวลา..... 38
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านความสะดวกสบายขณะใช้ บริการ..... 38
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการให้บริการของพนักงาน ขับรถ..... 39
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการเข้าถึงบริการ..... 40
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการติดต่อสื่อสาร..... 40
ตารางที่ 4.10	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดจำแนกรายด้าน..... 41
ตารางที่ 4.11	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับ ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ..... 42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัย ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ.....	42
ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน.....	43
ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัย ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา.....	44
ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัย ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้.....	44
ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน.....	45
ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัย ส่วนบุคคลจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ.....	46
ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการบริการของ ผู้ให้บริการที่มีวัตถุประสงค์การใช้บริการแตกต่างกัน.....	47
ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัย ส่วนบุคคลจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ.....	48
ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มี การใช้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน.....	49
ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วน จำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะการเดินทาง.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มี ลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน.....	50
ตารางที่ 4.23 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่ง จาก ผู้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต.....	51



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	3
ภาพที่ 2.1 รถที่ใช้ในการรับส่งผู้ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต.....	24
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างการบริหารของห้างหุ้นส่วนจำกัดสควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต....	25



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงในระดับโลกมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายหลายประเภท ทั้งบนเกาะภูเก็ตซึ่งมีจุดขายหลักคือชายหาดและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการค้า การสื่อสาร การคมนาคม การท่องเที่ยวของภูมิภาค (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) มีลักษณะเป็นเมืองการค้าและธุรกิจที่ทันสมัยมีโรงแรมและที่พักที่เพียงพอต่อการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงเทศกาลและในช่วงปกติ จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในภาคใต้ พบว่าเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสูงเป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 10,211,885 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 14.86 และเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 ร้อยละ 99.12 และรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 228,984.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 21.27 (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2556)

นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การค้าและธุรกิจที่ทันสมัยแล้ว การขนส่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเป็นมิติที่เอื้อต่อการไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นมิติการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอีกด้วย จะเห็นได้ว่า ธุรกิจการบริการทางการขนส่งนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการและการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ถูกต้องผู้ใช้บริการนั้นนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการเพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการพอใจและกลับมาใช้บริการอีกต่อไปธุรกิจการบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น

สำหรับธุรกิจบริการที่สำคัญธุรกิจหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสนับสนุนการท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต คือ ธุรกิจการบริการรถรับส่งที่มีแนวโน้มจะขยายตัวเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีรถ

รับส่งเฉพาะรถรับส่งสนามบินที่มีการขึ้นทะเบียน จำนวน 140 คัน โดยบริษัทที่เป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการ เช่น บริษัท ไม้ขาวสาธุ บริษัทอินฟินิตี้ บริษัท โกลเด้น บริษัท บีทีจี เป็นต้น และการขยายตัวของธุรกิจนี้ คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนรถและบริษัทรถรับส่งขึ้นทะเบียนเพิ่มขึ้นจำนวนมาก สำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรสทรานสปอร์ตจังหวัดภูเก็ต เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดเอกชนขนาดเล็กแห่งหนึ่ง ที่ให้บริการรถรับส่งท่าอากาศยานภูเก็ต มีรถบริษัททั้งหมด 6 คัน เป็นรถตู้ 2 คัน รถยนต์ 4 คัน ซึ่งทางบริษัทเพิ่งเปิดตัวและขึ้นทะเบียนในปี 2557 โดยให้บริการ รับส่งผู้โดยสารอำนวยความสะดวกในการเดินทางของผู้ใช้บริการในเส้นทาง จากท่าอากาศยานภูเก็ตไปโรงแรมที่พัก ซึ่งเปิดให้บริการตลอดเวลา 24 ชั่วโมงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้มีการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น เพื่อสามารถให้บริการที่เพียงพอกับจำนวนผู้โดยสาร และพัฒนาให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีความน่าสนใจ และสร้างความสะดวกสบายให้มากยิ่งขึ้นรวมถึงเน้นความพึงพอใจในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกหรือความคิดที่แสดงออกมาจากประสบการณ์ที่ผู้ให้บริการเข้าไปใช้บริการ ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการจะเป็นตัวชี้วัดหนึ่ง ที่บอกมาตรฐาน คุณภาพงานบริการ หรือความสำเร็จในงาน ซึ่งวัดได้จากพฤติกรรมการแสดงออก หรือคำบอกเล่าของผู้ใช้บริการ หรือวัดจากคะแนน หรือผลจากการสอบถาม(สุพัตราวิจิตร โสภา, 2546) ดังนั้นด้วยความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจบริการรถรับส่ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถรับส่งของบริษัทภูเก็ท สควิน โรสทรานสปอร์ต

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

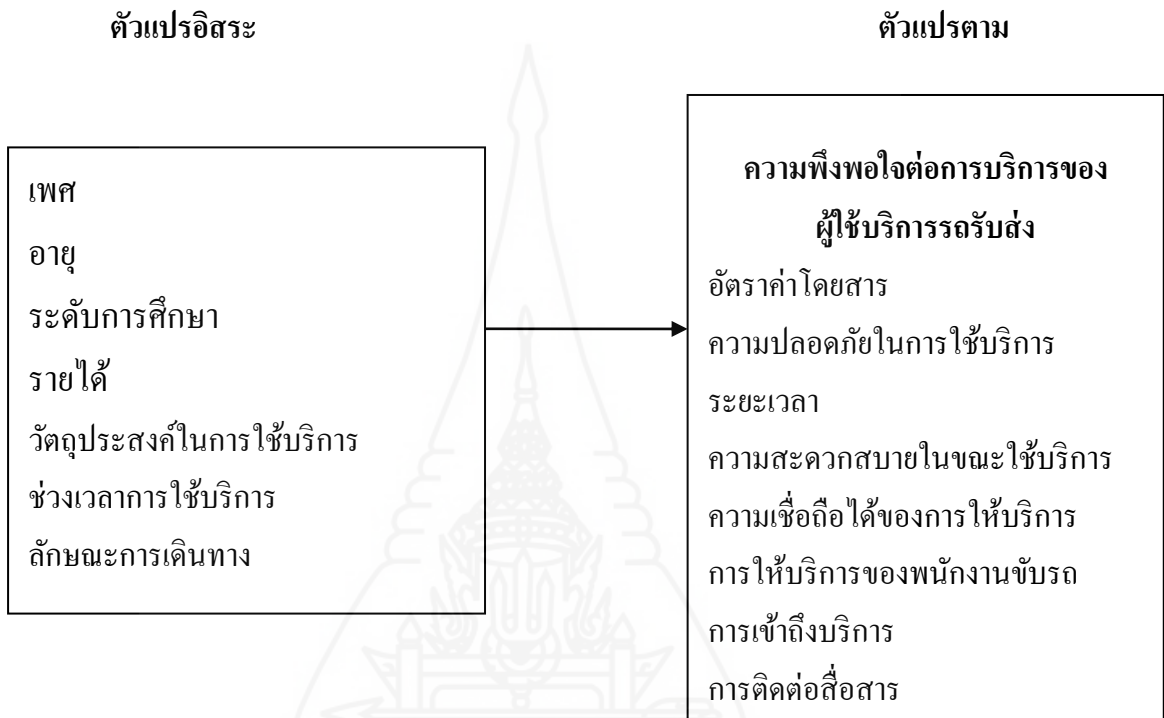
2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สร้างกรอบแนวคิดการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับน้อย

4.2 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตและได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถรับส่ง 7 ด้าน ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร ความปลอดภัยในการใช้บริการระยะเวลาความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการการให้บริการของพนักงานขับรถการเข้าถึงบริการ และการติดต่อสื่อสาร

5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ผู้ใช้บริการที่ได้เข้าใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต มีประชากรทั้งหมด 10,800 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโรยามาเน่ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 386 คน

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้เก็บข้อมูลเฉพาะผู้ใช้บริการที่ได้เข้าใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ตในช่วงเดือนกันยายน – เดือนตุลาคม พ.ศ. 2558

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

5.4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการใช้บริการและลักษณะการเดินทาง

5.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตในประเด็นอัตราค่าโดยสารความปลอดภัยในการใช้บริการระยะเวลาความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการการให้บริการของพนักงานขับรถการเข้าถึงบริการและการติดต่อสื่อสาร

6. นิชยามศัพท์เฉพาะ

6.1 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ 7 ด้าน ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร ความปลอดภัยในการใช้บริการ ระยะเวลา ความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการ การให้บริการของพนักงานขับรถ การเข้าถึงบริการ และการติดต่อสื่อสารของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

6.2 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะประชากร เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการให้บริการ ลักษณะการเดินทาง

6.3 ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการรถรับส่งกับทางห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

6.4 รถรับส่ง หมายถึง รถยนต์หรือรถตู้ที่มีป้ายสีเขียวหรือป้ายสีเหลือง ซึ่งรถเหล่านี้มีการขึ้นทะเบียนกับกรมการขนส่ง เพื่อแสดงให้เห็นว่ารถยนต์หรือรถตู้เหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งรถยนต์จะจัดประเภทเป็นรถยนต์บริการที่สาธารณะ ส่วนรถตู้จะจัดประเภทเป็นรถโดยสารไม่ประจำทาง และสามารถให้บริการรับส่งผู้โดยสารอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และข้างประตูดทั้งสองด้านหน้าต้องติดสัญลักษณ์หรือตัวหนังสือที่แสดงให้เห็นว่าเป็นรถของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต และประตูดทั้งสองด้านหลังติดสัญลักษณ์ 1584 เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถร้องเรียนการให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต ผ่านขนส่งได้โดยตรง และรถยนต์และรถตู้เหล่านี้จะให้บริการรับส่งผู้โดยสารจากท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ตไปยังโรงแรมที่พัก

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตในแต่ละด้าน

7.2 ทำให้ผู้บริหารทราบแนวทางในการปรับปรุงการบริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต และใช้แนวทางดังกล่าวในการปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ตสควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจต่อการบริการ
 - 1.2 ลักษณะของความพึงพอใจต่อการบริการ
 - 1.3 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับบริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการ
 - 2.2 องค์ประกอบของการบริการ
 - 2.3 ลักษณะเฉพาะของการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ
 - 3.1 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการให้บริการ
 - 3.2 การประเมินคุณภาพบริการ
4. ข้อมูลพื้นฐานของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีความหมายโดยทั่วไปว่าระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหมายถึงภาวะการณ์แสดงออกที่เกิดขึ้นจากการประเมินประสบการณ์ซื้อการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นภาวะการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เป็นสภาวะการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกในความคาดหวังของลูกค้าที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการ (ตรีเพ็ชร อำเมือง, มปป.)

นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความหมายความพึงพอใจในการใช้บริการ โดย สรชัย พิศาลบุตร (2549) กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึงการที่ผู้ให้บริการได้รับในสิ่งที่ต้องการ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาหรือทำให้ได้โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์หรือความถูกต้องในการให้บริการ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) กล่าวว่า ความพึงพอใจ มีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการประเมินเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้รับบริการกับบริการที่ได้รับจริง

เพ็ญแข ช่อมณี (2544) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึงผลของเจตคติต่างๆ ของบุคคลที่มีต่อองค์กร องค์กรประกอบของแรงงาน และมีส่วนสัมพันธ์กับลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งความพึงพอใจนั้น ได้แก่ ความรู้สึกมีความสำเร็จในผลงาน ความรู้สึกว่าได้รับการยกย่องนับถือและความรู้สึกที่มีความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน

ปทุมพร โพธิ์กาศ (2554) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยความรู้สึกนึกคิดดังกล่าวนี้เป็นความรู้สึกนึกคิดในการประเมินการบริการ อันส่งผลให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการบริการที่มีความโน้มเอียงไปในทิศทางบวก

โดยสรุปความพึงพอใจในการใช้บริการหมายถึงความถึงความรู้สึกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการเป็นทัศนคติในทางบวกที่สร้างความสุขสบายใจให้กับผู้ให้บริการ

1.2 ลักษณะของความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่งและความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น(ปทุมพร โพธิ์กาศ, 2554) โดยความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดบุคคลจำเป็นต้องปฏิบัติตามพันธกิจกับสภาพแวดล้อมรอบตัวการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การเรียนรู้การรับรู้สิ่งที่จะได้รับตอบสนองแตกต่างกันไปในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกันบุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆหากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการโดยสามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่งในสถานการณ์การบริการก่อนที่ผู้ใช้บริการจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้วซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการการบอกเล่าของผู้อื่นการรับทราบข้อมูลการรับประกันบริการจากโฆษณาการให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ใช้บริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมาใช้บริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรจะได้รับนี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเป็นอย่างมากเพราะผู้ใช้บริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าวแต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่านับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อนจากความคาดหวังดังกล่าวทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ

ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใดแม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามกันก็ตามนอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่างๆ

1.3 การวัดความพึงพอใจ

ทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อนจึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรงแต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทนฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วยอาจมีความคลาดเคลื่อนขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริงซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วไป (ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จังหวัดขอนแก่น, 2554) โดยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่บอกมาตรฐานหรือคุณภาพงานบริการ ซึ่งวัดได้จากพฤติกรรมการแสดงออก หรือคำบอกเล่าของผู้รับบริการ หรือวัดจากคะแนน หรือผลจากการสอบถามสุภาพตรา วิจิตร โสภกา (2546)

สำหรับการวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามโดยผู้ออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่างๆ
2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกตเป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจากริยาท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นจะวัดในเรื่องใดนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะศึกษาแต่มีวิธีที่นิยมใช้กัน ดังนี้

1. การสัมภาษณ์วิธีนี้ผู้ศึกษาจะมีแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้อดีของวิธีนี้คือผู้สัมภาษณ์อธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้สามารถซักกับกลุ่มตัวอย่างที่อ่านเขียนหนังสือไม่ได้แต่มีข้อเสียคือ การสัมภาษณ์ต้องใช้เวลาและอาจมีข้อผิดพลาดในการสื่อความหมาย

2. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดมีลักษณะคำถามที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบหรือเติมคำ ข้อดีของวิธีนี้คือ ได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอน มีความสะดวกรวดเร็วในการสำรวจสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ข้อเสียคือผู้ตอบต้องสามารถอ่านออกเขียนได้ และมีความสามารถในการคิดเป็นความพึงพอใจเป็นสถานะที่มีความต่อเนื่องไม่สามารถบอกจุดเริ่มต้นหรือสิ้นสุดของความพึงพอใจได้แบบสอบถามถึงนิยมสร้างเป็นแบบมาตรฐาน

โดยสรุป การวัดความพึงพอใจ เป็นการวัดความคิดเห็นของบุคคล โดยระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวชี้วัดหนึ่ง ที่บอกมาตรฐานหรือคุณภาพการให้บริการ ซึ่งวัดได้จากพฤติกรรมแสดงออก หรือคำบอกเล่าของผู้ใช้บริการ หรือวัดจากคะแนน หรือผลจากการสอบถามซึ่งมีวิธีการวัดความพึงพอใจมีหลากหลายวิธีอื่น ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสอบถาม และการสังเกต

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพความเป็นอยู่และค่านิยมของสังคมผู้บริโภคยุคใหม่มีความสนใจในความเป็นอยู่รวมถึงความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันรวมถึงต้องการการบริการที่ดีผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริการดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของการบริการ

การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรีให้ความสะดวกรวดเร็วให้เป็นธรรมและความเสมอภาคซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ส่งและผู้รับกล่าวคือถ้าเป็นการบริการที่ดีเมื่อผู้ให้บริการไปแล้วผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้

Kotler (2000) ได้กล่าวว่า การบริการหมายถึงกิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอขายให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรมกระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรมซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วไป ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายการปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้นๆ

เหมือนการครอบครองสินค้าการบริการ ยังเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่นในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุขความสะดวกหรือความสบาย

ตรีเพ็ชร์ อ่ำเมือง (มปป.) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ซึ่งการกระทำด้วยร่างกาย : คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดจา

วิระพงษ์ เณลิมวิระรัตน์ (2542) กล่าวว่า การบริการ เป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดยจากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

ปทุมพร โพธิ์กาศ (2554) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือ องค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนง ให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลคาดหวัง พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ

วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น

โดยสรุปการบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่ปฏิบัติเพื่อให้ผู้อื่นได้รับความสุขความสะดวกหรือความสบาย ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอขายให้กับผู้รับบริการโดยผู้ให้บริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆอย่างเป็นรูปธรรมเหมือนการซื้อขายสิ่งของ

2.2 ลักษณะเฉพาะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปหลายด้านกล่าวคือการบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้นจริงมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น ผู้รับบริการจึงไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจหรือเพียงแต่อาศัยความคิดเห็นเจตคติและประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้นๆ โดยผู้ใช้บริการอาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วจึงตัดสินใจซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าวซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจสอบดูสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้และการบริการยังมีลักษณะ

ที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆ ได้ การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง

นอกจากนี้การบริการจะมีลักษณะที่ไม่คงที่ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนและไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไปได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคนซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเองถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกันคุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการ ช่วงเวลาของการบริการ หรือสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน และเมื่อใดที่ไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกคืนกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ การบริการจึงมีการสูญเสียบ่อยครั้งสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้นซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัดเจน เพราะเมื่อผู้ซื้ออาจจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นการที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น เนื่องจากการซื้อบริการเป็นการแสดงความต้องการหรือใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงเวลา ผู้ใช้บริการจ่ายเงินค่าบริการที่ได้รับการเน้นประโยชน์ที่ผู้ให้บริการจะได้รับความสะดวกสบายหรือการเสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าจะช่วยจูงใจให้เห็นความสำคัญของการซื้อบริการลักษณะต่างๆ ได้ (วีระพงษ์ เกลิมวิระรัตน์, 2542)

การบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ประการซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการซึ่งไม่สามารถมองเห็นรับรู้รสชาติรู้สึกได้ ยินหรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับเพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ตัวบุคคลเครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารสัญลักษณ์และราคาล้างเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้นได้แก่

สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวางออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอมีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดีรวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบด้วย

บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตั้งที่เหมาะสมบุคคลดีหน้าตาดียิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาไพเราะเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Communication material) สื่อ โฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้าต่างๆจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

สัญลักษณ์ (Symbol) คือชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูกควรสื่อถึงความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการซึ่งมีการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกันและไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตามกล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งรายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การให้บริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability และ Service Variability) เป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการซึ่งคุณภาพจะผันแปรไปโดยขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหนและอย่างไรซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เป็นลักษณะของการบริการซึ่งจะมีอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

โดยสรุป การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้นจริงมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น ผู้รับบริการจึงไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าได้ว่า จะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้นมีความไม่แน่นอน (Variability และ Service Variability) ซึ่งคุณภาพจะผัน

แปรไปโดยขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหนและอย่างไรและไม่สามารถเก็บไว้ได้ ไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น

2.3 องค์ประกอบบริการ

หลักพื้นฐานที่เป็นหัวใจนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ คือคุณภาพในการบริการ องค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการการจกระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้ใช้บริการเป็นหลักสำคัญโดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพราะผู้ให้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้นหากผู้ให้บริการสามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดีผู้ให้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

ดังนั้นคุณภาพของการบริหารการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการนับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดีได้แก่การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการรวมทั้งการมีความรู้ความสามารถเจตคติตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการนอกจากนั้นสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นปัจจัยที่มีควรละเลยการจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการรวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึกที่ดีและความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใดๆมักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการเพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวังซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจจะเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกิดความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่าผู้ให้บริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงามทั้งนี้สิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการความต้องการของบุคคลเป็น

เรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น บริษัทหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาสนองบริการ ได้อย่างฉับพลันและทันใจก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มาใช้บริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ผู้ใช้บริการชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการอาชีพบริการมีลักษณะต่างๆกันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกันคุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจเช่นลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพรับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้องไม่ต้องรอนานอาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกันมีเสียงดนตรีเบาๆภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัยไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อยหลังจากการจ่ายเงินค่าบริการผู้ใช้บริการมีความรู้สึกไม่เสียดายเงินที่จ่ายไปและตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีกเพราะอาหารอร่อยและบริการดีเยี่ยมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการได้รับคุณค่าจากการบริการอย่างเต็มเปี่ยม

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงต่อผู้ใช้บริการทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุดไม่ว่าผู้ใช้บริการจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้นผู้ใช้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกันการเอาอกเอาใจเฉพาะผู้ใช้บริการที่มีฐานะดีแต่ตัวดีโดยไม่เอาใจผู้ใช้บริการท่านอื่นย่อมทำให้ผู้ใช้บริการนั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้และอาจไม่พอใจที่จะมาใช้บริการอีกต่อไปดังนั้นการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการจะต้องสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ถูกค้ำมาขอรับบริการพร้อมกันหลายคนควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่สมควรมาก่อนจะได้รับบริการก่อนโดยไม่คว่นตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปร่างหน้าตาภายนอกหรือกำลังซื้อเท่านั้นผู้ใช้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการให้ความใส่ใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงอหยาศัยของความเป็นมิตรและสร้างบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและ

ประทับใจต่อการบริการที่ได้รับคุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยโมตริตีต์แก่ลูกค้าทั้งนี้ผู้ใช้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างามมีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาสุภาพอ่อนโยนรู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการที่มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจนเนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคนการกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการนำมากำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการโดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่ายซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงานการตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้ใช้บริการตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

วีรพงษ์เฉลิมจิระรัตน์ (2547) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีซึ่งแปลมาจากคำว่าบริการ ในภาษาอังกฤษ คือ (service) ดังนี้

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้ใช้บริการ

E=Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ

R=Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติ

V=Voluntariness manner ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้

I=Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C=Courtesy กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E=Enthusiasm มีความกระตือรือร้น และกระตือรือร้นขณะให้บริการและจะให้บริการมากกว่าที่ผู้ใช้บริการคาดหวังเสมอ

ปทุมพร โพธิ์กาศ (2554) ได้กล่าวถึง คุณภาพบริการ ไว้ว่าการบริการเป็นการแสดงออกหรือปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้แก่ฝ่ายหนึ่ง โดยที่ปฏิบัติการนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

หรือก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของของสิ่งใด และอาจจะอาศัยหรือไม่ได้อาศัยวัตถุทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้องได้ การบริการจะต้องอาศัยความสัมพันธ์อันเนื่องมาจากความต้องการของฝ่ายต่าง ๆ การดำเนินธุรกิจการบริการจำเป็นต้องมีการประเมินผลการบริการ เพื่อให้ทราบผลที่ปรากฏว่าการบริการ สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือไม่ มากน้อยเพียงใด การปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

สำหรับแนวโน้มการแข่งขันในเรื่องคุณภาพการให้บริการธุรกิจนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ หรือเสนอคุณภาพการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เป็นที่คาดหมายว่าจะส่งผลสะท้อนและเกิดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับคุณภาพการบริการดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นมาก แนวโน้มในอนาคตจะมีการแข่งขันกันในเรื่องคุณภาพการบริการในเรื่องราคาสินค้า คุณภาพบริการ อัตราการครองตลาดขององค์กร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งยังต้องแข่งขันกันมากในเรื่องของเวลาที่บริการให้แก่ลูกค้าต้องตรงต่อเวลา คุณค่าเพิ่มของสินค้า ประโยชน์ตอบแทนของสินค้าและความภูมิใจของลูกค้าที่ใช้บริการ

2. การแข่งขันกันในเรื่องคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ

1) ธุรกิจการบริการจะแข่งขันกันในเรื่องบริการอย่างทั่วถึง

2) ธุรกิจการบริการจะแข่งขันกันในเรื่องการใช้สินค้าหรือบริการแล้วจะไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3) ธุรกิจการบริการจะต้องสร้างตลาดรวม โดยเน้นให้เห็นว่า การใช้บริการอย่างเหมาะสมต่อการใช้ชีวิตประจำวัน มีผลต่อสุขภาพอนามัย ทำให้สุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น

4) ธุรกิจการบริการจะแข่งขันกันในเรื่องการให้บริการอย่างประหยัดและการให้บริการได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง

5) ธุรกิจการบริการจะแข่งขันกันในเรื่องคุณภาพการให้บริการ โดยเน้นการตอบสนองของลูกค้า เช่น ความประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถส่งข้อมูลการสื่อสารให้ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว บำรุงรักษาง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่ดีกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ๆ

6) แนวโน้มธุรกิจบริการจะเน้นการให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ เมื่อขายต่อแล้ว ราคาสินค้าไม่ตกต่ำมากเกินไป ผู้ใช้บริการมีความภูมิใจในภาพพจน์ ชื่อเสียงที่ดีของผู้ให้บริการ

นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่เป็นตัวแปรในการตัดสินใจซื้อบริการของผู้ใช้บริการคือ ความเชื่อถือและความไว้วางใจในการบริการที่ผู้ขายจัดให้สำหรับบริการนั้น ผู้เสนอให้บริการราย

ไหนที่มีความน่าเชื่อถือได้และน่าไว้วางใจมากที่สุด พร้อมทั้งคาดคะเนว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการ ดังนั้นธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะควบคุมคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นเสมอโดยดำเนินการหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- การสรรหาบุคลากรที่มีลักษณะดี เหมาะสม
- สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่เสมอ
- ธุรกิจบริการได้นำแนวความคิดในการเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและการบริการ เช่น เทคโนโลยีสมัยใหม่ การจัดระบบงาน เป็นต้น
- การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างลูกค้า เช่น การสำรวจตลาด การวิจัยตลาด เพื่อวางแผนผลิตสินค้า ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง มิใช่เพียงการคิดหรือการคาดคะเนอย่างไม่มีหลักการของเหตุและผล

โดยสรุป หลักการให้บริการที่สำคัญ จะต้องคำนึงถึงคุณภาพบริการ ซึ่งมีเป้าหมายสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริการ และจัดบริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของผู้บริการความคาดหวังของผู้บริการความพร้อมในการบริการความมีคุณค่าของการบริการความสนใจต่อการบริการความมีมติริจิตในการบริการความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ

ธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อผู้บริการหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับรับผู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

สำหรับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดนั้น ฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler, 2000) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริการเป้าหมายซึ่งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายต่อผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วยสินค้า การบริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผู้บริโภคจะต้องได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์

สามารถขายได้โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) โดยการกำหนดกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์ จะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดราคาเป็นตัวเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่จำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางในการจัดจำหน่าย เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กร ไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย คือ วิธีการนำสินค้าไปสู่มือของผู้ใช้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ หรือ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และการสร้างความต้องการ ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ โดยเครื่องมือการตลาดที่สำคัญ ประกอบด้วย

การโฆษณา เป็นกิจกรรมหรือเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ องค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ

การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า

การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงาน

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง ผู้ที่จะต้องพบ หรือ เผชิญหน้ากับผู้มาใช้บริการเป็นอันดับแรก เมื่อผู้ใช้บริการพบหรือมาติดต่อกับพนักงานโดยตรง ผู้ใช้บริการจะเกิดการคาดว่าจะได้รับการตอบสนองที่พึงพอใจและสะดวกรวดเร็ว จึงทำให้พนักงานเปรียบเสมือนภาพลักษณ์ของบริษัทในมุมมองผู้ใช้บริการ โดยธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่

ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี เป็นมิตร สุภาพเรียบร้อยและต้องสนองความต้องการได้ดี ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการควรได้รับ

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมโดยคำนึงถึงบริบทของธุรกิจ บริการและองค์การ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

ในปัจจุบันธุรกิจการบริการนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการและการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ถูกต้องผู้ใช้บริการนั้นนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการเพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือการสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการชอบใจและตั้งใจกลับมาให้บริการอีกต่อไปธุรกิจการบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น

3.1 ความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการ

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการให้บริการที่ได้รับจนจิตใจและกลับมาใช้บริการอีกนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ขึ้นกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีผลทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการบริการนั้นและมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำอีกต่อไปคุณภาพของการบริการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็นชัดเช่นสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่นความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทได้ ดังนี้

3.1.1 องค์การบริการพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงใจของผู้ใช้บริการ สำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจบริการ ผู้ใช้บริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆสถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีงามตามไปด้วยเพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

3.1.2 ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็งานที่สำคัญต่อชีวิตของคนเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์กรเมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงานพนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการให้ใช้บริการต่อไปทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติ

ตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง

3.2 การประเมินคุณภาพบริการ

Parasuraman, Zeithaml; & Berry (1990) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการว่าจะต้องมีลักษณะ 10 ประการ คือ

- 1) ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึง การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ ที่ใช้ในการบริการเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้รับบริการ
- 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการบริการและ ความเชื่อถือได้ นั้นหมายถึงการที่บริษัทได้ส่งมอบการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกที่ได้รับบริการ
- 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ และยังรวมถึงการให้บริการภายในเวลาที่เหมาะสม
- 4) ความสุภาพ (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการที่ความสุภาพอ่อนโยนต่อการให้บริการให้การเคารพต่อผู้ใช้บริการ ให้ความสนใจและเป็นมิตร และมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย
- 5) ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้และมีทักษะที่ดีในการให้บริการ
- 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือที่ผู้ใช้บริการจะได้รับและความซื่อสัตย์ที่ผู้ให้บริการจะมีต่อผู้ใช้บริการ
- 7) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง บริการที่ได้รับจะต้องปราศจากความเสี่ยงสิ่งที่เป็นอันตรายหรือปัญหาต่าง ๆ ต้องให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง
- 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ผู้ใช้บริการต้องได้รับความสะดวก ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไป ใช้เวลาในการรอคอยน้อย และผู้ให้บริการอยู่ในสถานที่ที่ติดต่อได้สะดวกเวลาที่เปิดและปิดให้บริการมีความเหมาะสม
- 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึงการบริการได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าและแจ้งรายละเอียดของค่าบริการให้ลูกค้าได้รับทราบ
- 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding the Customer) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการและสนใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการนั้น

4. ข้อมูลพื้นฐานของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อปีพ.ศ. 2557 ตั้งอยู่ที่ 35/232 หมู่ 2 ถนนเจ้าฟ้าตะวันตก ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 83000 โดยเป็นบริษัทที่ให้บริการรถรับส่งผู้ให้บริการ ซึ่งมีเส้นทางรับส่งลูกค้าจากท่าอากาศยานภูเก็ต ไปยังโรงแรมหรือที่พักของลูกค้า เป็นการบริการขนส่งโดยใช้รถทั้งรถตู้และรถยนต์โดยสารขนาดเล็ก ซึ่งมีให้บริการจำนวน 6 คัน และเปิดให้บริการรับส่งทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง รถที่ใช้ในการรับส่งผู้ให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ตจังหวัดภูเก็ตดังภาพ 2.1





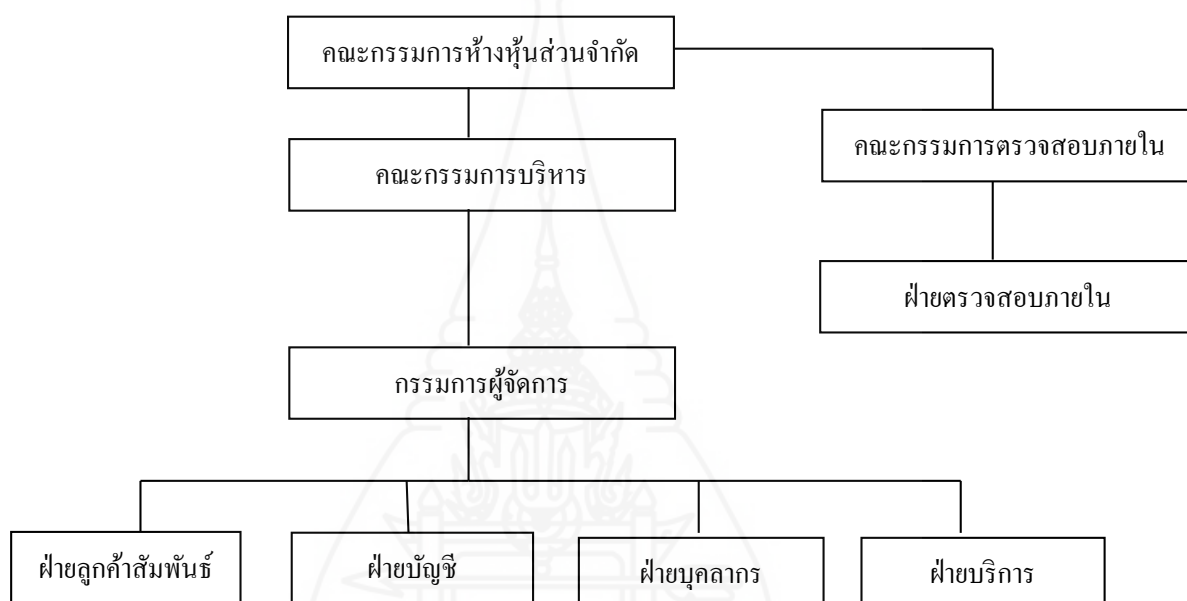
ภาพที่ 2.1 รถที่ใช้ในการรับส่งผู้ให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

สำหรับการติดต่อใช้บริการ มี 2 ช่องทางในการติดต่อ ช่องทางแรก ติดต่อผ่านทางตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทและผู้ให้บริการ โดยใช้ระบบการจองออนไลน์เพื่อติดต่อและจองเข้ารับบริการบริการ ช่องทางที่ 2 ติดต่อผ่านทางโรงแรมหรือที่พักที่ผู้ให้บริการเข้าพัก โดยทางบริษัทจะมีเครือข่ายกับโรงแรมและที่พักต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต เมื่อมีผู้ให้บริการที่พักกับทางโรงแรม โรงแรมก็จะมีการติดต่อประสานงานเพื่อเข้าใช้บริการ

ในการบริการนั้น ทางบริษัทจะมีพนักงานขับรถที่เป็นคนไทยเท่านั้นที่ชำนาญเรื่องเส้นทางและสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ซึ่งทางห้างหุ้นส่วนจำกัดมีพนักงานขับรถทั้งหมด 12 คน ซึ่งการทำงานจะจัดเป็น 2 รอบ มีรอบเช้าและรอบค่ำ การช่วยเหลือและการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด โดยเฉลี่ยการให้บริการจะมีผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต 900 เที่ยว ต่อเดือน

อัตราการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต คิดค่าบริการต่อเที่ยวจากท่าอากาศยานภูเก็ตไปยังโรงแรมต่างรถเก๋งอัตราเที่ยวละ 700 บาท รถตู้ อัตราเที่ยวละ 900 บาท

โดยโครงสร้างการบริหารขององค์กร ห้างหุ้นส่วนจำกัดสควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ดังภาพ 2.2



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างการบริหารของห้างหุ้นส่วนจำกัดสควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มริยา ไกรงู (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางกรณีศึกษา: สายกรุงเทพ-เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้โดยสารที่ใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางสายกรุงเทพ-เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73) จำนวน 400 คนผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของรถตู้โดยสารประจำทางอยู่ในระดับความพึงพอใจมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายหมวดพบว่าหมวดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระยะเวลาในการเดินทางรองลงมาคือความสะดวกสบาย ในขณะที่ให้บริการความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการความปลอดภัยในการให้บริการความเชื่อถือได้

ของการให้บริการผู้ให้บริการบนรถโดยสารตามลำดับและหมวดที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคืออัตราค่าโดยสาร

บุญรักษ์ กุณาศล(2549) ได้ศึกษาสำรวจและวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางซึ่งจะใช้ทฤษฎีที่เรียกว่าพฤติกรรมกรรมการเลือกของผู้บริโภค (Theory of Consumer Choice Behavior) ทฤษฎีนี้ได้สมมติว่าผู้ใช้บริการต้องการใช้ระบบขนส่งที่สามารถให้ความพึงพอใจได้สูงสุดตามที่ใช้บริการต้องการความพึงพอใจของแต่ละบุคคลสามารถวัดและเรียงลำดับตามความชอบได้โดยที่ความพึงพอใจสามารถจำลองได้ด้วยฟังก์ชันอรรถประโยชน์ (Utility Function) ซึ่งประกอบด้วยพรรณนิวัตคุณภาพด้านต่างๆหลายด้านและพรรณนิวัตคุณภาพการใช้บริการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยได้แก่อัตราค่าโดยสารระยะเวลาในการเดินทาง ลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการบนรถโดยสารความปลอดภัยในการให้บริการความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการความเชื่อถือได้ของการให้บริการความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการผู้ให้บริการบนรถมี 2 ส่วนคือพนักงานขับรถและพนักงานบริการ

ยรรยงเหล่า ตระกูลงาม(2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มารับบริการเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงโดยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีการศึกษาระดับปริญญาตรีระยะเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 1-5 ปีและปริมาณการส่งสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 10-100 กิโลกรัมความพึงพอใจบริการของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพอใจโดยแยกพิจารณารายด้านดังนี้ด้านระบบการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจส่วนด้านการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ

สิริกุล พรหมชาติ (2552) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความพึงพอใจ จำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้โดยสารรถประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด เส้นทางกรุงเทพฯ – หนองบัวลำพู โดยใช้กลุ่มประชากรในการศึกษาเป็นผู้ให้บริการบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด กรุงเทพฯ – หนองบัวลำพู สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถประจำทางปรับอากาศของบริษัท 407 พัฒนา จำกัด มีแนวโน้มไปในทางที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลาง เช่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และมีความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับอยู่ในระดับน้อย เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ตจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จากผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต ซึ่งมีรายละเอียดวิธีการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ในการศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ประชากรเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการรับส่งที่มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต โดยมีประชากรเป้าหมายทั้งสิ้น 10,800 คน ต่อปี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้มีประชากรเป้าหมายเท่ากับ 10,800 คน กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณตัวอย่างของทาโรยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 เพื่อจัดทำเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

สูตรของทาจโรยามาเนคือ

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ กำหนดให้ n คือจำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือจำนวนหรือขนาดของประชากร

e คือความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{10,800}{1 + 10,800(0.05)^2}$$

$$n = 385.71$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 386 คน

1.3 การเลือกตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรสทรานสปอร์ตจังหวัดภูเก็ตเท่านั้น โดยการศึกษาครั้งนี้กำหนดคุณสมบัติกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) ชาวต่างชาติสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ และ 2) ผู้ที่ยินยอมให้เก็บข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 เครื่องมือในการศึกษา เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามมี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบหรือเติมคำในช่องว่าง โดยมีข้อความเกี่ยวกับ เพศอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการใช้บริการลักษณะการเดินทางจำนวนผู้เดินทาง

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรสทรานสปอร์ตจำนวน 21 ข้อ เป็นแบบคำถามปลายปิด ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ของลิเคิร์ต (likert scale) มี 5 ระดับ ซึ่งในแต่ละระดับมีความหมาย ดังนี้

ระดับ 5 คือความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 คือความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 คือความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 คือความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 คือความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่ง เป็นแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ เกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.2.1 ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบข้อความในแบบสอบถาม เพื่อวัดได้ถูกต้องตรงกับเนื้อเรื่องที่ต้องการวัด และข้อคำถามมีจำนวนเพียงพอ หรือครอบคลุมตามขอบเขตของเนื้อเรื่อง แล้วนำไปประเมินค่าความตรงตามเนื้อหา โดยการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruency Index: IOC) ผลการประเมินความตรงทางเนื้อหาเฉลี่ยทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.85

2.2.2 ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้มีความหมายตรงกัน โดยผู้ตรวจสอบความถูกต้องทางด้านภาษา

2.2.3 ผู้ศึกษานำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ โดยแบบสอบถามนำไปทดลองจำนวนทั้งหมด 30 ตัวอย่าง โดยนำไปทดลองใช้กับผู้ให้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด สายัน แซ่ฮ่วยซึ่งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ให้บริการรถรับส่งลูกค้าจากท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ตไปยังโรงแรมที่พัก และมีรถให้บริการจำนวนใกล้เคียงกับห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตเพื่อความชัดเจนและความเข้าใจในข้อคำถาม จากนั้นจึงหาคุณภาพเครื่องมือ ในส่วนแบบสอบถามความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่าของลิเคิร์ต (likert scale) ในการใช้บริการรถรับส่ง และได้วิเคราะห์ความเที่ยงของเครื่องมือโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตามวิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach' Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.94 ซึ่งมากกว่า 0.7 สามารถนำไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ขั้นเตรียมการ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1.1 ผู้ศึกษาและพนักงานขับรถที่ให้บริการรถรับส่งที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างได้ และชี้แจงวัตถุประสงค์การศึกษาอธิบายรายละเอียดในแบบสอบถามเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ความครบถ้วน

3.1.2 เมื่อผู้เก็บแบบสอบถาม ได้รับการอนุญาตจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้เก็บข้อมูลแนะนำตัวเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา จรรยาบรรณของการศึกษา และขอความยินยอมในการเข้าร่วมการศึกษานี้

3.2 ขั้นดำเนินการ

3.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยเลือกตัวอย่างตามคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ตจังหวัดภูเก็ต

3.2.2 ดำเนินเก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลเอง

3.2.3 นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และความสอดคล้องของข้อมูลในรายละเอียดทุกจุดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำไปเปรียบเทียบเกณฑ์ แบ่งระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตสำหรับการเปรียบเทียบความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการทดสอบสมมติฐาน ดำเนินการวิเคราะห์ดังนี้

4.3.1 ใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับการทดสอบความแตกต่าง
ระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีจำนวน 2 กลุ่ม

4.3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งใช้สำหรับ
การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปในกรณีที่พบความ
แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) เพื่อ
ทดสอบว่ากลุ่มย่อยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการศึกษาโดยบทนี้จะนำเสนอรายละเอียด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรับส่ง

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้คือผู้ให้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 8 ด้าน ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการใช้บริการ ลักษณะการเดินทางจำนวนผู้เดินทาง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลแสดงตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 386		
ข้อมูลผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	209	54.1
หญิง	177	45.9
รวม	386	100.0
2. อายุ		
15 – 25 ปี	73	18.9
26 – 35 ปี	137	35.5
36 – 45 ปี	75	19.4
46 – 55 ปี	49	12.7
56 – 65 ปี	37	9.6
มากกว่า 65ปี	15	3.9
รวม	386	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	8	2.0
มัธยมศึกษา	58	15.0
อนุปริญญา	58	15.0
ปริญญาตรี	198	51.3
สูงกว่าปริญญาตรี	64	16.7
รวม	386	100.0
4. สถานภาพสมรส		
โสด	159	41.2
สมรส/คู่	188	48.7
หม้าย/หย่าร้าง/แยกทางกัน	39	10.1
รวม	386	100.0
5. อาชีพ		
รับจ้าง	126	32.6
ข้าราชการ	38	9.8
รัฐวิสาหกิจ	60	15.5
ธุรกิจส่วนตัว	94	24.4
อื่นๆ	68	17.7
รวม	386	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 386

ข้อมูลผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	22	5.7
10,001 – 30,000 บาท	105	27.2
30,001 – 60,000 บาท	81	21.0
60,001 – 90,000 บาท	59	15.3
90,001 – 120,000 บาท	49	12.7
120,001 – 150,000 บาท	31	8.0
มากกว่า 150,000 บาท	39	10.1
รวม	386	100.0
7. วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการรถรับส่งในการเดินทาง		
เดินทางไปทำงาน	46	11.9
เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า	219	56.7
เดินทางไปติดต่อธุรกิจ	40	10.4
ไปทำธุระส่วนตัว	25	6.5
เดินทางกลับบ้าน	45	11.7
อื่นๆ	11	2.8
รวม	386	100.0
8. ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถส่ง		
0.01น. – 6.00น.	19	4.9
6.01น. – 12.00น.	96	24.9
12.01น. – 18.00น.	90	23.3
18.01 – 24.00 น.	26	6.7
ไม่แน่นอน	155	40.2
รวม	386	100.0
9. ลักษณะการเดินทาง		
คนเดียว	86	22.3
ครอบครัว	164	42.5
กลุ่มเพื่อน	93	24.1
เพื่อนร่วมงาน	43	11.1
รวม	386	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 386		
ข้อมูลผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
10. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
เดินทางตามลำพัง	87	22.6
2-4 คน	222	57.5
5 คน ขึ้นไป	77	19.9
รวม	386	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วน จำกัดภูเก็ต สควีนโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 386 คน

1. เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.1 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.9
2. อายุ กลุ่มอายุที่มากที่สุด เป็นกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 36 – 45 ปีคิดเป็นร้อยละ 19.4
3. การศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาเป็นการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.6
4. สถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรสหรือคู่ คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 41.2
5. อาชีพ กลุ่มอาชีพที่มีมากที่สุดเป็นอาชีพรับจ้างคิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.4
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีมากที่สุดเป็นรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาเป็นรายได้ในช่วง 30,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0
7. วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการรถรับส่งในการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 56.7รองลงมา เดินทางไปทำงาน คิดเป็นร้อยละ 11.9
8. ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถส่ง ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเป็นช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 6.01น. – 12.00น. คิดเป็นร้อยละ 24.9
9. ลักษณะการเดินทางลักษณะการเดินทางที่มากที่สุดเป็นการเดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาเป็นกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 24.1
10. จำนวนผู้ร่วมเดินทางจำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่มีจำนวน 2-4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาเป็นเดินทางตามลำพัง คิดเป็นร้อยละ 22.6

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่ง

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด
ในภาพรวม

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านอัตราค่าโดยสาร	3.77	0.80	มาก
ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ	3.98	0.77	มาก
ด้านระยะเวลา	3.80	0.87	มาก
ด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการ	4.04	0.78	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ	4.08	0.75	มาก
ด้านการเข้าถึงบริการ	3.73	0.84	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.67	0.81	มาก
รวม	3.86	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X}) = 3.86) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ (\bar{X} = 4.08) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการ (\bar{X} = 4.07) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (\bar{X} = 3.67) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านอัตราค่าโดยสาร

ความพึงพอใจต่อการบริการรับส่ง	\bar{X}	S.D	ระดับความพึงพอใจ
อัตราค่าโดยสาร			
1. อัตราค่าโดยสารมีการกำหนดไว้ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกันตามที่สำนักงานขนส่งจังหวัดภูเก็ต กรมขนส่งทางบกกำหนด	3.87	0.83	มาก
2. อัตราค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการและความสะดวกสบายที่ได้รับระหว่างการเดินทาง	3.76	0.84	มาก
3. อัตราค่าโดยสารมีเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง	3.67	0.93	มาก
รวม	3.77	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านอัตราค่าโดยสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคืออัตราค่าโดยสารมีการกำหนดไว้ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน ($\bar{X} = 3.87$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากรองลงมาคืออัตราค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการและความสะดวกสบายที่ได้รับระหว่างการเดินทาง ($\bar{X} = 3.76$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคืออัตราค่าโดยสารมีเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง ($\bar{X} = 3.67$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความปลอดภัยในการใช้บริการ			
4. พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง	4.06	0.77	มาก
5. พนักงานขับรถปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด	3.96	0.82	มาก
6. การใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยด้านร่างกาย/ทรัพย์สิน	3.92	0.87	มาก
รวม	3.98	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือพนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง ($\bar{X} = 4.06$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือพนักงานขับรถปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 3.96$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือการใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยด้านร่างกายและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.92$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านระยะเวลา

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ระยะเวลา			
7. ระยะเวลาในการให้บริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้	3.80	0.98	มาก
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง	3.75	0.96	มาก
9. การให้บริการตรงต่อเวลาทั้งการมารับหรือมาส่งลูกค้า	3.84	0.85	มาก
รวม	3.80	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.5 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านระยะเวลา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือการใช้บริการตรงต่อเวลาทั้งการมารับหรือมาส่งลูกค้า ($\bar{X} = 3.84$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือระยะเวลาในการให้บริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ($\bar{X} = 3.80$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง ($\bar{X} = 3.75$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านความสะดวกสบายขณะใช้บริการ

ความพึงพอใจในการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการ			
10. สภาพภายในรถมีสภาพดี สะอาด และการระบายอากาศที่ปลอดโปร่ง	4.05	0.86	มาก
11. สภาพเบาะที่นั่งมีความนุ่มสบาย และสะอาด	4.02	0.87	มาก
12. ที่เก็บสัมภาระมีความพอเพียง	4.06	0.86	มาก
รวม	4.04	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.6 ความพึงพอใจต่อบริการด้านความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือที่เก็บสัมภาระมีความพอเพียง ($\bar{X} = 4.06$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสภาพภายในรถมีสภาพดี สะอาด และการระบายอากาศที่ปลอดโปร่ง ($\bar{X} = 4.05$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือสภาพเบาะที่นั่งมีความนุ่มสบาย และสะอาด ($\bar{X} = 4.02$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<u>การให้บริการของพนักงานขับรถ</u>			
13. พนักงานขับรถมีความสุภาพเรียบร้อยและเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.21	0.78	มากที่สุด
14. พนักงานขับรถสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำในการเดินทาง	3.89	0.95	มาก
15. พนักงานขับรถแต่งกายสุภาพ	4.13	0.82	มาก
รวม	4.08	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านการให้บริการของพนักงานขับรถเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือพนักงานขับรถมีความสุภาพเรียบร้อยและเอาใจใส่ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.21$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานขับรถแต่งกายสุภาพ ($\bar{X} = 4.13$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือพนักงานขับรถสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.89$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่งของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการเข้าถึงบริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การเข้าถึงบริการ			
16. ช่องทางการติดต่อเพื่อใช้บริการสามารถเข้าถึงง่าย	3.77	0.84	มาก
17. ขั้นตอนและกระบวนการในการจองรถมีความสะดวกรวดเร็ว	3.83	0.86	มาก
18. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการและการเดินทางเพื่อ ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	3.60	0.97	มาก
รวม	3.73	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านการเข้าถึงบริการเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือขั้นตอนและกระบวนการในการจองรถมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.83$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือช่องทางการติดต่อเพื่อใช้บริการสามารถเข้าถึงง่าย ($\bar{X} = 3.77$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการและการเดินทางเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($\bar{X} = 3.60$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการของผู้ใช้บริการรถ
รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้านการติดต่อสื่อสาร

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การติดต่อสื่อสาร			
19. ในขณะที่ใช้บริการผู้ใช้บริการสามารถติดต่อบริษัทได้สะดวก ระหว่างการใช้บริการมีการติดต่อประสานงานเป็นไปด้วยดี	3.77	0.89	มาก
20. ในการใช้บริการมีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการและขั้นตอนการ ใช้บริการให้ลูกค้าได้รับทราบ	3.74	0.82	มาก
21. พนักงานขับรถมีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ ได้เป็นอย่างดี	3.52	0.99	มาก
รวม	3.67	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจต่อการบริการด้านการติดต่อสื่อสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือในขณะที่ใช้บริการผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับบริษัทได้สะดวก ระหว่างการใช้บริการมีการติดต่อประสานงานเป็นไปด้วยดี ($\bar{X} = 3.77$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากรองลงมาคือในการใช้บริการมีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการและขั้นตอนการใช้บริการให้ลูกค้าได้รับทราบ ($\bar{X} = 3.74$) ความพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือพนักงานขับรถมีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.52$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน เป็นการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่งระดับน้อย

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดจำแนกรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านอัตราค่าโดยสาร	3.77	0.80	มาก
ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ	3.98	0.77	มาก
ด้านระยะเวลา	3.80	0.87	มาก
ด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการ	4.04	0.78	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ	4.08	0.75	มาก
ด้านการเข้าถึงบริการ	3.73	0.84	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.67	0.81	มาก
รวม	3.86	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.10 ระดับความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพในรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ชาย	3.84	0.65	-0.79	0.43
หญิง	3.89	0.67		

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่ง โดยใช้สถิติ t - test พบว่า ค่า P เท่ากับ 0.43 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	17.80	5	3.56	9.52	0.00*
ภายในกลุ่ม	142.10	380	0.37		
รวม	159.89	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	\bar{X}	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56-65 ปี	มากกว่า 65 ปี
15-25 ปี	3.87	-	-0.20 *	-0.03	0.31 *	0.16	0.66 *
26-35 ปี	4.07		-	0.17	0.51 *	0.37 *	0.86 *
36-45 ปี	3.90			-	0.34 *	0.19	0.69 *
46-55 ปี	3.56				-	-0.14	0.35
56-65 ปี	3.71					-	0.49 *
มากกว่า 65 ปี	3.21						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มอายุ 15-25 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 26-35 ปี กลุ่มอายุ 46-55 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 65 ปี

กลุ่มอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับ กลุ่มอายุ 46-55 ปี กลุ่มอายุ 56-65 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 65 ปี และ กลุ่มอายุ 56-65 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มอายุมากกว่า 65 ปี

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.67	4	0.42		
ภายในกลุ่ม	158.22	381	0.42	1.00	0.41
รวม	159.89	385			

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	11.40	6	1.90		
ภายในกลุ่ม	148.48	379	0.39	4.85	0.00
รวม	159.89	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการที่รับส่งที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 30,000 บาท	30,001 – 60,000 บาท	60,001 – 90,000 บาท	90,001 – 120,000 บาท	120,001 – 150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.00	-	0.05	-0.06	0.13	0.45 *	0.29	0.34 *
10,001 – 30,000 บาท	3.96		-	-0.10	0.08	0.40 *	0.24	0.29 *
30,001 – 60,000 บาท	4.06			-	0.19	0.51 *	0.34 *	0.40 *
60,001 – 90,000 บาท	3.87				-	0.32 *	0.16	0.21
90,001 – 120,000 บาท	3.55					-	-0.1644	-0.1113
120,001 – 150,000 บาท	3.72						-	0.05
มากกว่า 150,000 บาท	3.66							-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้พบว่า กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้บริการกลุ่มที่มีรายได้ 90,001 – 120,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 150,000 บาท

กลุ่มรายได้ 10,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้บริการกลุ่มที่มีรายได้ 90,001 – 120,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 150,000 บาท

กลุ่มรายได้ 30,001 – 60,000 บาทมีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้ใช้บริการกลุ่มที่มีรายได้ 90,001 – 120,000 บาท กลุ่มรายได้ 120,001 – 150,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 150,000 บาท

กลุ่มรายได้ 60,001 – 90,000 บาทมีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้ใช้บริการกลุ่มที่มีรายได้ 90,001 – 120,000 บาท

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีวัตถุประสงค์การใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	10.50	5	2.10		
ภายในกลุ่ม	149.39	380	0.40	5.34	0.00
รวม	159.89	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ได้ผล ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อบริการของผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์การใช้บริการแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์การใช้บริการ	\bar{X}	เดินทางไปทำงาน	เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า	เดินทางไปติดต่อธุรกิจ	ไปทำธุระส่วนตัว	เดินทางกลับบ้าน	อื่นๆ
เดินทางไปทำงาน	3.91	-	0.16	-0.04	0.05	-0.36 *	-0.03
เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า	3.76		-	-0.20	-0.11	-0.52 *	-0.18
เดินทางไปติดต่อธุรกิจ	3.95			-	0.09	-0.33 *	0.01
ไปทำธุระส่วนตัว	3.87				-	-0.41 *	-0.07
เดินทางกลับบ้าน	4.27					-	0.33
อื่นๆ	3.94						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพบว่า กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางกลับบ้าน มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปทำงาน กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปติดต่อธุรกิจ และกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปทำธุระส่วนตัว

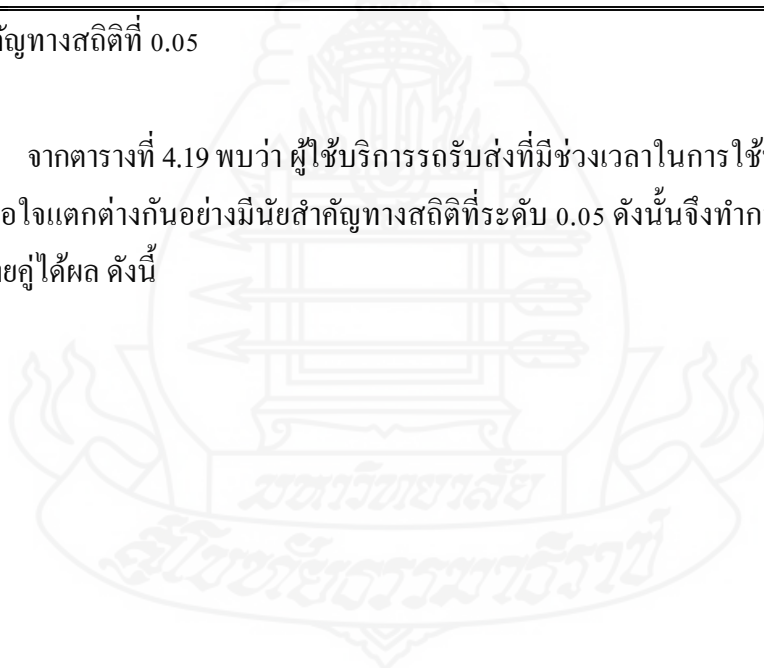
สมมติฐานที่ 7 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีช่วงเวลาการใช้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต กับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	7.53	4	1.88		
ภายในกลุ่ม	152.35	381	0.40	4.71	0.00
รวม	159.89	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีช่วงเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ได้ผล ดังนี้



ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีการใช้
บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาในการใช้ บริการ	\bar{X}	0.01 น. – 6.00น.	6.01น. – 12.00น.	12.01น. – 18.00น.	18.01 – 24.00 น.	ไม่แน่นอน
0.01 น. – 6.00น.	3.77	-	-0.14	-0.20	-0.47 (*)	0.03
6.01น. – 12.00น.	3.91		-	-0.06	-0.33 (*)	0.17 (*)
12.01น. – 18.00น.	3.97			-	-0.26	0.24 (*)
18.01 – 24.00 น.	4.23				-	0.50 (*)
ไม่แน่นอน	3.74					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการพบว่า กลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 0.01 น. – 6.00 น. มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น.

กลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 06.01น. – 12.00น.มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น.มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. และกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่มีแน่นอน

กลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 น. – 18.00 น. มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่มีแน่นอน

กลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น.มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่มีแน่นอน

สมมติฐานที่ 8 ผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีลักษณะการเดินทาง แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรับส่งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม ลักษณะการเดินทาง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5.22	3	1.74		
ภายในกลุ่ม	154.67	382	0.41	4.30	0.01
รวม	159.89	385			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ใช้บริการรับส่งที่มีลักษณะการเดินทาง แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกัน

ลักษณะการเดินทาง	\bar{X}	คนเดียว	ครอบครัว	กลุ่มเพื่อน	เพื่อนร่วมงาน
คนเดียว	3.67	-	-0.21 *	-0.31 *	-0.33 *
ครอบครัว	3.88		-	-0.10	-0.12
กลุ่มเพื่อน	3.97			-	-0.03
เพื่อนร่วมงาน	4.00				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราย
คู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะการเดินทาง พบว่า กลุ่มที่มีการเดินทางคนเดียว
มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการเดินทางกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน และเพื่อนร่วมงาน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

ข้อเสนอแนะในการในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่ง จากผู้ให้บริการรถ
รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตมีผู้ตอบแบบสอบถามให้
ข้อเสนอแนะ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.88 ซึ่งแต่ละคนสามารถเสนอแนะได้มากกว่า 1 ข้อ
จำแนกเป็นประเด็น 11 ประเด็นดังนี้

ตารางที่ 4.23 ข้อเสนอแนะในการในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่ง จากผู้ให้บริการรถ
รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ควรพัฒนาการติดต่อกับคนขับรถในระหว่างการ ให้บริการควรพัฒนาให้สามารถติดต่อได้ง่ายไ้ดีกว่านี้	7	1.81
2. อัตราค่าโดยสารค่อนข้างแพงเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง	6	1.55
3. ควรดูแลความสะอาดภายในรถ เบาะนั่งอย่างสม่ำเสมอ และภายในรถต้องมีการระบายอากาศที่ดี และไม่มีกลิ่น อับในรถ	6	1.55
4. ควรมีบริการน้ำดื่มในรถหรือเครื่องดื่มแช่เย็นในรถ	5	1.30
5. ภายในรถควรมีแสงสว่างที่เพียงพอ ไม่อึดอัด และโล่งสบาย	4	1.03
6. เส้นทางที่ไปยังสนามบินมีระยะทางที่ไกล ควรใช้ เส้นทางที่สั้นกว่านี้	4	1.03
7. ควรขับรถควรปฏิบัติตามกฎจราจร โดยผู้ให้บริการพบว่า คนขับรถออกรถก่อนที่ไฟเตือนจะเปลี่ยนเป็นไฟเขียว ประมาณ 2 วินาที	3	1.03

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้คำแนะนำการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง	3	1.03
9. การแต่งกายของคนขับรถ ควรมีการแต่งกายให้ดูน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและเป็นการภาพลักษณ์ที่ดี	2	0.52
10.ควรมีบริการด้านภาพยนตร์หรือวิดีโอให้เลือกใช้บริการ	2	0.52
11. การไปยังสนามบินควรมีความคล่องตัวและสะดวกกว่านี้	2	0.52

จากตารางที่ 4.23 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่ง จากผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ตสควินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีผู้เสนอแนะมากที่สุด คือ ควรพัฒนาการติดต่อสารกับคนขับรถในระหว่างการใช้บริการควรพัฒนาให้สามารถติดต่อได้ง่ายกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 1.81



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาจะนำเสนอสรุปการศึกษาอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

1.1.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ/ข้อแนะนำในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำนวน 10,800 คน กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณตัวอย่างของทาโรยามานะ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 คนและใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมทั้งประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruency Index: IOC) ผลการประเมินความตรง มีค่าเท่ากับ 0.85 และผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ โดยแบบสอบถามนำไปทดลองใช้ จำนวนทั้งหมด 30 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ความเที่ยงของเครื่องมือ

โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตามวิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach' alpha coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.94

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 กันยายน ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2558 โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองรวม 386 ฉบับ

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA: F-test) การทดสอบผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติและใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนข้อคำถามปลายเปิด

1.3 ผลการศึกษา

1.3.1 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ ($\bar{X} = 4.08$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 3.67$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านอัตราค่าโดยสาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคืออัตราค่าโดยสารมีการกำหนดไว้ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน ($\bar{X} = 3.87$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ อัตราค่าโดยสารมีเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง ($\bar{X} = 3.67$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือ พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง ($\bar{X} = 4.06$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ การใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยด้านร่างกาย/ทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.92$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านระยะเวลา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือ การให้บริการตรงต่อเวลาทั้งการมารับหรือมาส่งลูกค้า ($\bar{X} = 3.84$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง ($\bar{X} = 3.84$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือ ที่เก็บสัมภาระมีความพอเพียง ($\bar{X} = 4.06$) มีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ สภาพเบาที่นั่งมีความนุ่มสบาย และสะอาด ($\bar{X} = 4.02$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือ พนักงานขับรถมีความสุภาพเรียบร้อยและเอาใจใส่ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.21$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและลำดับสุดท้ายคือ พนักงานขับรถสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.89$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการเข้าถึงบริการเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือขั้นตอนและกระบวนการในการจองรถมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.83$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการและการเดินทางเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($\bar{X} = 3.60$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการติดต่อสื่อสารเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนที่มากที่สุดคือในขณะที่ใช้บริการผู้ใช้บริการสามารถติดต่อบริษัทได้สะดวก ระหว่างการใช้บริการมีการติดต่อประสานงานเป็นไปด้วยดี ($\bar{X} = 3.77$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ พนักงานขับรถมีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.52$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ส่วนใหญ่มีการความพึงพอใจในการใช้บริการระดับมาก ร้อยละ 54.9

1.3.3 การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการได้รับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการได้รับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการได้รับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีช่วงเวลาการให้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการได้รับส่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ที่มีลักษณะการเดินทาง แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการได้รับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผล

1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตสำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า ความพึงพอใจในด้านการให้บริการของพนักงานขับรถ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด อันเนื่องมาจาก พนักงานขับรถทุกคน ของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จะได้รับการอบรมทักษะในการให้บริการและผ่านการประเมินการให้บริการของพนักงานขับ และเน้นให้พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย เอาใจใส่ในการให้บริการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น การดูแลสัมภาระ การอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงรถ รวมถึงความมีไมตรีจิตในการบริการ การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงอรรถาธิบายของความเป็นมิตรและสร้างบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับจึงทำให้การให้บริการของพนักงานขับรถมีความพึงพอใจสูงที่สุด สำหรับด้านที่มีคะแนนความพึงพอใจที่น้อยที่สุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร โดยในการให้บริการจากข้อเสนอแนะยังคงพบปัญหา การติดต่อกับคนขับรถระหว่างการให้บริการยังไม่สะดวกเท่าที่ควรในระหว่างรอรถรับส่ง และประเด็นพนักงานขับรถมีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีนั้น สำหรับการใช้ภาษาต่างประเทศนั้นพนักงานขับรถจะได้รับการอบรมการใช้ภาษาอังกฤษและมีทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร แต่เนื่องจากผู้ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นั้นมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หลากหลายเชื้อชาติ ซึ่งชาวต่างชาติหลากหลายชาตินี้ ก็ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารระหว่างใช้บริการไม่ดีเท่าที่ควร

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการได้รับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควินโรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ตที่มีเพศและระดับ

การศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่งไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แตกต่างจากการศึกษาของมาริษา ไกรงู (2553) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทาง ธรรมเนียมศึกษา: สายกรุงเทพฯ – เพชรบุรี โดยพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิงและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภรณ์พัชตรา ศักดา (2553) ที่ศึกษาความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทย ที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า วุฒิการศึกษามีระดับความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

สำหรับผู้ให้บริการที่มีอายุ รายได้ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ช่วงเวลาการใช้บริการ และลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มอายุ 26 -35 ปีมีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจสูงกว่า กลุ่มอายุ 15 – 25 ปี กลุ่มอายุ 46 – 55 ปี กลุ่มอายุ 56 – 65 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 65 ปี และมีความพึงพอใจใกล้เคียงกับกลุ่มอายุ 36 – 45 ปีสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนิภา งามสันติกุล (2549) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบรถไฟฟ้าแตกต่างกัน และรายได้ เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ 30,001 – 60,000 บาทจะเป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มรายได้ 90,001 – 120,000 บาท รายได้ 120,001 – 150,000 บาท และรายได้มากกว่า 150,000 บาท นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ มาริษา ไกรงู (2552) ที่พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันจะมีความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้แตกต่างกัน

จากกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปทำงาน กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปเดินทางไปติดต่อธุรกิจ และกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางไปทำธุระส่วนตัว

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อเดินทางกลับบ้าน มีความพึงพอใจแตกต่างจากทุกกลุ่ม จากการศึกษาของกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้าจะมีความพึงพอใจน้อยกว่าทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ของชรัต พิริยะวัฒน์ (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางและการยอมรับของผู้เดินทางต่อระบบขนส่งสาธารณะแบบกึ่งหัวน้ำในกรุงเทพมหานคร และชรัต พิริยะวัฒน์ (2550) ได้กล่าวว่า ผู้ใช้บริการที่

มีวัตถุประสงค์เพื่อไปทำงานนั้น ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับระบบบริการข้อมูลการเดินทาง ส่วนผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อไปพักผ่อนท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้าจะให้ความสำคัญกับระบบบริการและการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจากการศึกษา ด้านการติดต่อสื่อสารเป็นความพึงพอใจที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด และพบปัญหาความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานขับรถ

สำหรับช่วงเวลาในการใช้บริการกลุ่มผู้ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด และมีความแตกต่างกับช่วงเวลา 06.01น. – 12.00 น. และช่วงเวลา 12.01น. – 18.00 น. แต่ไม่แตกต่างกับช่วงเวลา 12.01น. – 18.00 น. เนื่องจากในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. จัดเป็นประเภทช่วงเวลาที่ไม่เร่งด่วนสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ จะไม่มีความเร่งรีบในการทำกิจกรรม เช่น ติดต่อธุรกิจ เดินทางท่องเที่ยวต่อ เป็นต้น อีกทั้ง การจราจรในช่วงนั้นแออัดน้อยกว่าในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ช่วง 06.01น. – 12.00 น. โดยการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับ มาริษา ไกรงู (2552) ที่พบว่าผู้โดยสารที่มีการใช้บริการในช่วงเวลาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่างกันของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้แตกต่างกันและลักษณะการเดินทางพบว่า กลุ่มที่มีการเดินทางคนเดียว มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีการเดินทางกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน และเพื่อนร่วมงาน โดยมีความพึงพอใจน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ที่เดินทางมาคนเดียว นั้น มีความคาดหวังในเรื่องความคล่องตัวหรือความสะดวกในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

จากการประเมินของผู้ใช้บริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านที่น้อยที่สุด ผู้บริหารควรพิจารณาและนำไปปรับปรุงคุณภาพบริการ ดังนี้

3.1.1 ด้านการติดต่อสื่อสารผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ รวมถึงพบปัญหาความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขับรถ และการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารระหว่างใช้บริการ ดังนั้นควรมีการปรับปรุง ด้านเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้มีความสะดวกรวดเร็ว คิดต่อ่ง่าย และพัฒนาศักยภาพในด้านการใช้ภาษาให้แก่พนักงานขับรถ เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสาร ได้อย่างราบรื่น

3.1.2 จัดระบบการดูแลความสะอาดภายในรถ เบาะนั่งอย่างสม่ำเสมอ การระบายอากาศที่ดี อย่างสม่ำเสมอ

3.1.3 จัดให้บริการน้ำดื่มหรือเครื่องดื่มในรถรับส่ง

3.1.4 จัดระเบียบการแต่งกายของคนขับรถ อาจปรับปรุงเป็นการแต่งกายโดยเป็นเครื่องแบบของพนักงานขับรถประจำห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรสทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

3.1.5 ควร ปรับปรุงข้อมูลการให้บริการ และมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับระบบการให้บริการ รวมถึงอัตราค่าโดยสารอย่างต่อเนื่อง

3.1.6 มีมาตรการด้านความปลอดภัยในการให้บริการรถรับส่ง รวมถึงพนักงานขับรถที่ต้องปฏิบัติตามกฎจราจร อย่างเคร่งครัด

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมประเมินความพึงพอใจ ให้ครอบคลุมตัวแปรทางการตลาดโดยครอบคลุม 7 มิติของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการรถรับส่งเพิ่มเติม อาทิ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ เพราะความภักดีของผู้ใช้บริกร หมายถึง การกลับมาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

3.2.3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต โดยเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัด รายอื่น ๆ





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

บรรณานุกรม

- กุลธรธนาพงศ์ธร.(2550). *ประโยชน์และบริการในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล*.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2553).ข้อมูลทั่วไป. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2555, จาก
<http://songkhlatourism.org/content/general/songkhla/1>
- จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*.กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตรีเพ็ชร อำเมือง. (มปป.). *คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ: กองบริหารงานทั่วไปสำนักงาน*
อธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญรักษาภูษาศล.(2549). *สาเหตุและแรงจูงใจในการให้และใช้บริการรถตู้โดยสารในเขตกทม.*
และปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ปทุมพร โพธิ์กาส. (2554). *เอกสารประกอบการบรรยายจิตวิทยาบริการ(Service Psychology) .*
คณะมนุษยศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.กรุงเทพมหานคร:
เอ็ม แอนด์ เอ็ม เลเซอร์พริ้น.
- ปรัชญาเวสารัชช. (2546). *องค์การกับลูกจ้าง*.กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญแข ช่อมณี .(2544). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน*.กรุงเทพมหานคร: เอ็มพันธ์มณี โภธิเสน.
- มริษา ไกรฐ. (2552). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำ*
เส้นทางกรณีศึกษา: สายกรุงเทพ-เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73).
(การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ .
- ขรรยง เหล่าตระกูลงาม. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ*
ของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน). (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- วีระพงษ์ เถลิมาจิระรัตน์. (2547). *คุณภาพในการบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2).กรุงเทพมหานคร:
ประชาชน.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์.(2548). *การตลาดธุรกิจบริการ*.กรุงเทพมหานคร. ซี เอ็ด ยู เคชั่น.

- ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จังหวัดขอนแก่น. (2554). รายงานการสำรวจความพึงพอใจ
ของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
จังหวัดขอนแก่น.งานวิชาการ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: ขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ คณะ.(2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
จำกัดองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (2544). รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพฯ:
องค์การขนส่งมวลชน.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2549). *สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำได้ง่ายนิดเดียว*.
กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒน์.
- สิริกุล พรหมชาติ. (2552). “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของ
บริษัท บริษัท 407 พัฒนาจำกัด”. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ประสานมิตร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2556). *รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดภูเก็ต*.
ภูเก็ต: สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต.
- สุพัตรา วิจิตรโสภณ. (2546). *ความพึงพอใจและความต้องการการรักษาพยาบาลของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. (งานวิจัยกองกิจการนักศึกษา
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์). วิทยาเขตหาดใหญ่, สงขลา.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management* 10th ed, New Jersey: Simon & Schuster.
Lovelock; & Wright. *Principles of Service Marketing and Management*, 2/E, 2002
Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Parasuraman A., Zeithaml Valarie A.; & Berry Leonard L. (1990). A Conceptual Model of
Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*.
49(8): 26.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต
คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชโดยข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะไม่ส่งผล
ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้น
แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยชุดคำถาม 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ()

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ

() 1. 15 – 25 ปี	() 2. 26 – 35 ปี
() 3. 36 – 45 ปี	() 4. 46 – 55 ปี
() 5. 56 – 65 ปี	() 6. มากกว่า 65 ปี
3. ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา	() 2. มัธยมศึกษา	() 3. อนุปริญญา
() 4. ปริญญาตรี	() 5. ปริญญาโท	() 6. ปริญญาเอก
4. สถานภาพสมรส

() 1. โสด	() 2. สมรส/คู่	() 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกทางกัน
------------	-----------------	---------------------------------
5. อาชีพ

() 1. รับจ้าง	() 2. ข้าราชการ	() 3. รัฐวิสาหกิจ
() 4. ธุรกิจส่วนตัว	() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,001 – 30,000 บาท
 () 3. 30,001 – 60,000 บาท () 4. 60,001 – 90,000 บาท
 () 5. 90,001 – 120,000 บาท () 6. 120,001 – 150,000 บาท
 () 7. มากกว่า 150,000 บาท

7. วัตถุประสงค์ที่ท่านใช้บริการรถรับส่งในการเดินทางที่ตรงกับข้อใดมากที่สุด

- () 1. เดินทางไปทำงาน () 2. เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว/ซื้อสินค้า
 () 3. เดินทางไปติดต่อธุรกิจ () 4. ไปทำธุระส่วนตัว
 () 5. เดินทางกลับบ้าน () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ช่วงเวลาใดที่ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการรถส่ง

- () 1. 0.01น.–6.00น. () 2. 6.01น.–12.00น.
 () 3. 12.01น.– 18.00น. () 4. 18.01 – 24.00 น.
 () 5. ไม่แน่นอน

9. ลักษณะการเดินทาง

- () 1. คนเดียว () 2. ครอบครัว
 () 3. กลุ่มเพื่อน () 4. เพื่อนร่วมงาน

10. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

- () 1. เดินทางตามลำพัง () 2. 2-4 คน
 () 3. 5 คนขึ้นไป



ตอนที่ 2 กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่ง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>อัตราค่าโดยสาร</p> <p>1. อัตราค่าโดยสารมีการกำหนดไว้ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกันตามที่สำนักงานขนส่งจังหวัดภูเก็ต กรมขนส่งทางบกกำหนด</p> <p>2. อัตราค่าโดยสารเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการและความสะดวกสบายที่ได้รับระหว่างการเดินทาง</p> <p>3. อัตราค่าโดยสารมีเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง</p>					
<p>ความปลอดภัยในการใช้บริการ</p> <p>4. พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง</p> <p>5. พนักงานขับรถปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด</p> <p>6. การใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าปลอดภัยด้านร่างกาย/ทรัพย์สิน</p>					
<p>ระยะเวลา</p> <p>7. ระยะเวลาในการให้บริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้</p> <p>8. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง</p> <p>9. การให้บริการตรงต่อเวลาทั้งการมารับหรือมาส่งลูกค้า</p>					
<p>ความสะดวกสบายในขณะที่ใช้บริการ</p> <p>10. สภาพภายในรถมีสภาพดี สะอาด และการระบายอากาศที่ปลอดโปร่ง</p> <p>11. สภาพเบาะที่นั่งมีความนุ่มสบาย และสะอาด</p> <p>12. ที่เก็บสัมภาระมีความพอเพียง</p>					
<p>การให้บริการของพนักงานขับรถ</p> <p>13. พนักงานขับรถมีความสุภาพเรียบร้อยและเอาใจใส่ในการให้บริการ</p> <p>14. พนักงานขับรถสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำในการเดินทาง</p> <p>15. พนักงานขับรถแต่งกายสุภาพ</p>					
<p>การเข้าถึงบริการ</p> <p>16. ช่องทางการติดต่อเพื่อใช้บริการสามารถเข้าถึงง่าย</p> <p>17. ขึ้นตอนและกระบวนการในการจองรถมีความสะดวกรวดเร็ว</p> <p>18. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลการให้บริการและการเดินทางเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ</p>					

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับส่ง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p><u>การติดต่อสื่อสาร</u></p> <p>19. ในขณะที่ใช้บริการผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับบริษัทได้สะดวกระหว่าง การใช้บริการมีการติดต่อประสานงานเป็นไปด้วยดี</p> <p>20. ในการใช้บริการมีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการและขั้นตอนการใช้บริการให้ลูกค้าได้รับทราบ</p> <p>21. พนักงานขับรถมีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี</p>					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการบริการรถรับส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ท สค
วินโรส ทรานสปอร์ต จังหวัดภูเก็ต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างสูง
รสรินทร์ แก้วเกิด



Questionnaire

Customer 's Satisfaction towards Transportation Service of Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province

Explanation: This questionnaire is designed and used as a tool to collect data which is a part of study of a graduate student in Master of Business Administration, Sukhothai Thammathirat Open University. All data obtained from questionnaire is used only for study purpose and will not affect respondent in any way. Questionnaire is divided into 3 parts as follows.

- Part I** General Information of Respondent
Part II Customer Satisfaction towards Transportation Service
Part III Recommendation on Service Development

Part I: General Information of Respondent

Instruction: Please put ✓ into () for your answer.

1. Gender

- () 1. Male () 2. Female

2. Age

- () 1. 15 – 25 Years () 2. 26 – 35 Years
 () 3. 36 – 45 Years () 4. 46 – 55 Years
 () 5. 56 – 65 Years () 6. Over 65 Years

3. Education

- () 1. Primary () 2. Secondary () 3. Diploma
 () 4. Bachelor's Degree () 5. Master's Degree () 6. Doctoral Degree

4. Marital Status

1. Single 2. Married 3. Widowed/Divorced/Separated

5. Occupation

1. Employee 2. Government Official
 3. State Enterprise Employee 4. Business Owner
 5. Others (please specify.)

6. Average Monthly Income

1. Below THB 10,000 2. THB 10,001 – 30,000
 3. THB 30,001 – 60,000 4. THB 60,001 – 90,000
 5. THB 90,001 – 120,000 6. THB 120,001 – 150,000
 7. Over THB 150,000

7. Purpose of Using Transportation Service

1. Going to Work 2. Leisure/Touring/Shopping
 3. Business Trip 4. Personal Business
 5. Going Back Home 6. Others (please specify.).....

8. Time of Using Transportation Service

1. 12.01 a.m. – 06.00 a.m. 2. 06.01 a.m. – 12.00 p.m.
 3. 12.01 p.m. – 06.00 p.m. 4. 06.01 p.m. – 12.00 a.m.
 5. Not Certain

9. Type of Traveling

1. Alone 2. With Family
 3. With Friend 4. With Colleague

10. Number of Travelers

1. Alone 2. 2-4Persons
 3. Over 5 Persons

Part II: Customer Satisfaction towards Transportation Service

Instruction: Please mark ✓ for your opinion.

Satisfaction towards Transportation Service	SatisfactionLevel				
	Very Satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very Dissatisfied
<u>Fare</u> 1. The fare is clearly specified and quoted according to standard of Phuket Provincial Land Transport Office, Department of Land Transport. 2. The fare is reasonable when focusing on service and comfort received during traveling. 3. The fare is reasonable when focusing on distance.					
<u>Safety</u> 4. Driver drives with careful manner. 5. Driver strictly follows traffic regulations. 6. The service ensures physical and property safety.					
<u>Time</u> 7. Schedule time is followed. 8. Service time suits distance. 9. Service time is delivered with punctuality.					
<u>Comfort during Service</u> 10. Vehicle interior is in good condition, clean, and has good ventilation. 11. Seat cushion is comfortable and clean. 12. Luggage storage space is sufficient for customer.					
<u>Driver</u> 13. Driver is polite and attentive to provide service. 14. Driver can provide travel information and recommendation. 15. Driver dresses properly.					

Satisfaction towards Transportation Service	SatisfactionLevel				
	Very Satisfied	Satisfied	Neutral	Dissatisfied	Very Dissatisfied
<u>Service Accessibility</u> 16. Contact channel can be easily accessed. 17. Reservation is conveniently made and quick. 18. Service and travel information is well-publicized for customer to make decision.					
<u>Communication</u> 19. Customer can conveniently contact the provider and obtain good cooperation from the provider throughout service. 20. While service is provided, fare detail and service methods are informed. 21. Driver can well-communicate with customer in proper language.					

Part III: Recommendation on Service Development

Instruction: Please provide recommendation on service development of Phuket Squeen Rose Transport Limited Partnership, Phuket Province.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your cooperation

ภาคผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. คุณสังฆกร ปัญญา
ตำแหน่งผู้บริหาร บริษัทภูเก็ต สควีน โรส ทรานสปอร์ต
2. คุณอรรณพ นิลพันธ์
ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายก่อสร้าง บริษัทสหการวิศวกรรมจำกัด
3. คุณปฐมมา กิจบำรุง
ตำแหน่งผู้อำนวยการ แผนกพัฒนาธุรกิจ บริษัท Eztable (Thailand)



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวสรินทร์ แก้วเกิด
วัน เดือน ปีเกิด	1 พฤศจิกายน 2526
สถานที่เกิด	นครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	ครุศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
สถานที่ทำงาน	ห้างหุ้นส่วนจำกัดภูเก็ต สควิน โรส ทรานสปอร์ต
ตำแหน่ง	ผู้จัดการ

