

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการขนส่งสินค้าของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด โดยศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 382 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ pair-sample t-test วิธีการศึกษาเป็นการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความไว้วางใจ (Reliability) ความมั่นใจ (Assurance) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ความใส่ใจ (Empathy) และ การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการขนส่งสินค้าของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ให้สามารถตอบสนองได้จากคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าแบ่งเป็น 2 ประเภท ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประเภทธุรกิจ สินค้าที่จัดส่งเป็นสินค้าการเกษตร มีปริมาณการส่งต่อครั้งตั้งแต่ 25.1 กิโลกรัมขึ้นไป ความถี่ในการใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือน จังหวัดปลายทางที่ส่งมาก และบ่อยที่สุด คือจังหวัดเชียงราย ส่วนลูกค้าที่เป็นประเภทบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท การศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท สินค้าที่ส่งมากที่สุดเป็นประเภทเอกสาร มีปริมาณสินค้าที่จัดส่งโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1.1 – 5.0 กิโลกรัม ส่งสินค้ามากที่สุดเดือนละ 1 ครั้ง จังหวัดปลายทางที่ส่งมาก และบ่อยที่สุด คือจังหวัดเชียงราย

โดยลูกค้าทั้งประเภทบุคคล และประเภทธุรกิจต่างก็มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการขนส่งสินค้าของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ในทุกด้าน โดยคุณภาพบริการด้านที่ลูกค้าประเภทบุคคลได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความไว้วางใจในบริการ รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความใส่ใจลูกค้า ด้านความมั่นใจในบริการ และด้านการสนองตอบลูกค้า ตามลำดับ

ส่วนคุณภาพบริการด้านที่ลูกค้าประเภทธุรกิจได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความมั่นใจในบริการ รองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความไว้วางใจในบริการ ด้านความใส่ใจลูกค้า และด้านการสนองตอบลูกค้า ตามลำดับ

This research was the study of customer's satisfaction towards the transportation service quality of Chaipattana Transportation Chiangmai Company Limited with existing 382 customers. The data were collected by the use of questionnaire. The statistic data analysis methods used consisted of frequency, percentage, standard deviation and pair-sample (t-test). The study was focused on the comparison of customer's expectation to their perception on 5 aspects of transportation service quality. Those are: reliability, assurance, tangibles, empathy and responsiveness, which could be applied to improve the delivery service quality of Chaipattana Transportation Chiangmai Company Limited and to respond to the customer's expectation on the service quality.

The results of the study showed that there were 2 types of customers. On the one hand, most of them were in business sector. The goods to deliver were mostly agricultural products with the minimum weight of 25.1 kg. per time. The frequency of service was 2-5 times per month. The most frequent destination was Chiangrai province. On the other hand, it was the personal type of customers who mostly were male working as employees of companies with the average age of 20-29 years, maximum education at bachelor degree and average salary from 5,000- 10,000 Baht. Most goods to deliver were paper document with the average weight of 1.1- 5 kg. per time and the delivering frequency of 1 time per month. Chiangrai province was the most frequent destination.

The study showed that both types of customers were satisfied with the service quality of Chaipattana Transportation Chiangmai Company Limited in all aspects. The most satisfied aspects perceived by the individual type of customer were the reliability, the tangibles, the empathy, the assurance and the responsiveness respectively. As for the business type of customer, the most satisfied aspects were the assurance, the tangibles, the reliability, the empathy and the responsiveness respectively.