

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ

การศึกษาคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์
ในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง จังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้เขียน

เจนณรงค์ เกิดทองคำ

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แสงจันทร์ กันตะบุตร

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพในการบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในมุมมองของผู้ให้บริการและผู้ให้บริการในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง จังหวัดเชียงราย

เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จำนวน 3 ราย, ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ จำนวน 7 ราย โดยใช้การวิเคราะห์การวัดคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL ตาม 5 มิติสำคัญ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้บริการที่ 3.63 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยมิติที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความน่าเชื่อถือ และมีค่าเฉลี่ยรับรู้ต่ำที่สุด ในมิติเรื่องการดูแลเอาใจใส่ ในส่วนคุณภาพการบริการค่าเฉลี่ยความคาดหวัง อยู่ที่ 3.31 ในระดับปานกลาง โดยมิติที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากที่สุดได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำที่สุดในมิติด้านการดูแลเอาใจใส่ ในการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้ใช้พบว่า มีค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการที่ 3.29 ระดับปานกลาง โดยมิติที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้มากที่สุดได้แก่ มิติเรื่องรูปลักษณ์ทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำที่สุดในเรื่องการดูแลเอาใจ

ได้ ในส่วนคุณภาพการบริการค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ที่รูปลักษณะทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยการรับรู้
น้อยที่สุดในเรื่องการดูแลเอาใจใส่

จากการเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการ โดยการศึกษาช่องว่างคุณภาพการบริการที่ 1
ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 3 และช่องว่างคุณภาพการบริการที่ 5 พบว่า ช่องว่างคุณภาพบริการที่ 1
ระหว่างความคาดหวังของผู้ให้บริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ไม่สามารถเข้าใจความ
คาดหวังของลูกค้าได้ทุกด้าน ซึ่งด้านที่ผู้ให้บริการไม่เข้าใจความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด ได้แก่
การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมีความพร้อมที่จะจัดหาให้ข้อมูลตามที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อเปรียบ
เทียบช่องว่างคุณภาพการบริการที่ 3 พบว่า ให้บริการโลจิสติกส์ในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ให้บริการ
เป็นไปตามข้อกำหนดด้านคุณภาพตามนโยบายที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเป็น
บวก และเมื่อเปรียบเทียบช่องว่างคุณภาพบริการที่ 5 ระหว่างการรับรู้การบริการในมุมมองของ
ผู้ให้บริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในธุรกิจวัสดุ
ก่อสร้างยังไม่สามารถให้บริการเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าได้ ซึ่งมีมิติที่ผู้ให้บริการมีช่องว่าง
ในความคาดหวังมากที่สุดคือมิติการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ในด้านการมีนโยบายที่เป็นลาย
ลักษณ์อักษร

คำสำคัญ: ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์/คุณภาพการบริการ/ความคาดหวัง/การรับรู้

Independent Study Title	A Study of Service Quality for Logistics Service Provider of Building Materials Business in Chiang Rai Province
Author	Jennarong Kirdtongkum
Degree	Master of Business Administration (Logistics and Supply Chain Management)
Advisor	Asst. Prof. Sangchan Kantabutra, Ph. D.

ABSTRACT

The objective of this thesis to study the service quality of logistics service providers and compare the service quality of logistics service provider for provider and client's point of view of building materials business in Chiang Rai province, which can be use as a guideline to improve service quality and service potential of logistics service provider .The data is collected through questionnaire the we give away to 3 logistics service provider and 7 logistics service clients by using an analysis to measure service quality know as SERVQUAL, which has 5 important dimension ;tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy

The results show that logistics service provider in building materials business has a mean of perception at 3.63,which is high. The dimension that has highest mean in perception is reliability dimension and the dimension that has lowest mean in perception is empathy dimension. The service quality has a mean of expectation at 3.31, which is mediocre .The dimension that has highest mean in expectation is tangible dimension and the dimension that has lowest mean is empathy dimension from client's point of view, the results show that they have a mean of service perception at 3.29,which is mediocre. The dimension that has highest mean in perception is tangible dimension and the lowest mean in perception is empathy dimension. In terms of service

quality ,that highest mean in expectation is tangible dimension and the lowest mean in service quality is empathy dimension.

When compare the fist service gap between an expectation of service provider and expectation of clients, it turn out that service quality don't understand all of client's expectation. The most important issue that service providers don't understand about client's expectation is the utilization of resources and readiness to provide information as clients request

In conclusion , logistics service provider on building materials business still can't live up to client's expectation. The highest gap in client's expectation is the assurance dimension, in terms of clearly written policy

Keywords: Logistics Service Provider/Service Quality/Expectation/Perception/Building Materials

