FACULTY OF LIBERAL ARTS AND SCIENCE
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

วารสาร ศวท: ศิลปศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
LAS: Liberal Arts, Science and Technology Journal
ISSN 3027-8929 (Online)

LAS LIBERAL ARTS, SCIENCE AND TECHNOLOGY JOURNAL

บทความวิจัย (Research Article)

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

Service Quality Influencing Decision Making to Choose Express Parcel Delivery of Services Users in Nakhon Pathom Province

วรรธนะพล ชินโชติลี้สกุล[1*] , พิสมัย เหล่าไทย[1]

[1] บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

Wattanaphol Chainchotleesakul[1*], Pissamai Loathai[1]

[1] The Degree of Master of Business Administration Thonburi University

[*] **Corresponding author**

E-mail address: watanaphol5@gmail.com; pissamai@Thonburi-u.ct.th

Received: 10/06/2025; Revised: 15/08/2025; Accepted: 27/08/2025

คำสำคัญ

คุณภาพการให้บริการ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ขนส่งพัสดุแบบด่วน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม (2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.951 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้านของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพการให้บริการ ด้านที่มีคุณค่ามากที่สุด ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการมากที่สุด คือ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของ และบริษัทขนส่งแสดงความเห็นอกเห็นใจสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัด มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ด้าน ที่เข้าสู่สมการถดถอยแบบพหุคูณ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และ ด้านการเข้าใจการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

KEYWORDS

Service Quality
Purchase Decision
Express Parcel Delivery

ABSTRACT

This study aimed to: (1) examine the levels of opinions regarding service quality and decision-making in using express parcel delivery services among customers in Nakhon Pathom Province; and (2) identify the aspects of service quality that significantly influence customers' decisions to use such services. The sample consisted of 400 respondents. Data were collected using a questionnaire with an overall reliability coefficient of 0.951. Statistical analyses included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that: (1) the overall service quality across five dimensions was rated at a high level. The highest-rated dimension was empathy, reflected in the companies' ability to understand customer needs and demonstrate concern in solving customer problems; and (2) three service quality dimensions—reliability, responsiveness, and empathy—were found to have a statistically significant influence on customers' decisions to use express parcel delivery services at the 0.05 significance level.

1. บทนำ

ในอดีตการขนส่งทางบก (Land Transportation) ถือเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีมาอย่างยาวนานที่สุดทั่วโลก ในช่วงแรก การเดินเท้าและการใช้สัตว์เพื่อช่วยเคลื่อนย้ายสิ่งของเป็นวิธีการหลัก มนุษย์เริ่มต้นด้วยการเดินทางด้วยตนเองและใช้สัตว์ต่าง ๆ เช่น ม้า ลา และอูฐ เพื่อช่วยในการขนส่งสิ่งของและสัมภาระต่าง ๆ การเดินทางและการขนส่งในรูปแบบนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อสื่อสารและการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชนและเมืองต่าง ๆ เมื่อเวลาผ่านไป เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ระบบการขนส่งทางบกได้รับการปรับปรุงและพัฒนาขึ้นตามยุคสมัย การค้นพบและการประดิษฐ์ล้อได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการขนส่งไปอย่างมาก ทำให้เกิดยานพาหนะที่สามารถเคลื่อนที่ได้เร็วขึ้นและสามารถบรรทุกสิ่งของได้มากขึ้น การพัฒนาทางเทคโนโลยีนี้ได้ก่อให้เกิดการขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางรถยนต์หรือรถบรรทุก และการขนส่งทางรถจักรยานยนต์ ซึ่งแต่ละรูปแบบมีความเหมาะสมกับการขนส่งในระยะทางและปริมาณที่แตกต่างกันสำหรับในประเทศไทย การขนส่งสินค้าในอดีตส่วนใหญ่ใช้สัตว์เป็นหลัก เช่น วัว ควาย และม้า ซึ่งเป็นวิธีการที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและการเกษตรกรรม ต่อมาในปี พ.ศ. 2430 ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการริเริ่มสร้างทางรถไฟ ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาการขนส่งในประเทศ การสร้างทางรถไฟนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเส้นทางในการโดยสารและขนส่งสินค้า ทำให้สามารถขนส่งได้ในปริมาณมากขึ้น และครอบคลุมระยะทางที่ไกลขึ้น การขนส่งทางรถไฟช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้ายสินค้าและผู้คน ทำให้การค้าและเศรษฐกิจของประเทศเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2446 รถยนต์เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทย รถยนต์และรถบรรทุกกลายเป็นยานพาหนะที่สำคัญในการขนส่งสินค้า เนื่องจากมีความสะดวกสบายและสามารถเคลื่อนที่ได้เร็วกว่า อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงพื้นที่ที่รถไฟไม่สามารถเข้าถึงได้ ทำให้การขนส่งสินค้ามีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในช่วงเวลานั้น การขนส่งทางบกในประเทศไทยได้รับการ

พัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2561)

ระบบการจัดการขนส่งสินค้ามีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการวางแผนและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจุดมุ่งหมายของการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพคือ การส่งสินค้าไปถึงลูกค้าได้ทันเวลาและมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขนส่งต่ำที่สุด การวางแผนและการจัดการที่ดีต้องครอบคลุมหลายด้าน เช่น การเลือกเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสม การเลือกวิธีการขนส่งที่ตรงกับประเภทและลักษณะของสินค้า และการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยในการสนับสนุน เช่น ระบบติดตามการขนส่งแบบเรียลไทม์ และซอฟต์แวร์จัดการโลจิสติกส์ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะถึงมือผู้รับตามกำหนดเวลาและอยู่ในสภาพที่ดี ในปัจจุบันระบบการขนส่งสินค้าขององค์กรต่าง ๆ ยังขาดรูปแบบการจัดการที่ชัดเจน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในหลาย ๆ ด้าน เช่น การล่าช้าในการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายที่สูงเกินความจำเป็น และการสูญเสียสินค้าในกระบวนการขนส่ง เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจในด้านการขนส่งที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจในด้านการขนส่งควรคำนึงถึงหลายปัจจัย เช่น การประเมินประสิทธิภาพของเส้นทางการขนส่ง การจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการขนส่ง การวิเคราะห์ข้อมูลการขนส่งเพื่อปรับปรุงกระบวนการ และการบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว นอกจากนี้องค์กรควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง เพื่อให้พนักงานสามารถใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเข้าใจในการจัดการกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการขนส่ง ดังนั้นการจัดการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการวางแผนและการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ (วรินทร์พิพัชร, 2560)

ในปัจจุบันรูปแบบธุรกิจการขนส่งมีบทบาทสำคัญในประเทศไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต่างต้องพึ่งพาการขนส่งในการกระจายสินค้าและบริการ ส่งผลให้ธุรกิจ Logistics Express เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 10-20% ต่อปีการเติบโตนี้ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดการขนส่งเพิ่มมากขึ้นในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ธุรกิจการขนส่งมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด เพื่อที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงต้นทุนเป็นหลัก นอกจากนี้ การจัดการด้านกระบวนการขนส่งและการบริการยังเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันการพัฒนากลยุทธ์ด้านการขนส่งจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนตั้งแต่การจัดการคลังสินค้า การเลือกเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและควบคุมการขนส่งไปจนถึงการให้บริการที่มีคุณภาพและทันสมัย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (ณิชาภัทร, 2561) อนึ่งนับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลาดขนส่งพัสดุไทย (Parcel Delivery) ในช่วงปี 2562-2563 เติบโตในระดับสูงจากเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์หรือ E-commerce มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในช่วงที่มีการใช้มาตรการควบคุมโรคอย่างเข้มงวดปี 2564 ตลาดขนส่งพัสดุไทยยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ Economic Intelligence Center (EIC) ธนาคารไทยพาณิชย์ คาดว่าปี 2564 มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุไทยยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องที่ราว 17% YOY มีมูลค่าราว 1.06 แสนล้านบาท และมีปริมาณขนส่งพัสดุเพิ่มขึ้นเป็นอย่างน้อย 7 ล้านชิ้นต่อวัน

นอกจากนี้พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปมีความคุ้นชินและพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นจนกลายเป็น new normal ของผู้บริโภค ขณะเดียวกันสภาวะการแข่งขันและสงครามราคา (price war) ยังมีแนวโน้มรุนแรงต่อไปในปี 2565 ประกอบการขนส่งพัสดุรายใหญ่หลายรายลงสนามแข่งขันกันอย่างดุเดือดและรุนแรงขึ้นตั้งแต่ปี 2562

ซึ่งหากย้อนดูส่วนแบ่งมูลค่าตลาด ระหว่างปี 2561 และปี 2563 ในปี 2561 มีผู้เล่นรายใหญ่ 3 รายที่ครองส่วนแบ่ง ตลาดรวมกันเกือบ 90% ได้ปรับเปลี่ยนไปสู่ตลาดขนส่งพัสดุในปี 2563 ผู้เล่นเพิ่มขึ้นเป็นทั้งหมด 7 รายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันในสัดส่วนเดียวกัน เช่น Flash Express, J&T Express, Best Express และ Shopee Express อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่ต่างเร่งขยายบริการด้วย เช่น DHL eCommerce Solutions, Ninja Van เป็นต้น ในช่วงที่ผ่านมารายได้ของผู้เล่นรายใหม่ต่างเพิ่มขึ้น หลายเท่าตัวพร้อมทั้งมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากโดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการใช้กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อขยาย/แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด และทำให้อัตราค่าจัดส่งพัสดุเริ่มต้นลดลงจาก 35-40 บาทต่อชิ้น เหลือเพียง 15-20 บาทต่อชิ้น และจะยังแข่งขันกันอย่างดุเดือดในปี 2022 (Economic Intelligence Center (EIC) (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2565)

นอกจากนี้ความไว้วางใจยังมีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันบทบาทของความไว้วางใจในภาคธุรกิจและการเงิน ตัวอย่างหนึ่งคือการวิจัยที่ระบุว่าความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ใช้บริการที่มีความไว้วางใจในระบบและบริการของธนาคารออนไลน์มักจะตัดสินใจเลือกใช้บริการดังกล่าว ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง "อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าจากมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและตั้งใจเลือกใช้บริการกับ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" โดยพบว่าความไว้วางใจในตราสินค้าและการบริการของธนาคารกรุงไทยมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับธนาคารนี้ ลูกค้าที่มีความไว้วางใจในธนาคารกรุงไทยมักจะเลือกใช้บริการของธนาคารนี้เป็นอันดับแรกอีกหนึ่งตัวอย่างที่สอดคล้องกันคือการวิจัยที่ระบุว่าความไว้วางใจมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้พบว่าผู้ใช้บริการที่มีความไว้วางใจในความปลอดภัยและความสะดวกของบริการชำระเงินผ่านมือถือมักจะเลือกใช้บริการดังกล่าวเป็นประจำ ความไว้วางใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจและตัดสินใจใช้บริการเหล่านี้ การวิจัยเหล่านี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของความไว้วางใจที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในหลายภาคส่วนของธุรกิจและการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการบริการธนาคารออนไลน์ การบริการของธนาคารพาณิชย์ หรือการบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการและส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหล่านั้น การสร้างและรักษาความไว้วางใจของลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อความสำเร็จและการเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน (เสกสิทธิ์, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจัดส่งสินค้าแบบด่วนกับในเขตนครปฐม เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มและทิศทางการวางแผนทางการตลาดในอนาคต โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยส่วนในการกระเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5) การเข้าในการรับความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เพื่อตรวจสอบว่าแต่ละปัจจัยมีผลอย่างไรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งพัสดุของผู้ใช้บริการในเขตนครปฐมการศึกษานี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้ สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ผลการศึกษายังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดการจัดส่งพัสดุที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบันผลการศึกษานี้จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุในหลาย ๆ ด้าน เช่น การปรับปรุงคุณภาพของบริการ การกำหนดราคาที่เหมาะสม การเลือกสถานที่ตั้งที่สะดวกสำหรับลูกค้า การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากร การจัดเตรียมหลักฐานทางกายภาพที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้

ผู้ประกอบการจะสามารถวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจ และผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุรายอื่น ๆ สามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาวได้อย่างมั่นคงในอนาคต

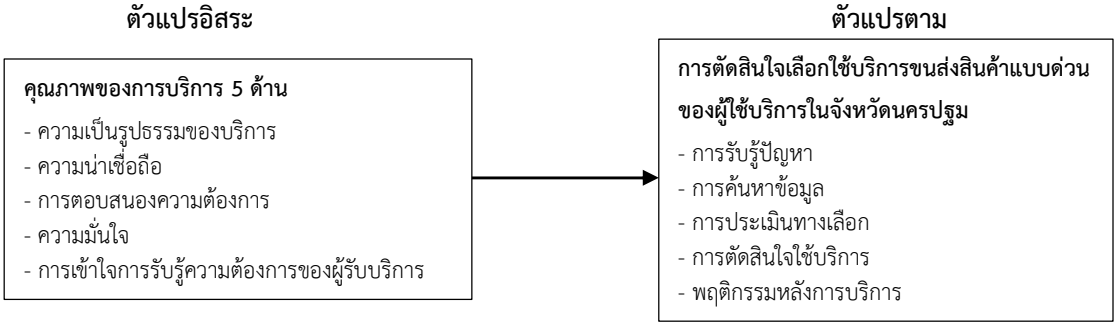
1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของ Parasuraman et al. (1988) และแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการของ Kotler and Keller (2006) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วน ในจังหวัดนครปฐม โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วน ในจังหวัดนครปฐม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) ประมาณกลุ่มตัวอย่างระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ยอมรับความคาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 จากสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 385 ชุด

ตัวอย่างการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ตัวอย่างการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(1-0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n \approx 385$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีเท่ากับ 385 ชุด แต่เพื่อลดความคลาดเคลื่อนเพิ่มความเชื่อมั่นผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมอีก 15 ชุด รวมเป็นจำนวน 400 ชุด เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปใช้เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) โดยส่วนประกอบของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) ขนส่งที่เคยใช้บริการ (6) จำนวนที่ส่งพัสดุต่อเดือน (7) ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน แบบคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบชนิดเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของขนส่ง ประกอบด้วย 5 ด้าน (1) ความเป็นรูปประธรรมของบริการ (2) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ (3) ด้านการตอบสนองความต้องการ (4) ด้านการให้ความมั่นใจ (5) ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert' s Five Rating scale) โดยมีเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้ดังนี้ คะแนน 5, 4, 3, 2 และ 1 ระดับความเห็น หมายถึง เห็นด้วย มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) การตระหนักถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจใช้บริการ (5) พฤติกรรมหลังการใช้บริการ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert' s Five Rating scale) โดยมีเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้ คะแนน 5, 4, 3, 2 และ 1 ระดับความเห็น หมายถึง เห็นด้วย มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้ว ไปดำเนินการตามขั้นตอน

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาถึงรายละเอียดเพื่อครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้เพื่อสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ (1) แบบสอบถามที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการขนส่ง (2) แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการของผู้บริการขนส่ง

3. นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มา

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและความชัดเจนในแบบสอบถาม รวมทั้งพิจารณาข้อคำถามแต่ละส่วนของแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดผลหรือไม่ โดยกำหนดคะแนนความเห็น ดังนี้

1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับนิยามศัพท์
0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับนิยามศัพท์
-1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และการปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาอีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์ ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

6. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สูตร IOC = $\frac{\sum r}{n}$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องวัตถุประสงค์กับแบบสอบถาม

∑r คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.84

7. นำแบบสอบไปทดสอบกับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา (Try out) โดยเป็นผู้ที่มาส่งพัสดุแบบด่วน จำนวน 30 ชุดแล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.951

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาส่งพัสดุแบบด่วนในสาขาจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ชุด

2. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนและมีความสมบูรณ์ จำนวน 30 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 1.00

3. นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) ขนส่งที่เคยใช้บริการ (6) จำนวนที่ส่งพัสดุต่อเดือน (7) ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน แบบคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบชนิดเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ประกอบด้วย 5 ด้าน (1) ความเป็นรูปประธรรมของบริการ (2) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ (3) ด้านการตอบสนองความต้องการ (4) ด้านการให้ความมั่นใจ (5) ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) กำหนดระดับการแปลผลโดยใช้สูตรการคำนวณอัตราภาคชั้น ดังนี้

อัตราภาคชั้น =(คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น

= (5-1)/5

= 0.8

จากการคำนวณหาค่าอัตราภาคชั้นแล้ว สามารถนำมากำหนดเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการ แปลความหมาย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00, 3.41-4.20, 2.61-3.40, 1.81-2.60 และ 1.00-1.80 หมายความว่า ระดับความเห็นด้วย มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) การตระหนักถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจใช้บริการ (5) พฤติกรรมหลังการใช้บริการ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert’ s Five Rating scale) โดยมีเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้

อัตราภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น

= (5-1)/5

= 0.8

จากการคำนวณหาค่าอัตราภาคชั้นแล้ว สามารถนำมากำหนดเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการ แปลความหมาย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00, 3.41-4.20, 2.61-3.40, 1.81-2.60 และ 1.00-1.80 หมายความว่า ระดับความเห็นด้วย มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

สถิติสำหรับหาคุณภาพการให้บริการที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตนครปฐม ตัวแปรต้นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่ โดยการใช้วิธีวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยรวมและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านคุณภาพของการบริการ ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวม

ด้าน	คุณภาพการให้บริการของขนส่ง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.95	0.74	มาก
2	ความน่าเชื่อถือ	3.91	0.92	มาก
3	การตอบสนองความต้องการ	3.90	0.82	มาก
4	ความมั่นใจ	3.97	0.82	มาก
5	การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ	3.99	0.82	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.94**	**0.82**	**มาก**

จากตารางที่ 2 คุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรก คือด้าน การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.99, S.D. = 0.82) รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97, S.D. = 0.82) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, S.D. = 0.74) ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91, S.D. 0.92) และลำดับสุดท้าย คือด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90, S.D. = 0.82)

3.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายด้าน

ด้าน	การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การประเมินทางเลือก	4.00	0.81	มาก
2	พฤติกรรมหลังการบริการ	3.94	0.79	มาก
3	การตัดสินใจใช้บริการ	3.85	0.93	มาก
4	การรับรู้ปัญหา	3.84	0.93	มาก
5	การค้นหาข้อมูล	3.72	0.97	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	**3.87**	**0.89**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.8, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรกคือ ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94, S.D. = 0.79) ด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.85, S.D. = 0.93) ด้านการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84, S.D. = 0.93) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72, S.D. = 0.97)

3.3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบ ด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

	B	Std. Error	Bata	t	Sig.
ค่าคงที่	1.867	0.171		10.897	0.000*
ความเป็นรูปธรรม (X1)	0.002	0.045	0.02	0.37	0.970
ความน่าเชื่อถือ(X2)	0.179	0.044	0.220	4.039	0.000*
การตอบสนอง(X3)	0.097	0.046	0.127	2.108	0.036*
ความมั่นใจ(X4)	0.066	0.046	0.089	1.450	0.148
การเข้าใจการรับรู้(X5)	0.164	0.044	0.217	3.703	0.000*

Durbin-Watson = 1.937, R = 0.529, R2 = 0.280, F = 30.692, Sig. of F = 0.000, * =0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสถิติ Durbin-Wats = 1.937 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.50-2.50 ซึ่งหมายถึงค่าความค่าเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน เป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ ค่า R เท่ากัน 0.529 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐมซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.529 ค่า R2 เท่ากับ 0.280 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้น สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ได้ร้อยละ 28.0 ค่า F เท่ากับ 30.692 ชี้ให้เห็นว่าการถดถอยแบบพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 30.692 เท่า ค่า Sig. of F เท่ากับ 0.000 ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 1 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ค่า B แสดงถึงค่าคงที่และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระที่

ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งค่าคงที่ เท่ากับ 1.867 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ด้านความเป็นรูปธรรมเท่ากับ 0.002 ด้านความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.179 ด้านการตอบสนองเท่ากับ 0.097 ด้านความมั่นใจ 0.066 ด้านการเข้าใจการรับรู้ 0.164 ตามลำดับ ค่า t ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างค่าคงที่และกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งพบว่า ค่า t ของค่าคงที่เท่ากับ 10.897 (Sig. < 0.05) ด้านความเป็นรูปธรรมเท่ากับ 0.37 (Sig. > 0.05) ด้านความน่าเชื่อถือเท่ากับ 4.039 (Sig. < 0.05) ด้านการตอบสนองเท่ากับ 2.108 (Sig. < 0.05) ด้านความมั่นใจ 1.450 (Sig. > 0.05) ด้านการเข้าใจการรับรู้ 3.703 (Sig. < 0.05) ตามลำดับ

4. บทสรุป

4.1 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรก คือ ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และลำดับสุดท้าย คือด้านการตอบสนองความต้องการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ พนักงานขนส่งให้บริการด้วยความใส่ใจต่อ ความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าบริษัทขนส่งมีความยืดหยุ่นใน การปรับบริการให้ตรงกับความต้องการ พนักงานขนส่งให้คำแนะนำหรือข้อมูลเพิ่ม เติมอย่างเต็มใจและเป็นประโยชน์ และลำดับสุดท้าย ท่านได้รับการช่วยเหลืออย่างดี เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในการขนส่ง ตามลำดับ

2. ด้านความมั่นใจ กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านความมั่นใจ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ท่านรู้สึกเชื่อมั่นในความสามารถของ พนักงานในการจัดการการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของพัสดุขณะทำการขนส่ง ท่านพึงพอใจกับมาตรการ ความปลอดภัยที่บริษัทขนส่งมีให้ และลำดับสุดท้าย การรับประกันความเสียหายหรือการสูญหาย ของพัสดุเป็นที่ชัดเจนและเข้าใจได้ ตามลำดับ

3. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ระบบติดตามสถานะพัสดุ ออนไลน์ใช้งานง่ายและสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ยานพาหนะและอุปกรณ์ของบริษัทขนส่ง อยู่ในสภาพดีและทันสมัย ท่านพึงพอใจกับความสะอาดและ การจัดระเบียบของอุปกรณ์ขนส่ง และลำดับสุดท้าย พนักงานขนส่งแต่งกายเรียบร้อย และเป็นมืออาชีพ ตามลำดับ

4. ด้านความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านความน่าเชื่อถือ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ บริการขนส่งพัสดุสามารถส่งถึงปลายทางได้ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านพึงพอใจกับความแม่นยำในการติดตามสถานะพัสดุของบริษัทขนส่ง พัสดุที่ได้รับมีความสมบูรณ์และ ไม่มีความเสียหาย และลำดับสุดท้าย ท่านเคยประสบปัญหาพัสดุสูญหายระหว่างการขนส่ง ตามลำดับ

5. ด้านการตอบสนองความต้องการ กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านการตอบสนองความต้องการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ การจัดส่งพัสดุมีความ รวดเร็วตามที่บริษัทแจ้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านพึงพอใจกับ

ความรวดเร็วใน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง บริการขนส่งตอบสนองต่อคำถามหรือ ข้อร้องเรียนของคุณได้รวดเร็ว) และ ลำดับสุดท้าย ท่านได้รับการแจ้งเตือนหรืออัปเดต ข้อมูลการจัดส่งพัสดุอย่างทันเวลา ตามลำดับ

4.2 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับแรก ด้านการประเมินทางเลือก รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมหลังการบริการ ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการรับรู้ปัญหา และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านการประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ด้านการประเมินทางเลือก ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ความรวดเร็ว ราคาหรือความปลอดภัย มีความสำคัญที่สุดในการประเมิน การเลือกบริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านพิจารณาการรับประกันความปลอดภัย ของพัสดุในการเลือกใช้บริการขนส่ง ท่านเคยตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งพัสดุแบบ ด่วนจากความพึงพอใจในบริการก่อนหน้านี้ และลำดับสุดท้าย ท่านเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของ บริษัทขนส่งหลายแห่งก่อนตัดสินใจเลือก ตามลำดับ

2. ด้านพฤติกรรมหลังการบริการ กลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ท่านพอใจกับคุณภาพการให้บริการของ บริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านจะกลับมาใช้บริการของบริษัท ขนส่งพัสดุด่วนอีก ท่านพึงพอใจกับการช่วยเหลือของบริษัทขนส่งพัสดุด่วน และลำดับสุดท้าย ท่านพึงพอใจกับระบบติดตามพัสดุของบริษัทขนส่งตามลำดับ

3. ด้านการตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ท่านให้ความสำคัญในเรื่องของ ราคา ความรวดเร็ว หรือการให้บริการ ในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการขนส่งจาก โปรโมชั่นส่วนลดจากบริษัทขนส่ง ท่านเคยได้รับคำแนะนำหรือคำชี้แนะจาก ผู้อื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งพัสดุ และลำดับสุดท้าย ท่านเคยประสบกับปัญหาในการตัดสินใจเลือก ใช้บริการขนส่งแบบด่วน

4. ด้านการรับรู้ปัญหา กลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนเมื่อมีความจำเป็นเร่งด่วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การขาดความสะดวกในการส่งพัสดุด้วยตนเองส่งผลให้คุณเลือกใช้บริการขนส่งแบบด่วน ท่านรู้สึกถึงความจำเป็นที่จะใช้บริการขนส่งพัสดุ แบบด่วนเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และลำดับสุดท้าย ท่านเคยประสบปัญหาที่ทำให้ต้องใช้บริการ ขนส่งพัสดุแบบด่วน

5. ด้านการค้นหาข้อมูล กลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับแรก คือ ท่านมักใช้ความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการคน อื่นในการเลือกบริษัทขนส่งพัสดุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การหาข้อมูลจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของ บริษัทขนส่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการของคุณ ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วนจากผู้มีประสบการณ์ในการใช้งานจริง และเว็บไซต์ของบริษัท และลำดับสุดท้าย ท่านเคยค้นหาโปรโมชั่นหรือข้อเสนอพิเศษ จากบริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วน

4.3 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

ผลจาการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดค่า

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ด้านประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ จากการวิเคราะห์พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และ ด้านการเข้าใจการรับรู้ ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม และ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความมั่นใจ ไม่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 อภิปรายผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

1. ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการบริการ 5 ด้าน ของบริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพการให้บริการ ด้านที่มีคุณค่ามากที่สุด ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการมากที่สุด คือ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งพัสดุแบบด่วนให้ความสำคัญกับ ให้บริการด้วยความใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า ร่วมไปถึงการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้ดี บริษัทขนส่งให้บริการที่มีความเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้า และ บริษัทขนส่งแสดงความเห็นอกเห็นใจสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988) กล่าวว่า ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละคน เป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าสามารถประเมินผลงานการบริการโดยเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ต้องการกับความคาดหวังที่ต้องการได้รับ ซึ่งมีมาตรวัดความพอใจการบริการ 21 คำถามครอบคลุมทั้ง 5 มิติข้างต้น แบบสอบถามจะถามคำถามที่เป็นมาตรวัดทั้ง 21 คำถามว่าลูกค้าคาดหวังบริการไว้อย่างไรแล้วจึงถามคำถามเดียวกันว่าบริการที่ได้รับไปนั้นเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าบริการที่ได้รับทำให้มีความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้แสดงว่าคุณภาพการบริการไม่ดีพอ แต่ในทางกลับกันถ้ามีความพึงพอใจดีเท่ากับหรือเกินความคาดหวังจากที่ตั้งไว้ แสดงว่าคุณภาพการให้บริการดีหรือดีมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ชนก (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย)จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด เขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างคุณภาพของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมี การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านที่มีคุณค่ามากที่สุด ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านการประเมินทางเลือก แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งพัสดุแบบด่วนให้ความสำคัญกับ การจะประเมินทางเลือกในการเลือกใช้ให้บริการของบริษัทขนส่ง โดยปัจจัยใดสำคัญที่สุดในการประเมินการเลือกบริษัทขนส่งพัสดุแบบด่วน เช่น ความรวดเร็ว ราคาหรือความปลอดภัยซึ่งลอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2006) กล่าวว่า ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพียงพอแล้ว ผู้บริโภคจะเริ่มประเมินทางเลือก โดยมีขั้นตอนดังนี้: ขั้นแรกผู้บริโภคจะพยายามตอบสนองความต้องการของตน ขั้นที่สองจะมองหาประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการนั้น ๆ และสุดท้ายผู้บริโภคจะพิจารณาสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และเปรียบเทียบเพื่อหาตัวเลือกที่ตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด นักการตลาดจึงควรคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันโดยพิจารณาความเชื่อและทัศนคติของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ (2565) ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกตัวแทนในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาครั้งนี้

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของ ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบเจาะจง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่าง กันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 44.8 และ 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทน ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 อำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 63.9

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม

จากการทดลองสมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ด้าน มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ด้าน ที่เข้าสู้สมการถดถอยแบบพหุคูณ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และ ด้านการเข้าใจการรับรู้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งพัสดุแบบด่วนให้ความสำคัญกับ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และ ด้านการเข้าใจการรับรู้ ซึ่ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยธร (2565) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ ใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ไปใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ หลายขั้นตอน ซึ่งจะมีคำถามคัดกรองก่อนแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับความ ต้องการ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน-พฤศจิกายน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้วิจัยทำการทดสอบด้วยสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านรูปธรรม ความไว้วางใจ และ การประกันคุณภาพมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองและความเข้าใจลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4.5 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าความน่าเชื่อถือมากที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนของผู้ใช้บริการในจังหวัดนครปฐม แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุแบบด่วนให้ความสนใจในเรื่องการส่งมอบพัสดุปลายทางได้ตรงเวลา มีความสมบูรณ์และไม่มีความเสียหาย และไม่ประสบปัญหาพัสดุสูญหายระหว่างการขนส่ง จึงจะสามารถสร้างความสนใจให้ผู้ที่มาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

2. ด้านความเป็นรูปธรรม มีค่าความน่าเชื่อถือน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่า บริษัทขนส่งต้องปรับปรุงในเรื่องของ ยานพาหนะและอุปกรณ์ของบริษัทขนส่งให้มีสภาพดีและทันสมัย และควรปรับปรุงอาคารสถานที่และสำนักงานของบริษัทขนส่งมีความสะอาดและเป็นระเบียบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ที่สนใจควรศึกษาเกี่ยวกับด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น เพราะในปัจจุบันนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งพัสดุแบบด่วน ของบริษัทมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะได้เข้าใจถึงการรับรู้และความต้องการของผู้บริโภคผู้รับบริการมากขึ้นและนำมาพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสามารถทราบถึงข้อเท็จจริง ของความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้องและแม่นยำจนก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่ศึกษาให้ได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กนกกาญจน์ อุณหพงศา. (2565). การตัดสินใจเลือกตัวแทนในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5*(2), 86–101.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์. (2561). *รายงานการค้าและการส่งออกของประเทศไทย ปี 2561*. กระทรวงพาณิชย์.

ธันยธร ติณภพ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24*(1), 85–96.

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2565). *แนวโน้มอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย ปี 2565*. https://www.scbeic.com/th/detail/product/LOGISTICS-INDUSTRY-100124

พิมพ์ชนก อรรถวิเวก. (2564). *การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.

วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. (2560). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจชุมชนประเภทร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารพิกุล, 21*(1), 95-112.

เสกสิทธิ์ มุ่งรวยกลาง. (2561). *ปัจจัยประสิทธิภาพและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความไว้วางใจ และการเลือกใช้ธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณิชาภัทร บัวแก้ว. (2561). *พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). John Wiley and Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.