วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม ปี พ.ศ. 2565

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

A STUDY OF LOGISTICS FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION IN USING PRIVATE FREIGHT SERVICE COMPANY OF ONLINE CLOTHING STORE IN BANGKOK AND METROPOLITIAN AREAS

กัญญ์กณิษฐ์ กมลกิตติวงศ์[1] นพปฎล สุวรรณทรัพย์[2]
Kankanit Kamolkittiwong[1] Noppadol Suwannasap[2]

[1,2]สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
[1,2]Logistics and Supply Chain, Import and Export, Retail Business Management
Rajamangala University of Technology Thanyaburi
E-mail [1]kankanit_k@rmutt.ac.th [2]noppadol_s@rmutt.ac.th

Received July 27,2022
Revised November 14,2022
Accepted December 1,2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ของผู้ประกอบการจำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ที่อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 400 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยด้านโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยด้านการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุด ตามด้วยต้นทุนโลจิสติกส์ ความปลอดภัยของสินค้า ระยะเวลาในการขนส่งสินค้า และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการให้บริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ความพึงพอใจ บริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์

ABSTRACT

The objective of this research study was to explore the factors affecting the satisfaction in using private freight service company of online clothing store in Bangkok and Metropolitan areas. The sample group used in this study comprised 400 online clothing stores in Bangkok and Metropolitan areas. Questionnaires were used as a research instrument to collect the data and the data were analyzed by descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis was tested by using One-Way ANOVA and Pearson Correlation Technique. The findings shown that the personal factors which were gender and the inequality of income had the effect on the satisfaction in using private freight service company and all logistics factors. This suggested that there was a significant difference between the two sides. All aspects had the strong relationship with the satisfaction in using private freight service company at significant level 0.05. The factors that had the strongest relationship with customer' s satisfaction were service, logistics cost, product' s safety, transportation's duration, and information technology respectively.

Keywords

Logistics Factors, Satisfaction, Private Transportation Company, Online Clothing Shop

ความสำคัญของปัญหา

การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ถือเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการซื้อขายสินค้า ประกอบกับวิถีชีวิตของประชาชนทั่วไปได้ปรับไปสู่การใช้ชีวิตในรูปแบบความปกติใหม่ (New Normal) ส่งผลให้การซื้อขายสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงไป การใช้รูปแบบการตลาดบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic-Marketplace) เว็บไซต์สื่อกลางในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่รวมร้านค้าหลายแห่งไว้ในที่เดียวกัน เช่น ช้อปปี้ (Shopee) ลาซาด้า (Lazada) เจดี เซ็นทรัล (JD Central) และอื่น ๆ ทำให้การค้นหาและซื้อขายสินค้าทำได้ง่ายขึ้น มีการรีวิวคุณภาพสินค้าจากผู้ซื้อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการประชาสัมพันธ์ และดึงดูดลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าส่งผลให้รูปแบบการซื้อขายกลายเป็นสิ่งที่สนุกสำหรับผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ร้านค้าและผู้ประกอบการในยุคออนไลน์ จำเป็นต้องปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป (BOT พระสยาม Magazine, 2564) สินค้าที่ขายดีของโลกออนไลน์ในปี 2565 คือ กลุ่มสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำที่จำหน่ายผ่านทางออนไลน์ สามารถสร้างรายได้ถึงปีละ 400 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี คิดเป็นเงินไทยประมาณ 13,400 ล้านบาท สินค้าขายดีในหมวดหมู่นี้ ได้แก่ เสื้อเบลเซอร์ เสื้อครอป ชุดนอน ชุดว่ายน้ำ และกระเป๋า (รัชนีกร ทองรอด, 2565) การเติบโตดังกล่าวส่งผลให้

ร้านค้าออนไลน์ที่จำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องประดับมีจำนวนเพิ่มขึ้น และเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย นอกเหนือจากคุณภาพสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแล้ว การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของผู้จำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริการด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการขนส่งและโลจิสติกส์ (กรวิท ชุณห์อนุรักษ์, 2562).

ธุรกิจให้บริการขนส่งพัสดุไทยในปี พ.ศ. 2565 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ปริมาณการขนส่งพัสดุเพิ่มขึ้นเป็นอย่างน้อย 7 ล้านชิ้นต่อวัน สาเหตุมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความคุ้นชินและพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจให้บริการขนส่งกลายเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นของธุรกิจดังกล่าวและการเข้ามาของผู้ประกอบการขนส่งพัสดุรายใหญ่ ได้ส่งผลให้สภาวะการแข่งขันในตลาดรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านราคา ในปี พ.ศ. 2565 การแข่งขันของผู้ให้บริการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ มีแนวโน้มรุนแรงต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายสู่ตลาดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการให้บริการให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปุญญภพ ตันติปิฎก , 2565) การให้บริการขนส่งสินค้ากับกลุ่มร้านค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ไม่เพียงให้ความสำคัญกับกิจกรรมขนส่งเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องให้บริการด้านโลจิสติกส์อย่างอื่น เพิ่มเติมด้วย เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ การลดระยะเวลาการขนส่งและการเพิ่มความปลอดภัย เพื่อให้สินค้าส่งถึงมือลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์ (กรวิท ชุณห์อนุรักษ์, 2562).

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

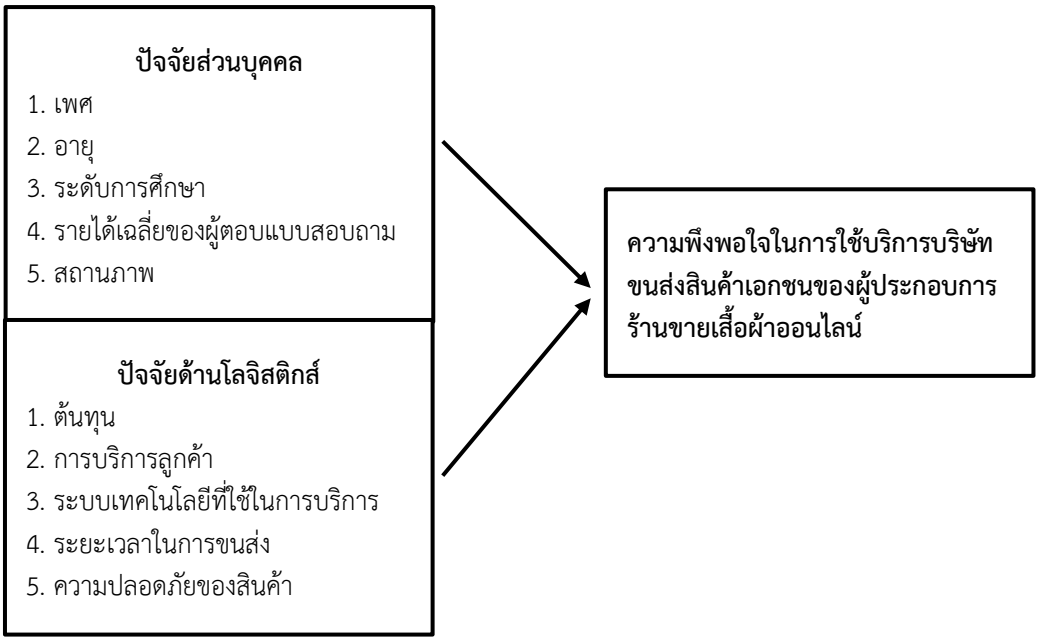
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านโลจิสติกส์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอในในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 3 ประเด็น ได้แก่

1**. แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากรศาสตร์**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้กล่าวว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยบ่งชี้ตลาดเป้าหมาย หรือกลุ่มลูกค้าขององค์กรได้อย่างชัดเจน ตัวชี้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่มีความง่าย ชัดเจน และมีความสะดวกต่อการแบ่งกลุ่ม สามารถแบ่งได้แบ่งรายด้านดังนี้ เพศ (Sex) อายุ (Age) สถานภาพ (Status) รายได้ (Income) ระดับการศึกษา (Education) และอาชีพ (Occupation) โดยความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวส่งผลต่อความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างการ การแบ่งกลุ่มตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่เหมาะสมทำให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้ ไม่นำลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมาทำการศึกษา เนื่องจากกลุ่มประชากรเป็นกลุ่มที่มีอาชีพจำหน่ายสินค้าออนไลน์เหมือนกัน

2. แนวคิดด้านโลจิสติกส์

กิจกรรมโลจิสติกส์ เป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมดประกอบด้วย 13 กิจกรรม แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุนในงานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการคัดเลือกกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญต่อการขนส่งสินค้าสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ตามงานวิจัยของ ฐาปนี เรืองศรีโรจน์ และสรียา วิจิตรเสถียร (2563) ที่ทำการศึกษาคุณภาพของการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญ โดยแบ่งเป็นคุณภาพพื้นฐานที่จำเป็นต้องมี ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการจัดส่ง ความปลอดภัยของสินค้า ความสามารถในการให้บริการ ต้นทุนในการจัดส่งที่เหมาะสม และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ ซึ่งคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ดังกล่าว เป็นความคาดหวังขั้นต่ำของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่มีต่อกิจกรรมโลจิสติกส์ ในขณะที่งานวิจัยของ กรวิท ชุณห์อนุรักษ์ (2562) ระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านต้นทุน ด้านคุณภาพในการให้บริการ และด้านการจัดส่ง เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์

3. แนวคิดทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก ภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย ในงานวิจัยนี้ใช้แนวคิดในการประเมินความพึงพอใจตามงานวิจัยของ กิตตินาท นุ่นทอง ภัทรพล ชุ่มมี และวงศ์ธีรา สุวรรณิน (2562) ที่ระบุถึงคุณภาพในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย ความเหมาะสมด้านเวลา สภาพสินค้า ความถูกต้อง และคุณภาพกระบวนการโลจิสติกส์ที่ระบุถึงคุณภาพของพนักงาน และอัตราค่าบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอแครน Cochran (1977) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้น จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเป็นจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามบางชุดที่ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถใช้งานได้

ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นวิธีการที่อาศัยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างเป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามที่กำหนดไว้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้คือแบบสอบถาม ทำการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 3) ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเอกชน 4) ข้อเสนอแนะอื่น

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา จากการคำนวณค่า IOC ของแบบสอบถาม ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.93 ซึ่งเกินจากเกณฑ์ 0.5 ถือว่าใช้ได้ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ได้เท่ากับ 0.82 ซึ่งเกินจากเกณฑ์ 0.7 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการวัดคุณสมบัติ และการกระจายตัวของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อใช้ในการวัดความแตกต่าง และความสัมพันธ์ของข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และมีสถานภาพโสด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57

2. ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโลจิสติกส์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโลจิสติกส์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านต้นทุนโลจิสติกส์เป็นปัจจัยที่ผู้จำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์ให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.83) ตามด้วย ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.87) ปัจจัยด้านความปลอดภัยของ

สินค้า ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.96) ปัจจัยด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.92) และปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่ง เป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.87)

3. ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน จะพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในด้าน สินค้ามีความถูกต้องสมบูรณ์เมื่อไปถึงปลายทาง ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.70) ตามด้วย การบริการที่มีมาตรฐานตรงต่อเวลา ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.80) ความสะดวกในการเข้าถึง และการใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.69) การกำหนดอัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสม และชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.76) พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.82) และความพึงพอใจด้านจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการบริการ ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.80) เป็นลำดับสุดท้าย

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอในในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลที่แตกต่างกัน แสดงผลการทบสอบสมมติฐานตามตารางที่ 1 ด้านล่าง

ตารางที่ 1: ผลการทดสอบสมมติฐานความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)

ตัวแปร	สถิติ	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	F-Test	**.000***	**สอดคล้อง**
อายุ	F-Test	.357	ไม่สอดคล้อง
ระดับการศึกษา	F-Test	.719	ไม่สอดคล้อง
รายได้เฉลี่ย	F-Test	**.001***	**สอดคล้อง**
สถานภาพ	F-Test	.087	ไม่สอดคล้อง

***ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05**

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ **1** พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ (เพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก) และในด้านรายได้เฉลี่ยจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนในระดับที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส จะมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงตามตารางที่ 2 ด้านล่าง

ตารางที่ 2: ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านโลจิสติกส์ และความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์	Sig	Pearson correlation coefficient
1. ด้านต้นทุนโลจิสติกส์	.000*	.935
2. ด้านการให้บริการลูกค้า	.000*	.960
3. ด้านระบบเทคโนโลยีในการให้บริการ	.000*	.892
4. ด้านระยะเวลาในการขนส่ง	.000*	.906
5. ด้านความปลอดภัยของสินค้า	.000*	.913
รวมเฉลี่ย	**.000***	**.921**

***ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านโลจิสติกส์ และความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าเอกชน พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งสินค้าเอกชนในระดับสูง เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์แยกตามปัจจัยด้านโลจิสติกส์เป็นรายด้านพบว่า การให้บริการลูกค้า เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสูงที่สุด ตามด้วยปัจจัยด้านต้นทุน ด้านความปลอดภัยของสินค้า ด้านระยะเวลาการขนส่ง และด้านระบบเทคโนโลยีในการให้บริการ ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล พบประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ และปัจจัยด้านโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ โดยการอภิปรายจะแยกตามประเด็นสำคัญดังนี้

1. จากการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่าผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ที่มีเพศและรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนในระดับที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์พัฒน์ เถาทอง และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2563) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ มีความพึงพอใจในการใช้บริการอาคารโดยสารขาออก สนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน และงานวิจัยของ ณัฐวิมล จักรนวรัตน์ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2563) ที่ระบุว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งพัสดุของบริษัท SCG Express แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการในเรื่องของ เพศ และรายได้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อออกแบบการให้บริการและกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

2. จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยด้านโลจิสติกส์ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ในทุกด้าน ว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า สอดคล้องกับ งานวิจัยของ คฑาวุธ เจียมบัว และสันติธร ภูริภักดี (2563) ที่ระบุว่าคุณภาพด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ เช่นเดียวกับ วิริยา บุญมาเลิศ (2560) ที่ระบุว่า กิจกรรมโลจิสติกส์โดยเฉพาะการขนส่ง และการกระจายสินค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ พิมพ์ชนก อรรถวิเวก (2562) ที่ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ให้บริการขนส่งสินค้าควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ในทุกด้าน เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยตรง และควรให้ความสำคัญในส่วนของการบริการลูกค้ามากเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยการให้ความสำคัญในส่วนของต้นทุนการขนส่ง ความปลอดภัยของตัวสินค้า ระยะเวลาในการขนส่ง ในขณะที่ความสำคัญในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามมุมมอง ของผู้ใช้บริการที่เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์มองว่ามีความสำคัญในอันดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาในภาพรวมของการอภิปรายผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความแตกต่างทางเพศและรายได้ของผู้ประกอบการจำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ในขณะที่ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์อันประกอบด้วย ต้นทุนโลจิสติกส์ การให้บริการลูกค้า ระบบเทคโนโลยีในการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง ด้านความปลอดภัยของสินค้า ล้วนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับที่สูง ผู้ประกอบการให้บริการขนส่งสินค้าจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีต่อประเด็นดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างด้านเพศและรายได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจะพิจารณากลุ่มเป้าหมายหลักของตนเองว่าอยู่ในกลุ่มใด เป็นเพศชาย เพศหญิง หรือเพศทางเลือก เพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าควรจะมีการออกแบบราคาในการขนส่งสินค้าที่มีความหลากหลายสอดรับกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ทุกด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพในกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรมในเรื่องของการ

ให้บริการลูกค้า ด้านต้นทุนโลจิสติกส์ ด้านความปลอดภัยของสินค้า ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านเทคโนโลยีในการให้บริการ ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

งานวิจัยฉบับนี้ ทำการศึกษาผู้ใช้บริการที่อยู่ใน 1 กลุ่มอุตสาหกรรม นั้นคือ ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ เพียงกลุ่มธุรกิจเดียว ผลการวิจัยอาจจะไม่ครอบคลุมผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจอื่น การนำผลการวิจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มธุรกิจอื่นอาจมีความเสี่ยงที่จะทำให้ผลการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับที่ศึกษา ทางผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้มีการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวกับกลุ่มตัวอย่างที่มาจากกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐาน และไม่มีข้อมูลที่เป็นเชิงลึก จึงไม่สามารถวิเคราะห์ประเด็นปัญหาสำหรับข้อมูลเชิงลึกได้ ผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการทำวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรวิท ชุณห์อนุรักษ์ (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กิตตินาท นุ่นทอง ภัทรพล ชุ่มมี และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2562). รูปแบบคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. *BU ACADEMIC REVIEW,* 18(2). (26-41).

คฑาวุธ เจียมบัว และสันติธร ภูริภักดี (2563). ผลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบขนส่งด่วนในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 1(2). (34-60)

ฐาปนี เรืองศรีโรจน์ และ สรียา วิจิตรเสถียร (2563) คุณภาพการบริการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามแบบจำลองของคาโน. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 7(2). (133-148).

ณัฐวิมล จักรนวรัตน์ และ นพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2563) ศึกษาความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง พัสดุกรณีศึกษา บริษัท SCG Express. การประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการ นวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ. (น.543 – 561) ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต

ปุญญภพ ตันติปิฎก (2565). เกาะติดตลาดขนส่งพัสดุ 2022 : เร่งปรับตัวและขยายสู่ตลาดใหม่ในวันที่การแข่งขันยังรุนแรงต่อเนื่อง, สืบค้น 10 มิถุนายน 2565, จาก https://www.marketthink.co/27064

พงษ์พัฒน์ เถาทอง และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม (2563) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้อาคารโดยสารขาออก ของสนามบินสุวรรณภูมิ. การประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการ นวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ. (459 – 477) ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต

รัชนีกร ทองรอด (2565). เทรนด์สินค้าที่จะขายดีบนออนไลน์ปี 2565. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2565, จาก ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี (https://www.smethailandclub.com)

วิริยา บุญมาเลิศ. 2560. ปัจจัยของกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพ: พัฒนาศึกษา.

พระสยาม Magazine (2564). ส่องเทรนด์การค้าออนไลน์ไทยจากวิกฤติโควิด 19. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2565. จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256401TheKnowledge_CommerceTrend.aspx

Cochran, W.G. (1977) *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Kankanit Kamolkittiwong **Highest Education:** Doctoral Degree in Business Administration. (DBA.) **University or Agency: :** Rajamangala University of Technology Thanyaburi **Field of Expertise:** Logistics and Supply Chain, Import and Export, Retail Business Management. **Address:** 55/153 Muang Ek,Lak Hok, Mueang Destrict, Pathum Thani, 12000
	Name and Surname: Noppadol Suwannasap **Highest Education:** Doctoral Degree in Business Administration. (DBA.) **University or Agency:** Rajamangala University of Technology Thanyaburi **Field of Expertise:** Logistics and Supply Chain, Procurement, Transportation and Distribution. **Address:** 84/73, Soi 7, Moo. 5, Bangphoon, Meuang, Pathumthani 12000