

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษาบริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้า

FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF TRANSPORT SERVICES CASE STUDY OF THE TRANSPORTATION COMPANY SERVICE

ชุลีกร ชุโชติถาวร¹
Chuleekorn Chuchuttaworn¹

Received 15 July 2021

Revised 20 June 2022

Accepted 29 June 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเลือกใช้เทคนิคการสำรวจข้อมูลแบบวิธีวัดความพึงพอใจแบบเปิดเผย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบนขนาดของประชากรมีขนาดเล็ก ตามแนวคิดของเครซีและมอร์แกน มีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจำนวน 200 คน จากประชากรจำนวน 371 คน ที่เข้ามาใช้บริการของบริษัทกรณีศึกษา ซึ่งเป็นผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ในเขตพื้นที่คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้สถิติไคสแควร์ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นอิสระต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าในทุกปัจจัยนั้น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า พื้นที่ที่เลือกใช้ใช้บริการขนส่งมีสินค้าบ่อยที่สุด ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ และถ้ามีบริการขนส่งรายอื่นเปิดให้บริการใช้บริการหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในปัจจัยการบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในทุกปัจจัย

คำสำคัญ: ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ความพึงพอใจ การขนส่งสินค้า

¹ อาจารย์ประจำ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Corresponding author email: chuleekorn_c@rmutt.ac.th

Abstract

The objectives of this study were 1) To study the user's use of Transport service 2) to study the factors that affect the choice Transport Services. The researchers collected questionnaire data using survey techniques based on Revealed Preference Method (RP). The size of the population-aware sample is small, determining the size of the sample by using Krejcie and Mrogan. The sample size was 200 people from 371 people of users toward the case study of Transportation Services, in the Khlong Luang area of Pathum Thani province. The researchers used Chi-Square Test of Independence determines whether there is an association between categorical variables, finding that 1) factors that influenced the choice of shipping companies in all of them. The user has a very high level of satisfaction. Income demographic factors Correlated with the behavior of freight service users The area chosen to use the transportation service has the most frequent cargo. Satisfied shipping time When there is a need for the service, and if there is another transportation service available, Statistically significant at the level of 0.05 occupational demographic factors. Correlation to the behavior of freight service users in the most frequently used area transport factors. Statistically significant at level 0.05 2) factors affecting the choice of freight services. It has no relation to the behavior of freight service users in all factors.

Keywords: Transport Service, Satisfaction, Transport

ความสำคัญและปัญหา

การขนส่งสินค้าเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักทางโลจิสติกส์ที่มีบทบาทต่อการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจเป็นอย่างมาก การขนส่งทางถนนเป็นรูปแบบที่นิยมใช้มากที่สุดเพราะมีความสะดวก ยืดหยุ่น รวดเร็ว จำนวนเที่ยวที่ออกรถบ่อยและยังครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการขนส่ง ในภาคธุรกิจการขนส่งสินค้ามีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นๆ ในองค์กร หลายองค์กรมักประสบปัญหาด้านประสิทธิภาพด้านการบริการขนส่งจึงส่งผลเสียต่อการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร จึงจำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือกและประเมินประสิทธิภาพด้านการขนส่ง และเนื่องจากในการขนส่งสินค้าอาจเจอปัญหาบ่อยครั้งที่ส่งผลให้ตัวสินค้าเสียหาย ส่งสินค้าไม่ตรงเวลา มีต้นทุนขนส่งสูง การเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งการให้บริการผู้ให้บริการขนส่งอาจเจอปัญหา (วิชารัช สัญญาลักษณ์ฤกษ์, 2552) สอดคล้องกับ ณิชมน สาริพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ (2562) กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้านั้นจะให้ความสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ยังให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าอีกด้วย เพราะส่งผลต้นทุนค่าขนส่งสินค้าและกำไรในการดำเนินธุรกิจ

จากสถิติของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าธุรกิจรับส่งเอกสารและสิ่งของ มีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ตั้งแต่ปี 2560-2562 ถึงร้อยละ 55.75 ต่อปีโดยในปี 2562 ธุรกิจมีมูลค่าสูงถึง 27,448.87 ล้านบาท เติบโตกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 34.36 และมีกำไรสุทธิรวม 1,280.40 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) ในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้บริษัทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งจำเป็นต้องพัฒนาการ

บริหารจัดการและเข้าใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น (ระดับมุก ธนจิโรชาติ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา เชื้อหอม และชินโสณ วิชาญนิธิกัจจา (2564) พบว่าคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้ามีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากที่มาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการขนส่งสินค้าและเพื่อช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการขนส่งสินค้า บริษัทกรณีศึกษาซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งสินค้าตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี นำไปเป็นแนวทางประกอบการวางแผนในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

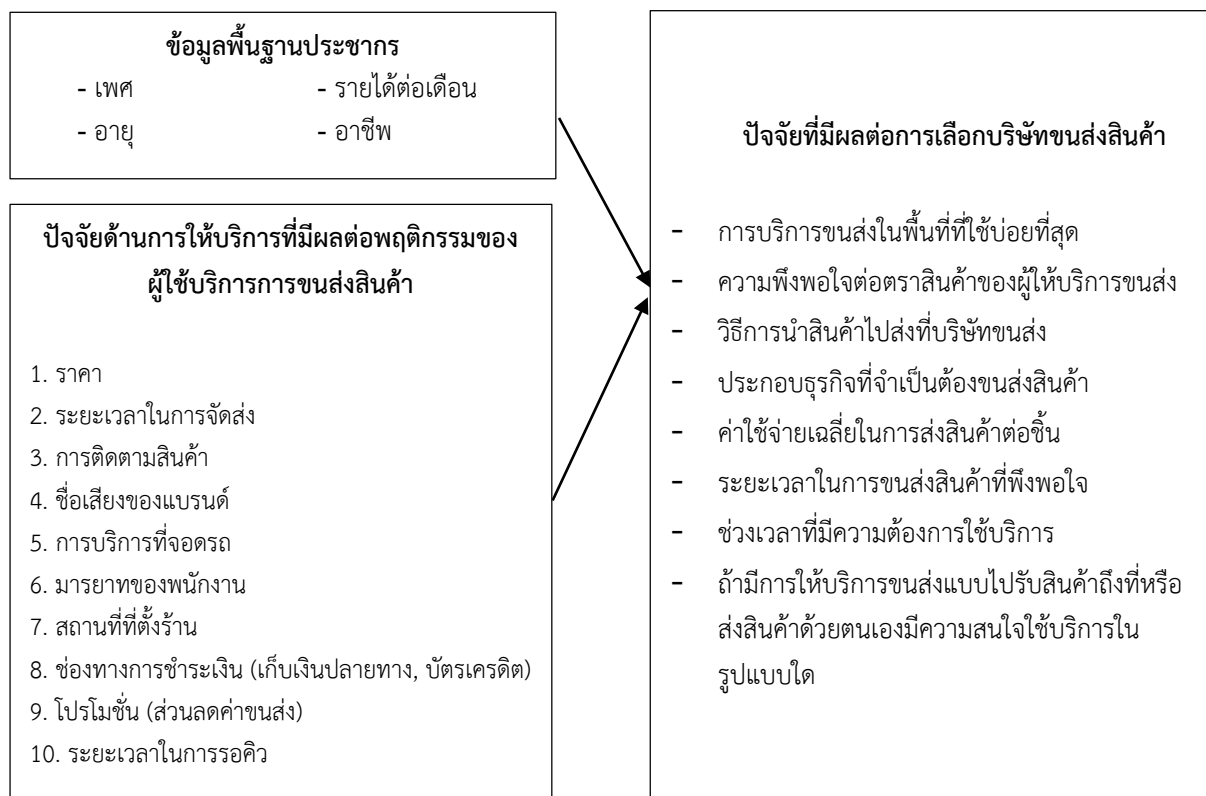
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ หมายถึง สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบ ต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการ (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558)

ความพึงพอใจ หมายถึง การรับรู้คุณภาพการบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของลูกค้า หากการบริการมีประสิทธิภาพน้อยกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อความพึงพอใจ และถ้า การบริการมีประสิทธิภาพมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Kotler & Keller, 2009)

สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดขึ้นหลังจากใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ มีคจะเป็นไปในทิศทางบวกหรือลบ โดยมักจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกคาดหวังของลูกค้าด้วยเช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นประกอบด้วย 1) สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า 2) คุณลักษณะของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัย ต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม เป็นต้น 3) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือก ในการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ 4) การตัดสินใจของผู้ซื้อขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นและอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่ง ซึ่งการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลโดยตรงกับการซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ (ศุภรัตน์ อภิชาติวงศ์ชัย, 2560)

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของผู้ซื้อหรือบุคคลหนึ่ง ที่ได้ใช้หรือรับสินค้าและเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจก่อนการซื้อสินค้าและบริการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในฐานะเลขานุการคณะกรรมการ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) ได้จัดแบ่งโครงสร้างของบริการโลจิสติกส์ไทย ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การขนส่งสินค้า ครอบคลุมงานทางโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทั้งภายในและส่งออกนอกประเทศ ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางถนน รถไฟ ทะเล และอากาศ
2. การจัดเก็บสินค้า ดูแล และบริหารคลังสินค้าและการให้บริการติดสลากรสินค้า หรือบริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการกระจายสินค้า
3. บริการด้านพิธีการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานโลจิสติกส์ ครอบคลุมงานพิธีการศุลกากร
4. บริการงานโลจิสติกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเสริม
5. บริการพัสดุและไปรษณีย์ภัณฑ์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธันวา เนตยพันธ์ (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าบริษัท โคโซน่าเฟรท ไทย แลนด์ จำกัดโดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า ระดับความพึงพอใจการให้บริการ เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการและความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้ากับความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ประมวลทางด้านสถิติการทดสอบสมมติฐานแบบ T- test, F-test (One-Way ANOVA), Pearson Product Moment Correlation และ Multiple

Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า การให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทและความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมากระดับมาก คุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

วนิดา ผจงกิจการ (2564) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากรณีศึกษา: การให้บริการพัสดุเร่งด่วน ณ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ประจำ บุคลากรและนักศึกษา รวมจำนวน 374 คน วิเคราะห์ผลโดยวิธีทางสถิติได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการพัสดุเร่งด่วนมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านด้านราคาครองลงมา คือ ด้านบุคลากรและด้านการบริการตามลำดับ

อารีฟ อาหามะ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้ารวบรวมข้อมูลทางสถิติด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร พนักงานตัวแทนออกของและตัวแทนจากบริษัทต่าง ๆ จำนวน 125 ชุด ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, One-Way ANOVA และ Regression Analysis จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากคือด้านความสามารถที่สัมผัสได้ ด้านความมั่นใจได้ ความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ บริษัทกรณีศึกษา ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า จังหวัดปทุมธานี โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการคำนวณแบบทราบขนาดของประชากรเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มประชากรและสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร โดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ .5 โดยมีประชากรที่เข้ามาใช้บริการของสถานประกอบการและตอบแบบสอบถามซึ่งสามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 189 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้เพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 5 ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น 200 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลพื้นฐานประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ และปัจจัยที่มีผลต่อการการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ได้แก่ พื้นที่ที่เลือกใช้ใช้บริการขนส่งมีสินค้าคล่องหลวง-ธัญบุรี-ลำลูกกา ความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของบริษัทอื่นที่เคยใช้บริการ วิธีในการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ผู้ใช้บริการประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้บริการขนส่งสินค้า

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่ง ไม่รวมค่ากล่อง) ความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการขนส่งสินค้า ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ การตัดสินใจเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้ารายอื่นหากมีการมาเปิดให้บริการในพื้นที่ เลือกใช้บริการให้บริการขนส่งไปรับสินค้าถึงที่อยู่ของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลตลอดจนประเมินผลในเดือนมิถุนายน ถึง ตุลาคม 2563 แม้จะมีการระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (3 มีนาคม 2565) พบว่าธุรกิจรับส่งเอกสารและสิ่งของขยายอย่างต่อเนื่องแบบก้าวกระโดดกว่าร้อยละ 200 ในปี 2564 เพิ่มจากปี 2563 จำนวน 376 ราย จากปริมาณความต้องการขนส่งสินค้าที่มีเพิ่มขึ้น และจากรายได้รวมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากผู้บริโภคมียุติกรรมที่นิยมส่งสินค้าออนไลน์ อินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้ง่าย บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการคำนวณแบบทราบขนาดของประชากรเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มประชากรและสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 5 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ .5 โดยมีประชากรที่เข้ามาใช้บริการของสถานประกอบการและตอบแบบสอบถามสำหรับนำมาใช้ในการวิจัยจำนวน 371 คน สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการตามสูตรของเครซีและมอร์แกน ได้ดังนี้

$$n = \frac{x^2 N p (1 - P)}{e^2 (N - 1) + x^2 p (1 - p)}$$

$$n = \frac{(3.841) \times 371 \times (0.5) \times (1 - 0.5)}{(0.05^2) \times (371 - 1) + (3.841 \times 0.5 \times (1 - 0.5))}$$

$$n = 188.96 \approx 189 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 189 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจึงสำรวจตัวอย่างเพิ่ม ร้อยละ 5 จาก 189 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า เกณฑ์วัดระดับความสำคัญใช้มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Likert rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ได้แก่ การบริการขนส่งในพื้นที่คลองหลวง-ธัญบุรี-ลำลูกกา ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด ท่านมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าของผู้ให้บริการขนส่งรายใดมากที่สุด วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่งสินค้า ท่านประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้าหรือไม่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่ง ไม่รวมค่ากล่อง) ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่ท่านพึงพอใจ ช่วงเวลาที่ท่านมีความต้องการใช้บริการ และถ้าทางบริษัทบริการขนส่งมีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองท่านมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด

การหาค่าความเที่ยงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการขนส่งสินค้าและธุรกิจบริการขนส่งทั้งหมด 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เฉลี่ยเท่ากับ .86

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยตรงต่อกลุ่มเป้าหมายบริเวณพื้นที่คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี การรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการสำรวจข้อมูลแบบวิธีวัดความพึงพอใจแบบเปิดเผย (Revealed Preference Method: RP) เป็นวิธีการสำรวจข้อมูลในสถานการณ์ที่มีอยู่จริงหรือการสำรวจข้อมูลจากภาคสนามโดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตัดสินใจเลือกประเมินความพึงพอใจตามปัจจัยทางเลือกที่ผู้วิจัยได้กำหนดมา (ปิติ จันทฤทธิ์, 2559)

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามครบจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และทดสอบทางสถิติโดยใช้โปรแกรมทดสอบทางสถิติ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะประชากรศาสตร์โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติการทดสอบ Chi-Square Test of Association ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

สมมติฐานที่ 2 ใช้สถิติการทดสอบ Chi-Square Test of Association ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า (ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 67 คน ร้อยละ 33.5 และเป็นเพศหญิง จำนวน 133 คน ร้อยละ 66.5 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 112 คน ร้อยละ 56.0 รองลงมาคืออายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 52 คน ร้อยละ 26.5 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 24 คน ร้อยละ 12.0 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี จำนวน 10 คน ร้อยละ 5.0 และอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.5 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 91 คน ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 70 คน ร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 28 คน ร้อยละ 14.0 รองลงมาคือ รายได้ 30,001- 40,000 บาท จำนวน 7 คน ร้อยละ 3.5 รองลงมาคือ รายได้ มากกว่า 50,001 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และโดยส่วนใหญ่อาชีพนักศึกษา จำนวน 134 คน ร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ รับราชการและพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 19 คน ร้อยละ 9.5 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 คน ร้อยละ 7.5 รองลงมาคือ

รัฐวิสาหกิจ จำนวน 6 คน ร้อยละ 3.0 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.5 รองลงมาคือ ฟรีแลนซ์ จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าพื้นที่คลองหลวง สามารถนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกบริษัท ขนส่งสินค้าของ ท่าน	ระดับความพึงพอใจ					Mean	S.D.	แปลผล (อันดับ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ราคา	106 53.0	65 32.5	26 13.0	2 1.0	1 0.5	4.3650	0.78412	มากที่สุด (1)
2. ระยะเวลาใน การจัดส่ง	85 42.5	82 41.0	31 15.5	2 1.0	-	4.2500	0.74853	มากที่สุด (2)
3. การติดตาม สินค้า	72 36.0	87 43.5	38 19.0	3 1.5	-	4.1400	0.77030	มาก (3)
4. ชื่อเสียงของ แบรนด์	35 17.5	84 42.0	67 33.5	12 6.0	2 1.0	3.6900	0.86466	มาก (8)
5. การบริการที่ จอดรถ	32 16.0	81 40.5	67 33.5	18 9.0	2 1.0	3.6150	0.89486	มาก (9)
6. มารยาทของ พนักงาน	70 35.0	58 29.0	50 25.0	17 8.5	5 2.5	3.8550	1.07225	มาก (7)
7. สถานที่ที่ตั้ง ร้าน	1 0.5	10 5.0	48 24.0	99 49.5	42 21.0	3.8550	0.82302	มาก (7)
8. ช่องทางการ ชำระเงิน (เก็บ เงินปลายทาง , บัตรเครดิต)	55 27.5	83 41.5	55 27.5	5 2.5	2 1.0	3.9200	0.85865	มาก (6)
9. โปรโมชั่น (ส่วนลดค่า ขนส่ง)	80 40.0	77 38.5	34 17.0	8 4.0	1 0.5	4.1350	0.87211	มาก (4)
10. ระยะเวลา ในการรอคิว	76 38.0	83 41.5	30 15.0	7 3.5	4 2.0	4.1000	0.91882	มาก (5)

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าในด้านราคา และระยะเวลาในการจัดส่ง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการติดตามสินค้า ชื่อเสียงของแบรนด์ การบริการที่จอดรถ มารยาทของพนักงาน สถานที่ที่ตั้งร้าน ช่องทางการชำระเงิน (เก็บเงินปลายทาง บัตรเครดิต) โปรโมชั่น (ส่วนลดค่าขนส่ง) และระยะเวลาในการรอคิว ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า	ค่าสถิติ χ^2	P-Value
• การบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด	9.385	0.052 ^{NS}
• ความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง	0.823	0.663 ^{NS}
• วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง	3.753	0.153 ^{NS}
• ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า	0.029	0.865 ^{NS}
• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง)	5.454	0.141 ^{NS}
• ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ	1.937	0.586 ^{NS}
• ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ	2.788	0.733 ^{NS}
• ถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด	0.208	0.649 ^{NS}

หมายเหตุ: NS คือ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: เพศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในทุกปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ P-Value น้อยกว่าเท่ากับ .05

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า	ค่าสถิติ χ^2	P-Value
• การบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด	4.346	0.361 ^{NS}
• ความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง	3.505	0.477 ^{NS}
• วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง	1.965	0.742 ^{NS}
• ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า	2.989	0.224 ^{NS}
• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง)	8.204	0.084 ^{NS}
• ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ	5.897	0.207 ^{NS}
• ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ	14.722	0.065 ^{NS}
• ถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด	0.491	0.782 ^{NS}

หมายเหตุ: NS คือ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: อายุ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในทุกปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ P-Value น้อยกว่าเท่ากับ .05

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า	ค่าสถิติ χ^2	P-Value
• การบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้อย่างน้อยที่สุด	19.196	0.014*
• ความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง	2.838	0.585 ^{NS}
• วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง	8.126	0.087 ^{NS}
• ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า	4.165	0.125 ^{NS}
• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง)	10.716	0.098 ^{NS}
• ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ	9.078	0.028*
• ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ	39.484	0.000*
• ถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด	1.315	0.518 ^{NS}

หมายเหตุ: NS คือ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในปัจจัยการบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้อย่างน้อยที่สุด ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ P-Value น้อยกว่าเท่ากับ .05 ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในปัจจัยความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง) และถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด อย่างมี

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า	ค่าสถิติ χ^2	P-Value
• การบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้อย่างน้อยที่สุด	19.964	0.018*
• ความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง	21.428	0.258 ^{NS}
• วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง	1.116	0.892 ^{NS}
• ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า	4.958	0.084 ^{NS}
• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง)	5.292	0.259 ^{NS}
• ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ	3.548	0.783 ^{NS}
• ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ	10.821	0.094 ^{NS}
• ถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด	0.498	0.780 ^{NS}

หมายเหตุ: NS คือ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในปัจจัยการบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ P-Value น้อยกว่าเท่ากับ .05 ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในปัจจัยความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง) ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้ และถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ P-Value น้อยกว่าเท่ากับ .05

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า

ปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า	ค่าสถิติ χ^2	P-Value
• การบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด	4.164	0.384*
• ความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผู้ให้บริการขนส่ง	1.782	0.410*
• วิธีการนำสินค้าไปส่งที่บริษัทขนส่ง	1.963	0.580*
• ประกอบธุรกิจที่จำเป็นต้องขนส่งสินค้า	0.374	0.830*
• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการส่งสินค้าต่อชิ้น (เฉพาะค่าส่งไม่รวมค่ากล่อง)	3.922	0.417*
• ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ	3.498	0.478*
• ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ	0.937	0.626*
• ถ้ามีการให้บริการขนส่งแบบไปรับสินค้าถึงที่หรือส่งสินค้าด้วยตนเองมีความสนใจใช้บริการในรูปแบบใด	0.444	0.931*

หมายเหตุ: NS คือ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในทุกปัจจัย

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ผลการวิเคราะห์ที่ได้ตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าที่แตกต่างกัน พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในปัจจัยการบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าที่พึงพอใจ ช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการ เนื่องจากผู้มียาได้สูงมีการตัดสินใจและทางเลือกมากขึ้น และอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในปัจจัยการบริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้บ่อยที่สุด เนื่องจากอาชีพ

ต่างกันย่อมมีบทบาท หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบตามลำดับส่งผลให้มีการเลือกใช้บริการขนส่งในพื้นที่ที่ใช้อยู่ที่สุด จากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าที่ แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันวา เนตยพันธ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการขนส่ง สินค้าบริษัท โคโซน่าเฟรท ไทยแลนด์ จำกัด. พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการ ให้บริการที่ต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และ อายุงานที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการของบริษัท แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในทุกปัจจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีฟ อาหามะ และซิมโนสณ์ วิสิฐนิจิกิจา (2558) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่งประเทศไทย พบว่าความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับลักษณะ ขององค์กรผู้ให้บริการมากกว่าพฤติกรรมส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะการให้บริการขนส่งพัสดุของ เคอรี่เอ็กซ์เพรส เท่านั้น สำหรับ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยการให้บริการขนส่งของหน่วยงานภาครัฐและของเอกชนเพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการต่อไป
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อรูปแบบการให้บริการโลจิสติกส์ อื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2565). **โควิด-19 ต้นธุรกิจรับส่งเอกสารและสิ่งของโตแบบก้าวกระโดด**. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469421954
- ณิชนน สารีพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของ ผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ**, 9(1), 17-25.
- ธันวา เนตยพันธ์. (2562). คุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าบริษัท โคโซน่าเฟรท ไทยแลนด์ จำกัด. **วารสาร วิจัยรำไพพรรณี**, 13(3), 53-59.
- ประดับมุก ธนจิโรชติ. (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อในทางบวกและความตั้งใจใช้บริการ ต่อเนื่องของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัท รวมถาวรขนส่ง จำกัด. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**, 12(2), 108-127.
- ปิติ จันทร์ไทย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกระบบการขนส่งสาธารณะในเขตเมือง. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์**, 8(2), 79-91.
- ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ (2558). **ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนัก ส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี: สำนักส่งเสริม วิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- วนิดา ผจงกิจการ. (2564) . การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
กรณีศึกษา: การให้บริการพัสดุเร่งด่วน ณ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. **วารสารการบริหารนิติ
บุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 7(1), 17-32.
- วิษารัช สัญญาลักษณ์ฤชาชัย. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการขนส่งในอุตสาหกรรมประกอบ
รถยนต์. **จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์**, 31(122), 1-14
- ศุภรัตน์ อภิชาติวงศ์ชัย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการการขนส่งทางบกของบริษัท
เอ็น.พี.เอ็ม. ทรัค แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ).
- อารีฟ อาหามะ และซิมโสมน์ วิสิฐนิจิกิจา. (2559). คุณภาพการให้บริการโรงพักสินค้าของการท่าเรือแห่ง
ประเทศไทย. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**, 2(2), 95-101
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey: Pearson/Prentice-
Hall.