



ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภค: กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ชมพูนุท ดั่งจันทร์^{1*} บุญนุช แก้วประสิทธิ์² จิราพร ไกรโรจน์² นนทพัทธ์ หลังหลี่²

บุษกร สามบุญศาสตร์² พรณภัทร พรเจริญลาภยิ่ง² ภาศวัลย์ วิจิตร² และ วิลาสินี ทวนคำ²

(วันที่รับบทความ: 23/10/2568; วันที่แก้ไขบทความ: 11/04/2569; วันที่ตอบรับบทความ: 23/04/2569)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 294 ราย ซึ่งได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นต้น

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโลจิสติกส์อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความปลอดภัยของสินค้า ($\beta = 0.306$) ด้านต้นทุน ($\beta = 0.229$) ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ($\beta = 0.204$) และด้านระยะเวลาในการขนส่ง ($\beta = 0.136$) โดยตัวแปรทั้งสี่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 40.90

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความปลอดภัยของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค รองลงมาคือต้นทุนและเทคโนโลยีการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งควรให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า พัฒนาเทคโนโลยีติดตามพัสดุแบบเรียลไทม์ และปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความคุ้มค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ การขนส่งด่วน ความปลอดภัยของสินค้า เทคโนโลยีโลจิสติกส์

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

² นักศึกษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 081-291-6564 อีเมล: chompunoot.d@psu.ac.th

Logistics Factors Influencing Consumers' Decisions to Use Express Delivery Services: A Case Study of Mueang District, Surat Thani Province

Chompunoot Duangjan^{1*} Boonyanut Kaewprasit² Jiraporn Kiroj² Nontapat Langlee²

Butsatgon Samboonsart² Pornnapat Pornjaroenlapying² Phasawan Wichit² and Wilasinee Toundam²

(Received: 23/10/2025; Revised: 11/04/2026; Accepted: 23/04/2026)

Abstract

This study aimed to analyze the logistics factors influencing consumers' decisions to use express delivery services in Mueang District, Surat Thani Province. Data were collected from 294 respondents selected through a purposive sampling technique and analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation, as well as stepwise multiple regression analysis.

The results revealed that consumers' overall perceptions of logistics-related factors ranged from a moderate to a high level. Four factors significantly influenced consumers' decisions to use express delivery services at the 0.05 significance level: product safety ($\beta = 0.306$), cost ($\beta = 0.229$), technology systems ($\beta = 0.204$), and delivery time ($\beta = 0.136$). Together, these variables explained 40.90% of the variance in consumers' decision-making.

The findings indicate that product safety is the most influential factor affecting consumers' choice of express delivery service, followed by cost and technology utilization. Logistics service providers should prioritize strengthening product safety standards, investing in real-time parcel tracking technology, and optimizing cost structures to enhance consumer confidence, satisfaction, and loyalty.

Keywords: Logistics factors, decision-making, express delivery services, product safety, logistics technology

¹ Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, University of Prince of Songkla University, Surat Thani Campus.

² Student, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, University of Prince of Songkla University, Surat Thani Campus.

* Corresponding Author, Tel. 081-291-6564 e-mail: chompunoot.d@psu.ac.th



1. บทนำ

อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 มูลค่าตลาดโลจิสติกส์ของประเทศสูงถึง 2,527.4 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในภาคการขนส่งพัสดุแบบด่วน (Express Delivery) ซึ่งมีผู้ให้บริการทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติที่มุ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านนวัตกรรม เทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2564)

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ (Logistics Factors) หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการ การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากจุดต้นทางไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งครอบคลุมถึงต้นทุนการขนส่ง การบริการลูกค้า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการบริการ ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของผู้บริโภค (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml, 1988; Davis, 1989)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสำคัญของภาคใต้ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) มูลค่า 209,990.22 ล้านบาท (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2567) และมีการเติบโตของธุรกิจขนส่งเอกชนเฉลี่ยร้อยละ 2-3 ต่อปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) สะท้อนถึงศักยภาพของตลาดบริการขนส่งด่วนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยเชิงโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อกำหนดกลยุทธ์การให้บริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แม้มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งในประเทศไทย เช่น กรรณิการ์ วงศ์ไพธัส (2561) ที่ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) ที่ศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ยังคงขาดงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของเมืองรองในภาคใต้ ซึ่งมีลักษณะเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค และโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์แตกต่างจากพื้นที่อื่น นอกจากนี้ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยเดียวหรือสองสามปัจจัย เช่น ปัจจัยทางด้านการตลาด (ปัญญวัฒน์ จุฑามาศ, 2568) หรือคุณภาพการบริการ (พรเจริญ แรงฤทธิ์ และชินโสณัฏ วิสิฐนิจิภา, 2559) โดยไม่พิจารณาความสัมพันธ์เชิงพหุปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างครอบคลุม ทำให้ไม่สามารถระบุอิทธิพลสัมพัทธ์และลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้อย่างชัดเจน

ช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวนำไปสู่ปัญหาการวิจัยที่สำคัญ กล่าวคือ ยังขาดการศึกษาเชิงบูรณาการที่พิจารณาอิทธิพลร่วมของปัจจัยด้านโลจิสติกส์หลายมิติพร้อมกันต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนในบริบทเมืองรองของภาคใต้ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาที่ส่วนใหญ่ศึกษาในเมืองใหญ่และพิจารณาปัจจัยเดียว ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยการบูรณาการแนวคิดทางทฤษฎีด้าน

Value-Based Decision Making (Zeithaml, 1988), Technology Acceptance Model (Davis, 1989) และ Service Quality (Parasuraman et al., 1988) เพื่ออธิบายอิทธิพลสัมพัทธ์ของปัจจัยด้านต้นทุน การบริการลูกค้า เทคโนโลยี ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภคในพื้นที่เมืองรอง

ผลการศึกษาจะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และชี้แนวทางเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในการพัฒนาระบบบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในระดับภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน โดยสรุป การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุและวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการยกระดับคุณภาพการให้บริการและขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจขนส่งในระดับภูมิภาค

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยด้านโลจิสติกส์แต่ละด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน การบริการลูกค้า เทคโนโลยี ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า

2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 **ประโยชน์เชิงวิชาการ** การวิจัยครั้งนี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของเมืองรอง ซึ่งยังมีงานวิจัยค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาอิทธิพลสัมพัทธ์ของปัจจัยด้านโลจิสติกส์หลายมิติพร้อมกัน นอกจากนี้การค้นพบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นที่แสดงออกกับอิทธิพลจริงต่อพฤติกรรมยังเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าในการพัฒนาทฤษฎีและแนวทางการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต

3.2 **ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ** ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้กำหนดลำดับความสำคัญของการลงทุน วางกลยุทธ์การตลาดที่เน้นจุดแข็งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญจริง พัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และออกแบบมาตรการรักษาความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.3 **ประโยชน์เชิงนโยบายและการพัฒนาพื้นที่** หน่วยงานภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นสามารถนำผลการวิจัยไปใช้กำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในระดับจังหวัด ทั้งการจัดทำมาตรฐานการให้บริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุน SMEs และการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของเมืองรองในภาคใต้

4. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษารั้วนี้อาศัยการบูรณาการแนวคิดทางทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านต้นทุน (2) ด้านการบริการลูกค้า (3) ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ (4) ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และ (5) ด้านความปลอดภัยของสินค้า โดยพัฒนาจากการบูรณาการแนวคิดทฤษฎี Value-Based Decision Making (Zeithaml, 1988), Technology Acceptance Model (Davis, 1989), Service Quality (Parasuraman et al., 1988), Negativity Bias (Baumeister et al., 2001) และ Two-Factor Theory (Herzberg, 1966) ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านต้นทุน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ ตามแนวคิดคุณค่าคุ้มเงินของ Zeithaml (1988) ผู้บริโภคประเมินคุณค่าของบริการจากอัตราส่วนระหว่างคุณภาพที่ได้รับกับราคาที่จ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ต้นทุนจึงกลายเป็นตัวชี้ขาดสำคัญ นันมนัส นรามาศ (2565) พบว่าการออกแบบระบบการวางแผนการขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน โดยการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและปรับปรุงกระบวนการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาพร เทียนประเทือง (2564) ที่พบว่าการขาดประสิทธิภาพในการจัดเส้นทางเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มต้นทุน การลดต้นทุนดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถตั้งราคาที่แข่งขันได้ในตลาด ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ มนสิกาญจน์ เกื้อประจง และคณะ (2568) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ทำความเย็นของพ่อค้าคนกลางส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร โดยใช้แนวคิดการคัดเลือกผู้ให้บริการตู้คอนเทนเนอร์ (7R) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าปัจจัยด้านลูกค้าที่ถูกต้อง สินค้าที่ถูกต้อง และจำนวนที่ถูกต้อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 57.30 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทั้งในบริบทของผู้บริโภคทั่วไปและผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

สมมติฐานที่ 1 (H1): ปัจจัยด้านต้นทุน มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งแบบด่วนในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยด้านการบริการลูกค้า ถือเป็นองค์ประกอบที่สร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ตามแนวคิด Service Quality (SERVQUAL) (Parasuraman et al., 1988) คุณภาพการบริการประกอบด้วยหลายมิติ โดยเฉพาะการตอบสนองต่อลูกค้า และความเชื่อมั่นที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพโดยรวม พรเจริญ แรงฤทธิ์ และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ (2559) พบว่าการตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความเชื่อมั่น และการเข้าใจความ

ต้องการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) ยังยืนยันว่าการบริการลูกค้าที่ดี เช่น การให้บริการอย่างสุภาพ การติดตามสถานะ และการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคสามารถติดตามสถานะได้เอง บทบาทของการบริการลูกค้าแบบดั้งเดิมอาจลดความสำคัญลง

สมมติฐานที่ 2 (H2): ปัจจัยด้านการบริการลูกค้า มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งแบบด่วนในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีบทบาทเพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล Technology Acceptance Model (Davis, 1989) อธิบายว่าการยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่ได้รับ งานวิจัยพบว่าเทคโนโลยีการเรียกใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต การติดตามสถานะแบบเรียลไทม์ และการแจ้งเตือนอัตโนมัติ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและตอบสนองความต้องการ (สกรณ บุษบง และคณะ, 2562; วัฒนา เล้าสินวัฒนา, 2563) โดยระบบติดตามแบบเรียลไทม์ช่วยเพิ่มความสะดวกและแม่นยำในการบริการ ขณะที่แอปพลิเคชันเรียกรถช่วยให้การขนส่งทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจในบริบทที่ผู้บริโภคคาดหวังความสะดวกและความแม่นยำสูง

สมมติฐานที่ 3 (H3): ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งแบบด่วนในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่ง เป็นปัจจัยแข่งขันสำคัญในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ความรวดเร็วและความตรงต่อเวลาสะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานและความน่าเชื่อถือ ฐาปนี แก้วแสนหิโน (2564) พบว่าความรวดเร็วและความตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน โดยช่วยส่งเสริมความมั่นใจและประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับ กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) ที่ยืนยันว่าความรวดเร็วและความตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยหลักที่สร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มโอกาสการใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ กรวิท ชุณหอรุรักษ์ (2562) พบว่าความรวดเร็วและตรงต่อเวลามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ช่วยลดความกังวลและเพิ่มความเชื่อมั่นในการให้บริการ ความสามารถส่งมอบตรงเวลายังเพิ่มโอกาสการใช้บริการซ้ำและการแนะนำผู้อื่น

สมมติฐานที่ 4 (H4): ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่ง มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งแบบด่วนในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญแม้จะไม่ได้ได้รับการกล่าวถึงบ่อยนัก ตามแนวคิด Negativity Bias ของ Baumeister et al. (2001) มนุษย์มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับประสบการณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวก การสูญหายหรือเสียหายของสินค้าสร้างผลกระทบต่อการตัดสินใจมากกว่าประโยชน์จากราคาถูกหรือความเร็ว รัชชานนท์ ชัยเจริญ และ ประพล เปรมทองสุข (2566) ชี้ให้เห็นว่าการป้องกันสินค้าจากการสูญหายหรือเสียหายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขนส่งรักษาสภาพของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ (นฤนาถ สุทธิวัฒน์กำจร และ ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ, 2567) พบว่าคุณภาพและมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ขนส่งมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงหรือเปราะบาง บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในบริการขนส่ง ความปลอดภัยจึงเป็น "Hygiene Factor" ตาม Two-Factor Theory ของ Herzberg (1966) ที่เมื่อขาดหายไปจะทำให้เกิดความไม่พอใจอย่างรุนแรง

สมมติฐานที่ 5 (H5): ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้ใช้บริการขนส่งแบบด่วนในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

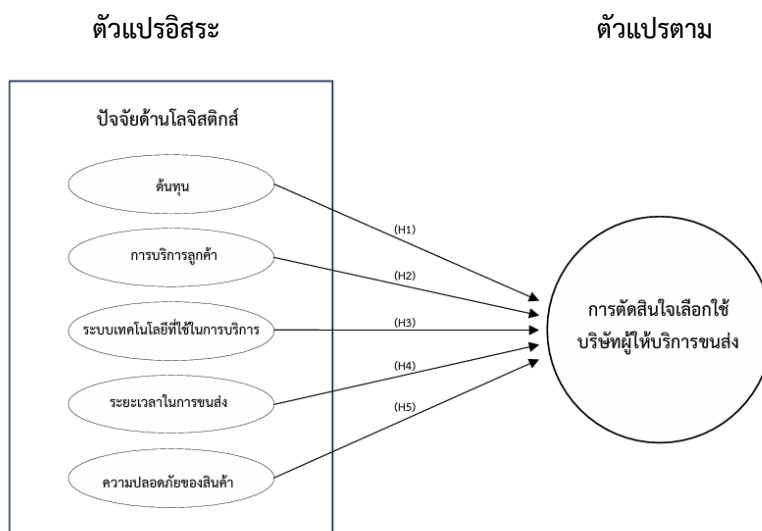
4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดจากทางเลือกที่มีอยู่ ตามแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ในบริบทของการเลือกใช้บริการขนส่งด่วน การตัดสินใจของผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ต้นทุน ความสะดวก และความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Kahneman (2011) ที่อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ประกอบด้วยระบบคิดสองระบบ คือ ระบบที่ 1 (System 1) ที่เป็นการคิดแบบอัตโนมัติ รวดเร็ว และใช้สัญชาตญาณ กับระบบที่ 2 (System 2) ที่เป็นการคิดแบบไตร่ตรอง มีเหตุผล และใช้ความพยายาม ในการศึกษาครั้งนี้ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน วัดจากระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ ความเต็มใจในการจ่าย ความมั่นใจ และความพึงพอใจโดยรวม

4.3 ช่องว่างงานวิจัยและกรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่ผ่านมามีข้อจำกัดหลายด้าน อาทิเช่น 1) งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนหนึ่งศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (กรณีการ วงศ์โพธิสาร, 2561) ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานและพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างจากเมืองรองในภูมิภาค ทำให้ไม่สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับเมืองรองได้โดยตรง และ 2) งานวิจัยมักเน้นปัจจัยเดียวหรือสองสามปัจจัย โดยไม่ได้พิจารณาปัจจัยหลายมิติพร้อมกัน ทำให้ไม่สามารถระบุอิทธิพลสัมพัทธ์และลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญ

สำหรับผู้ประกอบการในการจัดสรรทรัพยากรและกำหนดลำดับความสำคัญในการพัฒนาบริการ นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงพัฒนารอบแนวคิดที่ตอบสนองต่อช่องว่างดังกล่าว โดยบูรณาการแนวคิดทางทฤษฎีจาก Value-Based Decision Making (Zeithaml, 1988), Technology Acceptance Model (Davis, 1989) และ Service Quality (Parasuraman et al., 1988) มาพิจารณาปัจจัยทั้งห้าด้านพร้อมกัน ได้แก่ ต้นทุน การบริการ ลูกค้า เทคโนโลยี ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลสัมพัทธ์ของแต่ละ ปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นตัวแทน ของเมืองรองในภาคใต้ กรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1 โดยตั้งสมมติฐานว่าปัจจัยทั้งห้าด้านมีอิทธิพลเชิง บวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการบริษัทขนส่งแบบส่วนบุคคลที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการของ Milton (1986) สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างที่คำนึงถึงจำนวนตัวแปรอิสระ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ และค่ากำลังทางสถิติ กำหนดค่า $k = 5$ (จำนวนตัวแปรอิสระ), $R^2 = 0.30$, $\Delta r^2 = 0.01$ และ $t = 2$ ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 294 ตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดย



กำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ (1) เคยใช้บริการบริษัทขนส่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายในระยะเวลา 6 เดือน และ (2) พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างน้อย 6 เดือน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อ เพื่อคัดเลือกผู้ตอบที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด

ส่วนที่ 2: ข้อมูลประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ ลักษณะเป็นแบบรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ

ส่วนที่ 3: ปัจจัยโลจิสติกส์ จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน (3 ข้อ) ด้านการบริการลูกค้า (4 ข้อ) ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ (3 ข้อ) ด้านระยะเวลาในการขนส่ง (5 ข้อ) และด้านความปลอดภัยของสินค้า (5 ข้อ) ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ (5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4: การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 5 ข้อ ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ

5.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

5.3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารธุรกิจและผู้ประกอบการจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้อง ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจ และให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่าไม่สอดคล้อง จากนั้นคำนวณค่า IOC ด้วยสูตร $IOC = \sum R/N$ โดยค่าที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 โดยมีการตัดข้อคำถามด้านการบริการลูกค้าออก 1 ข้อที่มีค่า IOC ต่ำกว่าเกณฑ์ และปรับปรุงถ้อยคำบางข้อตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5.3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนำร่องที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 ราย และวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าที่ยอมรับได้ต้องมีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 0.60 (Nunnally, 1978) ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามโดยรวมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.915 ซึ่งอยู่ในระดับความเชื่อมั่นสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าปัจจัยด้านต้นทุนมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.681 ปัจจัยด้านการบริการลูกค้ามีค่าเท่ากับ 0.685 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีค่าเท่ากับ 0.726 ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่งมีค่าเท่ากับ 0.716 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีค่าเท่ากับ 0.653 และการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเท่ากับ 0.732 ซึ่งทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่เคยใช้บริการบริษัทขนส่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2567 และ (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

5.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (Likert, 1961) ดังนี้ 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มาก, 2.61-3.40 = ปานกลาง, 1.81-2.60 = น้อย, 1.00-1.80 = น้อยที่สุด

5.5.2 การทดสอบสมมติฐานพื้นฐาน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยตรวจสอบ (1) การแจกแจงแบบปกติด้วยค่าความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) โดยกำหนดเกณฑ์ไว้ที่ $|Skewness| < 3$ และ $|Kurtosis| < 10$ (Kline, 2005) (2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation) โดยกำหนดเกณฑ์ไว้ที่ $r < 0.8$ (Liu, 2019) และ (3) ปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance (> 0.1) และค่า Variance Inflation Factor: VIF (< 10) (Miles, 2014)

5.5.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานและระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.5.4 การประเมินความเหมาะสมของโมเดล ประเมินโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R^2) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Standard Error of the Estimate)

6. ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (3) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และ (4) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

6.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 294 ราย ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน (ร้อยละ 53.40) อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 120 คน (ร้อยละ 40.82) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 163 คน (ร้อยละ 55.44) มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 99 คน (ร้อยละ 33.67) และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 96 คน (ร้อยละ 32.65)

6.2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยต่างๆ แสดงดังตารางที่ 1 โดยพบว่าปัจจัยทุกด้านได้รับการประเมินอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยโดยรวมของแต่ละปัจจัย พบว่าปัจจัยด้านต้นทุนได้รับการประเมินสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.65$) รองลงมาคือ ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.67$) ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง ($\bar{X} = 3.58$, $SD = 0.61$) ด้านระยะเวลาในการขนส่ง ($\bar{X} = 3.50$, $SD = 0.65$) ด้านการบริการลูกค้า ($\bar{X} = 3.40$, $SD = 0.64$) และด้านความปลอดภัยของสินค้า ($\bar{X} = 3.36$, $SD = 0.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวชี้วัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านต้นทุน			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีอัตราค่าบริการที่คุ้มค่ากับคุณภาพการให้บริการที่ได้รับ	3.93	0.92	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีอัตราค่าบริการให้เลือกตามประเภทและขนาดของพัสดุ	3.83	0.86	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการแสดงรายละเอียดค่าบริการที่ชัดเจน	3.61	1.04	มาก
รวม	3.79	0.65	มาก
ด้านการบริการลูกค้า			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.37	1.08	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีพนักงานที่มีความรู้และสามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้อง	3.49	1.02	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการแก้ไขปัญหาการจัดส่งอย่างรวดเร็ว	3.23	1.14	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีช่องทางติดต่อสื่อสารที่สะดวกและหลากหลาย	3.54	1.04	มาก
รวม	3.40	0.64	ปานกลาง
ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีระบบการออกไปเสร็จและเลขพัสดุทุกครั้งอย่างชัดเจน	3.92	1.10	มาก

ตารางที่ 1 ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ตัวชี้วัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ (ต่อ)			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีระบบการติดตามสถานะพัสดุที่แม่นยำและเป็นปัจจุบัน	3.59	0.95	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีระบบการแจ้งเตือนสถานะพัสดุผ่านข้อความ/อีเมล	3.36	1.09	ปานกลาง
รวม	3.62	0.67	มาก
ด้านระยะเวลาในการขนส่ง			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการจัดส่งพัสดุถึงผู้รับตรงตามเวลาที่กำหนด	3.61	1.02	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการแจ้งระยะเวลาการจัดส่งที่ชัดเจน	3.63	1.02	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีบริการจัดส่งด่วนพิเศษในกรณีเร่งด่วน	3.23	1.25	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีช่วงเวลาให้เลือกรับพัสดุที่หลากหลาย	3.34	1.02	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการแจ้งล่วงหน้าก่อนการจัดส่งพัสดุ	3.67	1.06	มาก
รวม	3.50	0.65	มาก
ด้านความปลอดภัยของสินค้า			
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีระบบการจัดเก็บและการขนส่งที่ปลอดภัย	3.31	1.06	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง	3.00	1.14	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการบรรจุหีบห่อที่แข็งแรงและเหมาะสม	3.37	1.03	ปานกลาง
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีการตรวจสอบสภาพสินค้าก่อนส่งมอบ	3.42	1.06	มาก
บริษัทขนส่งที่ท่านเลือกใช้มีระบบยืนยันตัวตนผู้รับที่นำเชื่อถือ	3.68	1.11	มาก
รวม	3.36	0.60	ปานกลาง
ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง			
ท่านจะเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งนี้เป็นตัวเลือกแรกในการขนส่งครั้งต่อไป	3.62	0.97	มาก
ท่านยินดีจ่ายค่าบริการเพิ่มเพื่อให้ได้รับการบริการที่ดีกว่า	3.50	1.10	มาก
ท่านจะยังคงใช้บริการบริษัทขนส่งนี้แม้มีผู้ให้บริการรายใหม่	3.51	1.00	มาก
ท่านมั่นใจในการใช้บริการของบริษัทขนส่งนี้	3.57	1.03	มาก
ท่านพึงพอใจกับการใช้บริการโดยรวมของบริษัทขนส่งนี้	3.70	1.02	มาก
รวม	3.58	0.61	มาก

6.3 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงแบบปกติ ความเป็นอิสระของข้อมูล และปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ผลการตรวจสอบแสดงดังตารางที่ 2

6.3.1 การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล

ผลการตรวจสอบความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรทั้งหมด พบว่า ค่าความเบ้มีค่าระหว่าง -0.860 ถึง 0.001 และค่าความโด่งมีค่าระหว่าง -1.002 ถึง 0.636 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามข้อกำหนดของ Kline (2005) ที่ระบุว่าค่าความเบ้และความโด่งควรอยู่ภายใน ± 3 และ ± 10 ตามลำดับ ดังนั้นข้อมูลจึงมีการแจกแจงแบบปกติและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

6.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.257 ถึง 0.467 ซึ่งไม่เกินเกณฑ์ 0.8 ตามข้อกำหนดของ Liu (2019) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงเกินไป

6.3.3 การตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ

ผลการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยใช้ค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าระหว่าง 0.620 ถึง 0.800 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.1 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.251 ถึง 1.614 ซึ่งน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 10 ตามข้อกำหนดของ Miles (2014) ผลการตรวจสอบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองในระดับที่เป็นปัญหาต่อการวิเคราะห์

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	C	S	I	T	SA	Skew / Kurt	Tolerance	VIF
C	1					-0.712/0.300	0.800	1.251
S	0.314**	1				-0.102/-0.518	0.723	1.383
I	0.278**	0.257**	1			-0.487/-0.347	0.778	1.286
T	0.316**	0.407**	0.376**	1		-0.442/-0.381	0.700	1.429
SA	0.395**	0.467**	0.411**	0.455**	1	-0.093/-0.460	0.620	1.614

หมายเหตุ: ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C: ด้านต้นทุน S: ด้านการบริการลูกค้า I: ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ T: ด้านระยะเวลาในการขนส่ง SA: ด้านความปลอดภัยของสินค้า

6.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผู้วิจัยใช้วิธีการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05 ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์พบว่า กระบวนการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอนดำเนินการทั้งหมด 4 ขั้นตอน โดยในขั้นตอนแรก ตัวแปรด้านความปลอดภัยของสินค้าถูกนำเข้าสู่สมการก่อน สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 29.40 ($R^2 = .294$, $F = 121.438$, $p < .001$)

ในขั้นตอนที่สอง เมื่อนำตัวแปรด้านต้นทุนเข้าสู่สมการ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 35.50 (Adjusted $R^2 = .355$, $\Delta R^2 = .065$, $p < .001$)

ในขั้นตอนที่สาม เมื่อนำตัวแปรด้านระบบเทคโนโลยีเข้าสู่สมการ ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40.30 (Adjusted $R^2 = .397$, $\Delta R^2 = .044$, $p < .001$)

และในขั้นตอนสุดท้าย เมื่อนำตัวแปรด้านระยะเวลาในการขนส่งเข้าสู่สมการ ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 41.70 (Adjusted $R^2 = .409$, $\Delta R^2 = .014$, $p = .010$)

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) จากมากไปน้อย ดังนี้

1. ด้านความปลอดภัยของสินค้า ($\beta = .306$, $t = 5.598$, $p < .001$) มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของสินค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.306 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นคงที่

2. ด้านต้นทุน ($\beta = .229$, $t = 4.586$, $p < .001$) มีอิทธิพลรองลงมา แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อต้นทุนการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.229 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นคงที่

3. ด้านเทคโนโลยี ($\beta = .204$, $t = 3.997$, $p < .001$) มีอิทธิพลลำดับที่สาม แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อระบบเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.204 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นคงที่

4. ด้านระยะเวลาในการขนส่ง ($\beta = .136$, $t = 2.605$, $p = .010$) มีอิทธิพลน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการขนส่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.136 หน่วย เมื่อตัวแปรอื่นคงที่

สมการการพยากรณ์สามารถเขียนได้ดังนี้:

สมการการถดถอยในรูปคะแนนดิบ:

$$\hat{Y} = 0.577 + 0.314(SA) + 0.216(C) + 0.187(I) + 0.129(T)$$

เมื่อ $\hat{Y}$ = การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, SA = ความปลอดภัยของสินค้า, C = ต้นทุน, I = เทคโนโลยี, T = ระยะเวลาในการขนส่ง

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.542 ^a	0.294	0.291	0.5159
2	0.599 ^b	0.359	0.355	0.4923
3	0.635 ^c	0.403	0.397	0.4759
4	0.645 ^d	0.417	0.409	0.4712

หมายเหตุ: a. Predictors: (Constant), ด้านความปลอดภัยของสินค้า

b. Predictors: (Constant), ด้านความปลอดภัยของสินค้า, ด้านต้นทุน

c. Predictors: (Constant), ด้านความปลอดภัยของสินค้า, ด้านต้นทุน, ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ

d. Predictors: (Constant), ด้านความปลอดภัยของสินค้า, ด้านต้นทุน, ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ, ด้านระยะเวลาในการขนส่ง

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรพยากรณ์

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE B	β	t	p
ค่าคงที่	0.577	0.214		2.690	0.008
ความปลอดภัยของสินค้า	0.314	0.056	0.306	5.598	< .001
ต้นทุน	0.216	0.047	0.229	4.586	< .001
เทคโนโลยี	0.187	0.047	0.204	3.997	< .001
ระยะเวลาในการขนส่ง	0.129	0.05	0.136	2.605	0.01

หมายเหตุ: $R^2 = .417$, Adjusted $R^2 = .409$, $F(4, 289) = 51.585$, $p < .001$

6.5 การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้:

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านต้นทุนมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

- รับสมมติฐาน ($\beta = .229, p < .001$)

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการบริการลูกค้ามีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

- ปฏิเสธสมมติฐาน (ตัวแปรนี้ไม่ถูกคัดเลือกเข้าสู่สมการ)

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

- รับสมมติฐาน ($\beta = .204, p < .001$)

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่งมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

- รับสมมติฐาน ($\beta = .136, p = .010$)

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

- รับสมมติฐาน ($\beta = .306, p < .001$)

สรุปได้ว่า สมมติฐานที่ 1, 3, 4 และ 5 ได้รับการยอมรับสมมติฐาน ส่วนสมมติฐานที่ 2 ไม่ได้รับการยอมรับสมมติฐาน เนื่องจากปัจจัยด้านการบริการลูกค้าไม่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการพยากรณ์ สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของการเลือกใช้บริการขนส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าไม่ได้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจมากกว่า

7. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยบูรณาการทฤษฎี Value-Based Decision Making (Zeithaml, 1988), Technology Acceptance Model (Davis, 1989) และ Service Quality (Parasuraman et al., 1988) ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนกับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 294 ราย พบว่ามีสี่ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ (1) ความปลอดภัยของสินค้า ($\beta = 0.31$) มีอิทธิพลสูงสุด (2) ต้นทุน ($\beta = 0.23$) (3) เทคโนโลยี ($\beta = 0.20$) และ (4) ระยะเวลาในการขนส่ง ($\beta = 0.14$) โดยตัวแปรทั้งสี่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 40.90 ขณะที่ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าไม่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่าง "ความคิดเห็นที่แสดงออก" กับ "อิทธิพลจริงต่อพฤติกรรม" โดยแม้ว่าผู้บริโภคจะให้คะแนนความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านต้นทุนสูงสุด ($\bar{X} = 3.79$) แต่เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลจริง



ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ กลับพบว่าความปลอดภัยของสินค้ามีอิทธิพลสูงสุด ความแตกต่างนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kahneman (2011) เกี่ยวกับกระบวนการคิดสองระบบของมนุษย์

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน - ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.306$) ด้านความปลอดภัยของสินค้ามีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจสอดคล้องกับทฤษฎีอคติเชิงลบของ Baumeister et al. (2001) ที่อธิบายว่ามนุษย์ให้ความสำคัญกับประสบการณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวก และแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1966) ที่จำแนกความปลอดภัยเป็นปัจจัยสุขอนามัยที่เมื่อขาดหายไปจะสร้างความไม่พอใจอย่างรุนแรง ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชานนท์ ชัยเจริญ และประพล เปรมทองสุข (2566) ที่พบว่าความปลอดภัยมีผลต่อความไว้วางใจและขนาดสุทธิพัฒนาการ และปาริฉัตร เต็งสุวรรณ์ (2567) ที่พบว่าคุณภาพบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของกรณีการ วงศ์โพธิสาร (2561) ที่ศึกษาในกรุงเทพฯ ซึ่งพบว่าความรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ความแตกต่างนี้อาจสะท้อนลักษณะเฉพาะของเมืองรองที่ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและมาตรฐานการบริการมากกว่า

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน - ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.229$) ด้านต้นทุนมีอิทธิพลรองลงมา สอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจเชิงคุณค่าของ Zeithaml (1988) และงานวิจัยของนันทน์ นรามาศ (2565) และสุภาพร เทียนประเทือง (2564) ที่พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งช่วยลดต้นทุนและสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระดับปานกลาง (10,001-20,000 บาท/เดือน) จึงมีความอ่อนไหวต่อราคาสูง ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิกาญจน์ เกื้อประจง และคณะ (2568) ที่ศึกษาการเลือกใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ทำความเย็นของพ่อค้าคนกลางส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านสินค้าที่ถูกต้องและลูกค้าที่ถูกต้องมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สะท้อนว่าการตอบสนองความต้องการอย่างตรงจุดเป็นปัจจัยชี้ขาดที่สำคัญในบริบทของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ภาคใต้

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน - ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.204$) ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลอันดับสาม สอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ของ Davis (1989) และงานวิจัยของสรณ์ บุขบง และคณะ (2562) และวัฒนา เล้าสินวัฒนา (2563) ที่พบว่าระบบติดตามแบบเรียลไทม์และแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวก อย่างไรก็ตาม ความสำคัญของเทคโนโลยีที่ต่ำกว่าความปลอดภัยและต้นทุนอาจสะท้อนว่าผู้บริโภคในเมืองรองให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่ากระบวนการ

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน - ยอมรับสมมติฐาน ($\beta = 0.136$) ด้านระยะเวลาในการขนส่งมีอิทธิพลต่ำที่สุด แตกต่างจากงานวิจัยของฐาปณี แก้วเสนห์ใน (2564) และกรวิทย์ ชุมห่อนุรักษ์ (2562) ที่พบว่าความรวดเร็วมีอิทธิพลสูง ความแตกต่าง

นี้อาจอธิบายได้จากบริบทของเมืองรองที่มีพื้นที่ไม่กว้างมาก ระยะเวลาการขนส่งระหว่างผู้ให้บริการจึงไม่แตกต่างกันมากนัก ประกอบกับเทคโนโลยีติดตามแบบเรียลไทม์ช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับระยะเวลา

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการบริการลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วน - ปฏิเสธสมมติฐาน การที่ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าไม่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการนั้น ชัดแย้งกับงานวิจัยของ พรเจริญ แรงฤทธิ์ และชินโสณ วิสิฐนิกิจา (2559) สามารถอธิบายได้ว่า ในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคสามารถจัดการบริการด้วยตนเองผ่านเทคโนโลยี บทบาทของการบริการลูกค้าแบบดั้งเดิมจึงลดความสำคัญลง นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบโดยตรงและเป็นรูปธรรมมากกว่าอาจบดบังอิทธิพลของการบริการลูกค้า อย่างไรก็ตาม การบริการลูกค้ายังคงมีความสำคัญต่อความพึงพอใจในระยะยาวและความจงรักภักดี

การวิจัยครั้งนี้มีนัยสำคัญทางทฤษฎีสามประการ คือ (1) เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมปัจจัยหลายมิติ พร้อมกันและระบุอิทธิพลสัมพันธ์ (2) เป็นการศึกษาในบริบทเมืองรองซึ่งพบความแตกต่างจากเมืองใหญ่อย่างชัดเจน และ (3) เปิดเผยความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นที่แสดงออกกับอิทธิพลจริงต่อพฤติกรรม ซึ่งมีคุณค่าในการทำควมเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในระดับลึก

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำข้อมูลวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าความปลอดภัยของสินค้า ต้นทุน เทคโนโลยี และระยะเวลาในการขนส่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

(1) ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งด่วนควร (ก) ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าโดยพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์คุณภาพสูง จัดทำระบบประกันสินค้าที่ครอบคลุม ฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการจัดการสินค้า ติดตั้งระบบติดตาม (Global Positioning System: GPS) และ Shock Sensor และสร้างกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนที่รวดเร็วและโปร่งใส (ข) ปรับโครงสร้างต้นทุนให้คุ้มค่าโดยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเส้นทาง ใช้เทคโนโลยีลดต้นทุนการดำเนินงาน สร้างเครือข่ายพันธมิตร จัดโปรโมชันพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ และโปร่งใสในการกำหนดราคา (ค) พัฒนาและลงทุนในเทคโนโลยีโดยสร้างแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ (Artificial Intelligence: AI) และ Machine Learning สำหรับปรับปรุงบริการ บูรณาการระบบ Omnichannel และรักษาความปลอดภัยข้อมูลตาม (Personal Data Protection Act: PDPA) และ (ง) รักษามาตรฐานระยะเวลาการขนส่งโดยกำหนด SLA ที่ชัดเจน มีระบบสำรอง และสื่อสารกับลูกค้าอย่างทันท่วงทีเมื่อเกิดความล่าช้า

(2) หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นควร (ก) กำหนดมาตรฐานและระเบียบการกำกับดูแลอุตสาหกรรมขนส่งโดยเฉพาะด้านความปลอดภัย (ข) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ในระดับจังหวัด (ค) สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ผ่านสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและการอบรม และ (ง) คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียน



(3) ผู้บริโภคควร (ก) เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ (ข) ใช้เทคโนโลยีติดตามสถานะพัสดุ (ค) เลือกใช้บริการประกันสำหรับสินค้ามูลค่าสูง (ง) ให้ข้อมูลที่อยู่อย่างถูกต้องครบถ้วน และ (จ) ร้องเรียนทันทีเมื่อพบปัญหา

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

(1) ขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังเมืองรองอื่นๆ ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคตามบริบทของแต่ละภูมิภาค

(2) ศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น ภาพลักษณ์แบรนด์ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางสังคมและ Social Proof นวัตกรรมบริการ และความสะดวกในการเข้าถึง เนื่องจากตัวแปรในการศึกษานี้อธิบายความแปรปรวนได้เพียงร้อยละ 40.9

(3) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เช่น เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุ (Gen Z, Millennials, Gen X, Baby Boomers) กลุ่มรายได้ ประเภทสินค้าที่ส่ง และผู้ใช้บริการประจำกับผู้ใช้บริการเป็นครั้งคราว เพื่อออกแบบกลยุทธ์แบบ Market Segmentation ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยบูรณาการวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตพฤติกรรม และการวิเคราะห์ข้อมูลโซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าใจเหตุผลเบื้องหลังพฤติกรรมได้อย่างลึกซึ้ง

(5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความจงรักภักดี และพฤติกรรมการบอกต่อ รวมถึงกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าระยะยาว เนื่องจากการวิจัยนี้เน้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

การวิจัยตามแนวทางที่เสนอมจะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน



เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). ผลการจดทะเบียนธุรกิจ 2566. <https://www.dbd.go.th/news/09230167>
- กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรรวิทย์ ชูณห์นุรักษ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานันท์ แก้วแสนหิโน. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นฤนาถ สุทธิพัฒน์กำร และปาริฉัตร เต็งสุวรรณ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์. ใน การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 11 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 9 "การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วย BCG Model" (หน้า 738-751). มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- นันทนัส นรามาศ. (2565). การจัดเส้นทางขนส่งสินค้าเพื่อลดต้นทุนกรณีศึกษา: บริษัท AA ขนส่งอะไหล่รถยนต์ [การศึกษารายบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งสินค้าในเขตพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 14(1), 67-79.
- พรเจริญ แรงฤทธิ์ และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของบริษัท เวลต์ ฮาฟ ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด. วารสารบัณฑิตศึกษา, 9(2.1), 102-111.
- มนสิกาญจน์ เกื้อประจง, ณรงค์ฤทธิ์ พรหมชัยศรี, นนทพัทธ์ มาศเสมอ, วรณษา เกิดพิพัฒน์, อรเทพิน โยมเนียม และอริสา ทองปลโน. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ทำความเย็นของพ่อค้าคนกลางส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, 7(1), 85-104.
- รัชชานนท์ ชัยเจริญ และประพล เปรมทองสุข. (2566). อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5(2), 291-304.
- วัฒนา เล้าสินวัฒนา. (2563). การใช้แอปพลิเคชันเรียกรถเพื่อโดยสารในกลุ่มคนรุ่นใหม่. Journal of Transportation and Logistics (TRANSLOG), 2020(1), 64-81.
- ศิริรัตน์ ญาณปรีชา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท Flash Express จำกัดในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- สกรณ์ บุชบง, ณัฐพล จันทพลแสน และศุภกร ชาติชัย. (2562). การพัฒนาต้นแบบระบบพร้อมชุดอุปกรณ์ติดตามรถขนส่งพัสดุแบบเรียลไทม์โดยใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 3(2), 20-26.
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2564). *การคาดการณ์ความต้องการและการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่ง*. https://datagov.mot.go.th/dataset/dataset_11_03
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2567). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ในปี 2567*. <https://suratthani.moc.go.th/th/file/get/file/20240318eeb8ae8347da061d6881ef5b98d7dfd7154725.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2567*. <https://www.nesdc.go.th/download/logistics/report/LogisticsReportTH.pdf>
- สุภาพร เทียนประเทือง. (2564). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเส้นทางเดินรถส่งของด้วย Vehicle Routing Problem (VRP)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. World Publishing Company.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). Guilford Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. McGraw-Hill.
- Liu, X. S. (2019). A probabilistic explanation of Pearson's correlation. *Teaching Statistics*, 41(3), 115–117.
- Miles, J. (2014). Tolerance and variance inflation factor. In *Wiley StatsRef: Statistics reference online*. John Wiley & Sons.
- Milton, S. (1986). A sample size formula for multiple regression studies. *The Public Opinion Quarterly*, 50(1), 112–118.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- 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.

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.