

คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส  
ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ  
Service Quality That Affected the Customers for Choosing Flash  
Express Service in Muang District, Samut Prakan Province

เอกนรี ทุมพล

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

E-mail: aeknaree.t24@gmail.com

นันทน์ภัท สว่างการ

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

E-mail: saipin\_2010@hotmail.com

ชวัลวิทย์ โตจิต

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

E-mail: gouto19@gmail.com

อาภัสรา ไชยคาม

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

E-mail: bomkanan@gmail.com

Aeknaree Toomphol

Faculty of Logistics and Aviation Technology,

Southeast Bangkok University

Nannaphat Sawangkan

Faculty of Logistics and Aviation Technology,

Southeast Bangkok University

Chawanwit Tochit

Faculty of Logistics and Aviation Technology,

Southeast Bangkok University

Arphutsara Chaiyakam

Faculty of Logistics and Aviation Technology,

Southeast Bangkok University

(Received: October 13, 2021; Revised: October 19, 2021; Accepted: November 12, 2021)

## บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความพึงพอใจในการใช้บริการ แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 2) คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการขนส่ง แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีการเก็บข้อมูลจากประชากรในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ที่เลือกใช้บริการบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม และมีการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา สถิติทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือวางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการตอบสนองต่อลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการขนส่ง แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**คำสำคัญ:** การบริการขนส่งพัสดุด่วน การเลือกใช้บริการ คุณภาพการให้บริการ

## Abstract

This research aims to study, 1) Satisfaction in using Flash Express service in Mueang District, Samut Prakan Province Classified by demographic factors, and 2) the quality of service affected the decision to use the Flash Express service in Muang District, Samut Prakan Province. The data were collected from the population in the Muang district. Samut Prakan Province who chose to use Flash Express company and by using a questionnaire collected a random sample of 400 users and analyzed it using descriptive statistics, t-test, One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis methods.

The results showed that; 1) the respondents with different occupations choose the service of Flash Express service differently with the statistically significant at the .05 level, and 2) service quality in the concrete aspect of service reliability, customer confidence, and response to customers affects the decision to use the Flash Express transportation service in Muang District, Samut Prakan Province with statistically significant at the .01 level.

**Keywords:** express delivery service, service selection, service quality

## บทนำ

ช่วงปี ค.ศ.2020 ที่ผ่านมตลาด E-Commerce ในประเทศไทย มีแนวโน้มการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากพฤติกรรมของคนที่ย่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการเกิด Next Normal จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง มีอัตราการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลาด E-Commerce มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นจากปี ค.ศ.2019 ถึง 35% พร้อมกับการที่แอปพลิเคชัน E-Commerce กลายเป็น Top 10 ของแอปพลิเคชันที่คนไทยเข้าใช้งานมากที่สุด เมื่อตลาด E-Commerce ในประเทศไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ อีกหนึ่งธุรกิจที่เติบโตขึ้นอย่างสอดคล้องกัน ได้แก่ ธุรกิจโลจิสติกส์หรือการขนส่งสินค้าภายในประเทศ โดยประเทศไทยมีพัสดุเพิ่มขึ้นถึง 60% และยังมีคาดการณ์มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุว่าจะสูงถึง 66,000 ล้านบาทภายในปี ค.ศ.2021 (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC), 2020) นับว่าน่าจับตามองอย่างมาก ซึ่งในประเทศไทยเองก็มีผู้ให้บริการขนส่งสินค้ากว่า 10 ราย และยังมีผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาในตลาดอยู่เรื่อย ๆ แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ทางธุรกิจ เกิดการแข่งขันสูง มีกลยุทธ์การแข่งขันที่หลากหลาย เช่น ราคา คุณภาพ บริการ และความเร็ว เป็นต้น

บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส เป็นอีกหนึ่งบริษัทขนส่งที่เป็นที่น่าจับตามอง ทั้งที่เริ่มก่อตั้งในปี ค.ศ.2017 จนถึงปัจจุบัน แฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express, 2560) สามารถผลักดันด้านบริการส่งพัสดุให้เติบโต และก้าวขึ้นมาอยู่ในท็อป 3 ของตลาดขนส่ง โดยตลอดปี พ.ศ.2563 ได้นำส่งพัสดุให้กับลูกค้าทั่วประเทศรวมระยะทางกว่า 230 ล้านกิโลเมตร รวมจำนวนพัสดุมากกว่า 300 ล้านชิ้น และการเติบโตต่อเนื่อง ในปี พ.ศ.2564 บริษัทยังเดินหน้าลงทุนราว 1 หมื่นล้านบาท เพื่อสร้างรากฐานธุรกิจให้แข็งแกร่ง ทั้งการขยายจุดกระจายสินค้า เน้นพื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้น เพิ่มคลังแยกพัสดุ ศูนย์กระจายสินค้า และจุดส่งต่อสินค้าเพื่อกระจายไปยังจุดหมายปลายทางทั่วประเทศ รวมถึงลงทุนด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ยกกระดับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต และวางแผนในการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้านเริ่มจากกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม

จากการที่ตลาดเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดผู้ให้บริการรายใหม่เข้ามาลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ให้บริการรายใหญ่จากต่างประเทศ ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคามีแนวโน้มรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างประเทศต้องเผชิญกับการแข่งขันในด้านคุณภาพการบริการ และความเร็วในการจัดส่งสินค้าที่เข้มข้นมากขึ้นอีกด้วย อีกทั้งผู้ให้บริการขนส่งพัสดุรายเดิมยังมีโอกาสเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ให้บริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-demand Delivery) ซึ่งให้บริการด่วนภายใน 1 ชั่วโมง ตลอด 24 ชั่วโมง เช่น ลาลามูฟ (Lalamove) ไลน์แมน (Lineman) และ แกร็บเอ็กซ์เพรส (Grab Express) เป็นต้น การแข่งขันที่รุนแรงนี้ ถึงแม้จะส่งผลบวกต่อผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุเนื่องจากจะได้รับประโยชน์จากอัตราค่าบริการขนส่งที่ถูกลง การบริการขนส่งที่ปลอดภัยและรวดเร็วขึ้น และมีผู้ประกอบการให้เลือกใช้หลายราย แต่ในมุมของธุรกิจนอกจากการ

แข่งขันด้านราคาแล้ว ธุรกิจขนส่งพัสดุยังต้องแข่งขันในด้านบริการทั้งในแง่คุณภาพการบริการและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า โดยในด้านคุณภาพการบริการผู้ประกอบการควรต้องยกระดับความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้าเนื่องจากมูลค่าสินค้าที่สั่งซื้อออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมา จึงเป็นเหตุผลในการวิจัยในคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผลของงานวิจัยฉบับนี้เหมาะสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขนส่งเอกชนที่ซึ่งสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและมีความเป็นเลิศกว่าคู่แข่งทางการตลาดไปในระยะยาว รวมถึงหาแนวทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุดในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

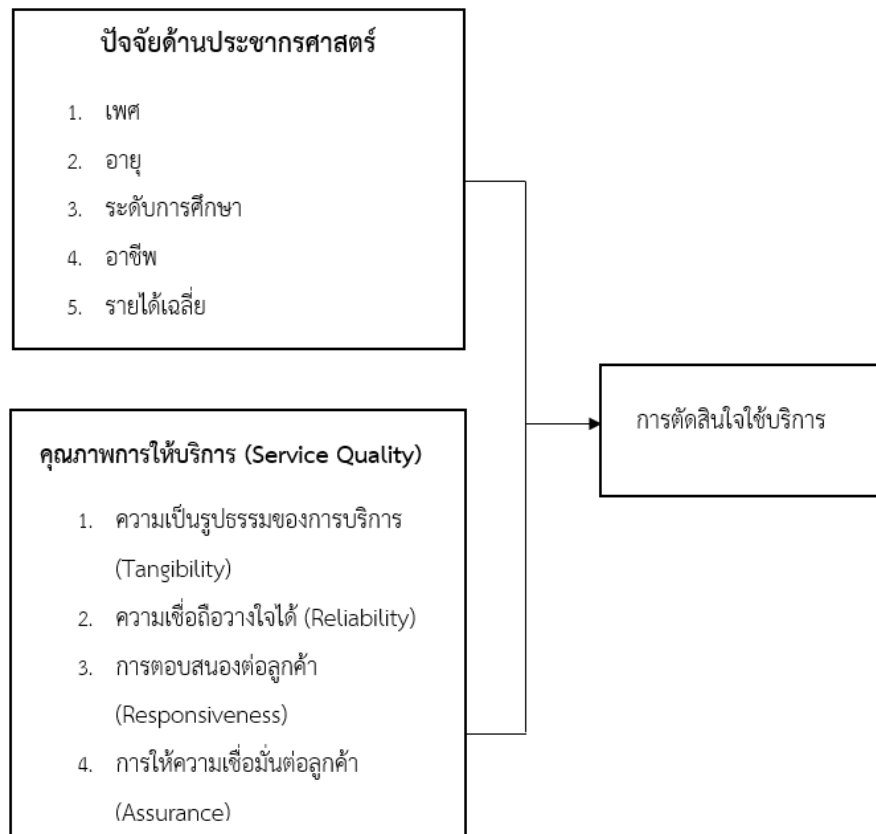
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สูตรของ Yamane และกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายหรือตามสะดวก (Accidental Sampling or Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวนที่ต้องการ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่ใช้ในการวัดทัศนคติโดยใช้มาตราวัด Likert's Scale แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1) สำหรับตัวแปรเชิงโครงสร้าง (Constructed Variables) คือ

ข้อคำถามของตัวแปรต้น คือ องค์ประกอบด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (The concreteness of the service) 2. ความเชื่อถือวางใจได้ (Reliability) 3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และ 4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Confident)

ข้อคำถามของตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

เมื่อผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย ตัวแทนนักวิชาการด้านโลจิสติกส์ ตัวแทนจากสถานประกอบการบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ และนักสถิติ เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยแบบสอบถามมีค่า IOC รายข้อระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นผู้วิจัยนำข้อคำถามมาแก้ไขปรับปรุงตามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์งานวิจัยในครั้งนี้

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้หลังจากการแก้ไขปรับปรุงไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลจริงเป็นจำนวน 30 ชุด เพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1951) โดยผู้วิจัยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.88 แสดงว่าแบบสอบถามนี้อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากข้อมูลที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ผลสรุป ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด มีค่าสถิติเชิงบรรยาย ดังตารางดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	SD
ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	4.52	0.64
ด้านความเชื่อถือวางใจได้	4.36	0.65
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.37	0.62
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.39	0.59

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.52$ ,  $SD=0.64$ ) รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.39$ ,  $SD=0.59$ ) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.37$ ,  $SD=0.62$ ) และด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.36$ ,  $SD=0.65$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	t/F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ	1.47	.29	ไม่แตกต่าง
2. อายุ	2.14	.06	ไม่แตกต่าง
3. ระดับการศึกษา	1.47	.289	ไม่แตกต่าง
4. อาชีพ	6.73	.00*	แตกต่าง
5. รายได้ค่าเฉลี่ยต่อเดือน	2.41	.08	ไม่แตกต่าง
<b>รวม</b>	<b>-2.85</b>	<b>-0.18</b>	<b>ไม่แตกต่าง</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้โดยรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ด้านอาชีพ

**ตารางที่ 3** คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express) ที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

คุณภาพการให้บริการ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(constant)	.076	.052		1.285	.066**
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.644	.048	0.644	15.206	3.82
2. ด้านความเชื่อถือวางใจได้	.255	.0507	.256	4.817	.001**
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	.217	.050	.225	3.900	.004**
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	.255	.050	.256	4.817	.001**

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express) ที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ( $\beta=0.644$ ) รองลงมา คือ ความเชื่อถือวางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ( $\beta=0.256$ ) และการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\beta=0.225$ ) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**อภิปรายผล**

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยทำการพิจารณาเป็นรายข้อจึงพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่ต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละอาชีพอาจจะมีเวลาในการทำงานแตกต่างกันบางอาชีพต้องทำงานในช่วงเวลากลางคืนจึงอาจไม่สะดวกในการใช้บริการ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส ในรอบเวลาทำการได้เนื่องจากบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส มีการเปิดปิดตามเวลาทำการ ผู้ที่มีอาชีพทำงานในเวลากลางคืนจึงไม่สามารถใช้บริการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส



จำกัด ของ ฐานพัฒนา ภูแดนกลาง และ ซิมโสมวิสิฐ นิธิกจา (2563) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละอาชีพมีเวลาในการทำงานไม่ตรงกันและไม่สอดคล้องกับเวลาเปิดทำการของบริษัท

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า บริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากลูกค้าต้องการความชัดเจนของบริการต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปเปรียบเทียบกับบริการของคู่แข่งก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าอยู่ในระดับมาก ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยลูกค้าจะทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการให้บริการโดยมีการดูแลเอาใจใส่และให้ข้อมูลที่ชัดเจนขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการ มีราคาที่เหมาะสมเป็นมาตรฐาน และเวลาในการให้บริการรวมถึงระยะเวลาในการขนส่งที่รวดเร็วแก่ลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่งในระดับเดียวกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลางของ ศิวานนท์ จันทระประวัติ (2562) และ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของ ญาธิณี เหลืองทวีทรัพย์ (2560) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งจะมีความพึงพอใจผู้ให้บริการที่มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน และเป็นรูปธรรม และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือจนนำมาสู่ความภักดีในการใช้บริการของบริษัทนั้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความแตกต่างกัน อาจด้วยเพราะเวลาในการทำงานแต่ละอาชีพที่ต่างกัน ทั้งนี้ บริษัทควรมีการบริหารจัดการด้านเวลาในการให้บริการที่ครอบคลุมทุกอาชีพ ให้สามารถเข้าใช้บริการในทุกช่วงเวลา เนื่องจากในปัจจุบันมีบริษัทผู้ให้บริการด้านการขนส่งที่เป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคที่หลากหลาย ถ้าบริษัทไหนสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าย่อมได้เปรียบในการแข่งขัน หรืออาจจะหาพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อรองรับการให้บริการของอาชีพที่ทำงานในเวลากลางคืนได้ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกกลุ่มและสร้างความประทับใจจนเกิดความภักดีกับบริษัท

### ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ช่วยพัฒนาการขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความทันสมัยและก้าวหน้ามากขึ้น โดยอาจมีการนำนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการขนส่ง
2. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติขั้นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาโดยใช้สถิติอื่น ๆ เพิ่มเติมในการวิเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- ญาธิณี เหลืองทวีทรัพย์. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง และ ชินโสณวิสิฐ นิธิกิจจา. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด. วารสารศิลปการจัดการ, 5(1): 17-29.
- ศิวานนท์ จันทระประวัตติ และ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ ในเขตภาคกลาง. Journal of KMITL Business School, 9(1): 59-79.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) (2020). TRANSPORT & LOGISTICS 2020: อีไอซีวิเคราะห์ธุรกิจขนส่งพัสดุในปี2020 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้นจากแรงกดดันด้านราคา. ค้นหามือวันที่ 20 ธันวาคม 2562, จาก [https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/6563/fjvy8kfdv8/EIC\\_Industry-review\\_parcel\\_20200120.pdf](https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/6563/fjvy8kfdv8/EIC_Industry-review_parcel_20200120.pdf)
- Lee Cronbach. (1951). Cronbach's Alpha. Retrieved on December, 20<sup>th</sup>, 2019, from <https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/statistics-definitions/cronbachs-alpha-spss/>
- Flash Express. (2560). ความเป็นมาบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย). ค้นหามือวันที่ 20 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.flashexpress.co.th/about-us/>.