

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Decision Making to Choose the Express Delivery Company in Bangkok

¹นฤมล แท้มแก้ว และ²ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์

¹Narumon Tamkaew and ²Piyachat Jaruteerasan

¹นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹ Master of Business Administration Ramkhamhaeng University

² Teacher of Faculty of Logistics Ramkhamhaeng University

¹Corresponding Author. E-mail: combunwa99@gmail.com

Received April 10, 2024; Revised April 24, 2024; Accepted August 13, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ และการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ควรและกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ด้านการขนส่งจำนวนที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านการขนส่งไปยังสถานที่ถูกต้อง รองลงมาด้านการบริการต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสม รองลงมาด้านการขนส่งเพื่อลูกค้าที่ถูกต้อง และด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้องมีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) ควรปรับปรุงด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้องกับลูกค้าเป็นลำดับแรก (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน มีค่าเฉลี่ย 3.89 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีค่ามากที่สุด รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

คำสำคัญ: โลจิสติกส์ 7R ; คุณภาพการให้บริการ ; การเลือกใช้ขนส่ง

Abstract

The objectives of this article are 1) to study the factors used in transportation services (7R) that affect the selection of private parcel delivery companies. in Bangkok 2) To study service quality factors that affect the selection of private parcel delivery companies. In Bangkok the research format is quantitative research. And this research study should and set the sample size to be equal to 385 samples. The research results found that (1) factors used in transportation services (7R) that affect the selection of private parcel delivery companies. In

the field of transportation, the correct number is the most average. Second is transportation to the correct location. Second, service costs that are correct and appropriate. Secondly, transportation for the right customers. And in terms of transportation, correct conditions are the least valuable. Shows that opinions on logistics management 7R (7 Rights of Logistics) should improve the correct transportation conditions. with customers first. (2) Service quality factors that affect the selection of private parcel delivery companies have average of 3.89. When classified into each aspect, it was found that the aspect of giving confidence to customers is the most valuable. followed by reliability and trustworthiness Response to customers The concrete aspect of the service and the aspect of knowing and understanding customers. has the least average.

Keywords: 7R logistics; Service quality; transportation selection

บทนำ

ก่อนจะเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 นั้น พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อหรือการตัดสินใจซื้อจากการไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ต้องการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า เป็นต้น เพื่อต้องการไปเลือกสินค้า หรือเห็นสินค้าเอง ดังนั้น ยุคนั้น ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่าง ๆ เป็นที่นิยมอย่างมากจึงทำให้มีการแข่งขันกันสูง ทั้งด้าน คุณภาพ สินค้า การให้บริการ ด้านราคา เป็นต้น ซึ่งในขณะนั้นบริษัทขนส่งที่เป็นที่รู้จักส่วนใหญ่ คือ ไปรษณีย์ไทย ซึ่งคนส่วนใหญ่จะเน้นส่ง เอกสาร จดหมาย มากกว่าที่จะส่งพัสดุที่เป็นสินค้า ต่อมาเมื่อมีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เนื่องจากมาตรการสกัดการแพร่ระบาด อาทิ มาตรการปิดกิจการและการระงับการเคลื่อนที่ (Lockdown) จึงทำให้การเลือกซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าการปรับเปลี่ยนไปใช้ E-Commerce มากขึ้น ส่งผลให้มูลค่า E-Commerce เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดดธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ นับเป็นโลจิสติกส์กลุ่มหนึ่งที่เปิดเสรีให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจ ทั้งนี้ประมาณมูลค่าการตลาดเฉพาะกลุ่มนี้ในปีที่ผ่านมา มีมูลค่าถึง 32,000 ล้านบาทต่อปี โดยมีค่าเฉลี่ยการเติบโตที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี และที่สำคัญ การเกิดธุรกิจใหม่ ในธุรกิจกลุ่มนี้มีใหม่มาเรื่อย ๆ ซึ่งปัจจุบันยังมีธุรกิจรายเดิมและธุรกิจขนส่ง – โลจิสติกส์ รายใหม่เกิดขึ้นมากมาย เช่น Flash Express , Ninja Express , J&T Express , SCG Express เป็นต้น ที่พร้อมด้วยเงินลงทุน เทคโนโลยี บุคลากร ดังนั้น กลุ่ม Express นี้เราหมายถึงบริการส่ง ‘แบบซอง’ และ ‘แบบกล่อง’ แต่ด้วยการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริการขนส่งพัสดุ อาจจะต้องผันตัวเป็นผู้ให้บริการขนส่งพัสดุไปด้วย (ชมรมผู้สื่อข่าวรถเพื่อการพาณิชย์, 2563)

ธุรกิจขนส่งพัสดุในปี พ.ศ. 2566 ว่า มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องที่ 18% หรือมีมูลค่า 1.15 แสนล้านบาท ขณะที่กลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุดังเดิมประเมินว่า จะอยู่ในระดับค่อนข้างทรงตัว ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุดังเดิมให้รักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่ง พร้อมทั้งสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่โดดเด่น และ

ขยายการบริการไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม มากขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจขนส่งพัสดุเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทและรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เน้นช่องทางการกระจายสินค้าไปถึงผู้บริโภคได้เร็วในปี 2561-2562 ธุรกิจขนส่งพัสดุมียอดค่าในตลาดราว 4.6 หมื่นล้านบาท เติบโตเฉลี่ย 15% ต่อปี โดยได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของตลาด E-Commerce ต่อมาในช่วงปี 2563-2564 เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กลับหนุนให้ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตสูงกว่า 30% มียอดค่าตลาดอยู่ที่ 7 หมื่นล้านบาทต่อปี โดยมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในตลาดธุรกิจขนส่งพัสดুরับผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นมาจนถึงปี 2565 หลังจากโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งพัสดุยังคงมีแนวโน้มเติบโตดี มียอดค่าในตลาดราว 9.6 หมื่นล้านบาท จากการที่ผู้คนมีความคุ้นชินกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับปี 2566 ธุรกิจขนส่งพัสดุยังคงเติบโต แต่อาจไม่เติบโตสูงเท่าช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากโควิด-19 คลี่คลายมากขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากช่องทางต่าง ๆ โดยคาดว่าลูกค้าในตลาด E-Commerce จะเริ่มถึงจุดอิ่มตัว และเนื่องจากธุรกิจต้องพึ่งพาผู้บริโภคเป็นหลัก โดยที่ผ่านมาผู้ประกอบการแต่ละรายมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาให้บริการคลังสินค้าและการจัดส่ง (Fulfillment) การขยายพื้นที่การให้บริการ การขายเฟรนไชส์ และการลดราคาค่าบริการจัดส่งพัสดุ ดังนั้นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจขนส่งพัสดุจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษาตลาดในเชิงคุณภาพมากขึ้น รักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่งระยะเวลาการจัดส่ง การจัดการการส่งคืนสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้กลับมาใช้ซ้ำ เกิดการบอกต่อ ต้องขยายการบริการไปยังตลาดเฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น โดยเฉพาะบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เช่น การบริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจขยายการบริการให้ครบวงจร เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคได้ใช้ช่องทางในการบริการได้หลากหลาย ตอบโจทย์ผู้บริโภคและสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี ,2566)

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจขนส่งพัสดุ จึงมีความสนใจศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้ประกอบการขนส่งพัสดุและ สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงการบริการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการที่เป็นเอกลักษณ์และกระตุ้นการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดได้ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีขึ้นและยั่งยืนของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

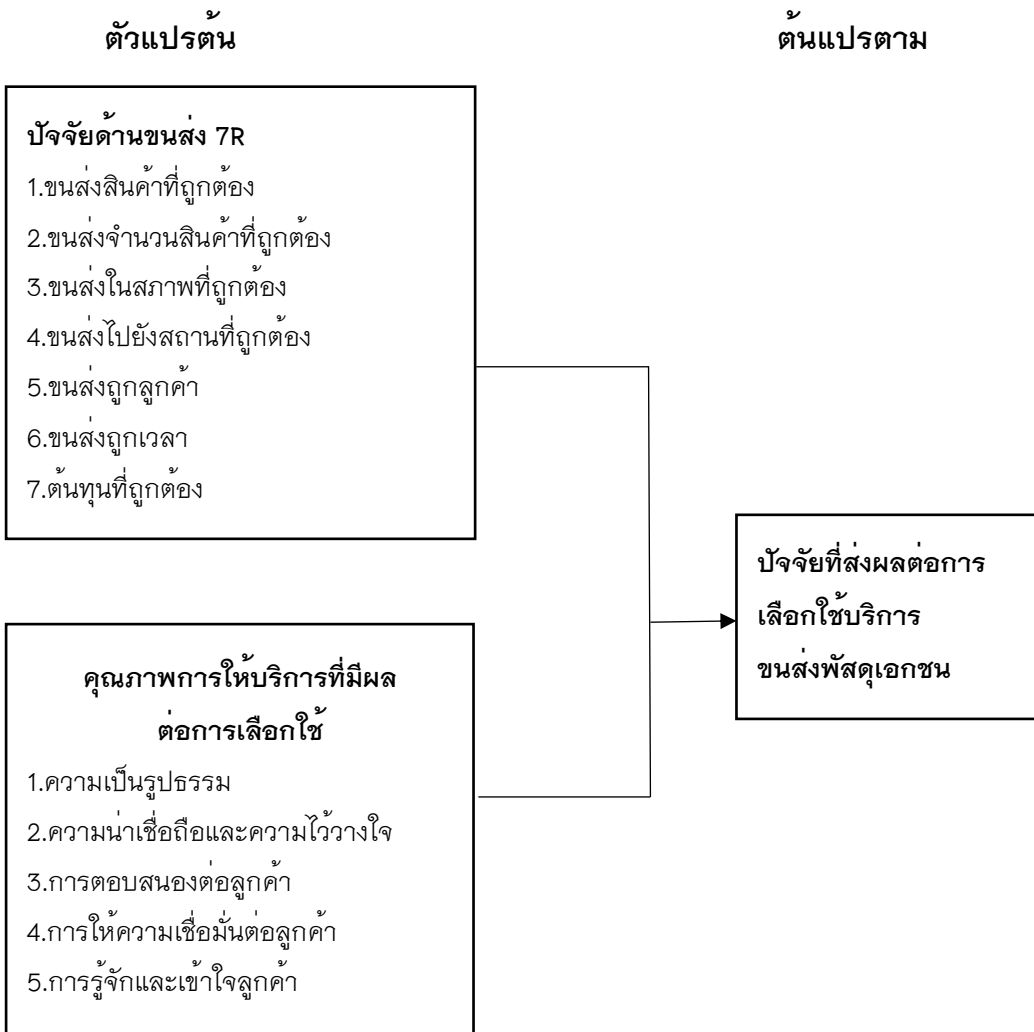
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. การบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการดำเนินการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม(Questionnaire) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามพร้อมบททวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการสรุปผลการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการกำหนดรูปแบบของวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

กลุ่มประชากรเป้าหมาย ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปที่เคยเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ที่เป็นร้านให้บริการรูปแบบการส่งพัสดุแบบกล่องเร่งด่วน (Express) รูปแบบ B2C (Business to Customer) และ C2C (Customer to Customer) โดยไม่ทราบขอบเขตกลุ่มประชากรตามพื้นที่

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ที่เคยเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แท้จริงได้ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับ ความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ควรและกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มคนที่เคยเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ย พิจารณาจากคะแนนของคำตอบ ซึ่งเป็นการวัดระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติค่าT-test และ F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way Anova)

ผลการวิจัย

1.ปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงตอบแบบสอบถาม จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 และเพศชายตอบแบบสอบถาม จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 โดยมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.30 มากที่สุด รองลงมา มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.30 มีอายุมากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.40 และมีอายุ 18 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.00 น้อยที่สุดตามลำดับ โดยมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่สถานภาพโสด

คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมา มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 30.40 และมีสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.30 น้อยที่สุด ตามลำดับและกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมา มีระดับกับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.30 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.90 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.30 น้อยที่สุด ตามลำดับ ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.90 รองลงมา มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.60 รองลงมา ระดับรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.90 และระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.20 โดยพบว่า กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ เอกชนที่ถูกใช้บริการบ่อยที่สุด คือ J&T Express คิดเป็นร้อยละ 33.20 รองลงมา คือ Flash Express คิดเป็นร้อยละ 23.10 ส่วนความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุเอกชน Kerry Express และ ใช้ทุกขนส่งไม่เจาะจง มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.80

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	385	3.80	0.67	เห็นด้วยมาก
ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ	385	4.02	0.74	เห็นด้วยมาก
การตอบสนองต่อลูกค้า	385	3.85	0.82	เห็นด้วยมาก
ให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	385	4.05	0.76	เห็นด้วยมาก
รู้จักและเข้าใจลูกค้า	385	3.74	0.78	เห็นด้วยมาก
คุณภาพการให้บริการลูกค้า โดยภาพรวม	385	3.89	0.67	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 ด้านคุณภาพการให้บริการ จากการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.89 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีค่ามากที่สุด รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.85 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.67 และ ด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.74 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีค่าน้อยที่สุดโดยแจกแจงรายด้านดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการรวม 3.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่มีอุปกรณ์ให้บริการ ทั้ง เทปใส ปากกา กล้องพัสดุ มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 รองลงมา ด้านสถานที่ตั้งหาง่ายและมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.91 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 ด้านสถานที่สะอาดตามาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 และ ด้านการแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงในด้านของการแต่งกายของพนักงานให้มีความสุภาพเรียบร้อย เป็นอันดับแรก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 4.02 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นมืออาชีพในการทำงานทั้งการให้ข้อมูล การคีย์ข้อมูลได้ถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 ด้านการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความจริงใจ และให้เกียรติเสมอภาคทุกคน มีค่าเฉลี่ย 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ด้านให้คำแนะนำและรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 และด้านการติดตามประสานงานให้เสมอหากพัสดุ มีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.89 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงด้านการติดตามประสานงานให้เสมอหากพัสดุมีปัญหาลำดับแรก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย โดยภาพรวม 3.85 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 ด้านพนักงานแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และด้านมีบริการทางช่องทางออนไลน์ให้ติดต่อได้สะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 มีค่าน้อยที่สุดแสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงด้านมีบริการทางช่องทางออนไลน์ให้ติดต่อได้สะดวก เป็นลำดับแรก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรักษาความลับของลูกค้าที่ใช้บริการในส่วนข้อมูลส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 รองลงมา ด้านการบริการส่งพัสดุเป็นไปตามที่บริษัทกำหนดไว้ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ย 4.07

มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 และ ด้านการบริการได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุง ด้านการบริการที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับกับลูกค้าเป็นลำดับแรก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 3.74 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ย 3.89 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 รองลงมา ด้านพนักงานใส่ใจและรับฟังปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำมีค่าเฉลี่ย 3.82 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 และ ด้านพนักงานสามารถจดจำรายละเอียดและความต้องการของลูกค้าได้มีค่าเฉลี่ย 3.54 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุง ด้านรู้จักและเข้าใจกับลูกค้าเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics)

การจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics)	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D>	แปลผล
การขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง	385	4.01	0.68	เห็นด้วยมาก
ขนส่งจำนวนที่ถูกต้อง	385	4.11	0.75	เห็นด้วยมาก
การขนส่งสภาพที่ถูกต้อง	385	3.97	0.83	เห็นด้วยมาก
การขนส่งไปยังสถานที่ถูกต้อง	385	4.07	0.70	เห็นด้วยมาก
การขนส่งเพื่อลูกค้าที่ถูกต้อง	385	4.03	0.74	เห็นด้วยมาก
การส่งสินค้าในเวลาที่ต้องการ ตรงเวลาดังเวลา	385	3.99	0.75	เห็นด้วยมาก
การบริหารต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสม	385	4.04	0.65	เห็นด้วยมาก
การจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) โดยภาพรวม	385	4.03	0.63	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 จากการศึกษา พบว่าการจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) การจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics)โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการขนส่งจำนวนที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 4.11 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมา ด้านการขนส่งไปยังสถานที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 รองลงมา ด้านการบริหารต้นทุนที่ถูกต้อง และเหมาะสม ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.04 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมา ด้านการขนส่งเพื่อลูกค้าที่ถูกต้องค่าเฉลี่ย 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) ควรปรับปรุงด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้อง กับลูกค้าเป็นลำดับแรก โดยแจกแจงรายด้านดังนี้

ด้านการขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.01 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุได้ถูกต้องตามที่ระบุไว้ หรือตามที่ต้องการมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.16 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 รองลงมา ด้านบริษัทให้บริการแอปพลิเคชันที่สามารถตรวจสอบรายละเอียดการจัดส่งพัสดุได้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และ ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีการโทรเจรจาเพื่อขนส่งพัสดุได้ถูกต้องตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีการโทรเจรจาเพื่อขนส่งพัสดุได้ถูกต้องตามความต้องการ ควรปรับปรุง กับลูกค้าเป็นลำดับแรก

ด้านการขนส่งจำนวนที่ถูกต้อง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุครบตามจำนวนที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และ ด้านบริษัทให้บริการแอปพลิเคชันที่สามารถตรวจสอบจำนวนพัสดุที่จัดส่งได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.06 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทให้บริการแอปพลิเคชันที่สามารถตรวจสอบจำนวนพัสดุที่จัดส่งได้อย่างถูกต้อง ควรปรับปรุง กับลูกค้าเป็นลำดับแรก

ด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้อง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุในสภาพสินค้าที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 รองลงมา ด้านบริษัทมีการจัดการและรักษาสภาพสิ่งของหรือพัสดุในการขนส่งที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 และด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุถึงมือผู้รับในแต่ละครั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.96 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุถึงมือผู้รับในแต่ละครั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพควรปรับปรุง กับลูกค้าเป็นลำดับแรก

ด้านการขนส่งไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุได้ถูกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.10 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 รองลงมา ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุได้ถึงปลายทางตามที่ระบุไว้ได้ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และ ด้านบริษัทมีแอปพลิเคชันในการตรวจเช็คและการยืนยันการจัดส่งเมื่อถึงปลายทาง มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการ

ให้บริการ บริษัทมีแอปพลิเคชันในการตรวจเช็คและการยืนยันการจัดส่งเมื่อถึงปลายทาง ควรปรับปรุงให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก

ด้านการขนส่งเพื่อลูกค้าที่ถูกต้อง โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุจัดส่งได้ถูกผู้รับมีค่าเฉลี่ย 4.19 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 รองลงมา ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุระบุข้อมูลผู้ส่งและผู้รับได้ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 และ ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีบริการหลังการขายที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการขนส่งพัสดุมีบริการหลังการขายที่ดีที่สุด ควรปรับปรุงให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก

ด้านการส่งสินค้าในเวลาที่ถูกต้อง ตรงเวลาทันเวลา โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุได้ตรงเวลาและทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมา บริษัทให้บริการขนส่งพัสดुरักษามาตรฐานเวลาการจัดส่งเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 และ บริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีเทคโนโลยีในการคำนวณเส้นทางวัน และเวลาในการจัดส่งเพื่อให้ทราบวันที่จัดส่งที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.91 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีเทคโนโลยีในการคำนวณเส้นทางวันและเวลาในการจัดส่งเพื่อให้ทราบวันที่จัดส่งที่แน่นอนควรปรับปรุงให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก

ด้านการบริหารต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสม โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีราคาที่อยู่ในระดับสามารถยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมา บริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีโปรโมชั่นตามช่วงเวลาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมา ด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดูให้บริการราคาค่าขนส่งเหมาะกับคุณภาพการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 และด้านบริษัทให้บริการขนส่งพัสดูให้บริการราคาค่าขนส่งที่ถูกต้องและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทให้บริการขนส่งพัสดูให้บริการราคาค่าขนส่งที่ถูกต้องและเหมาะสม ควรปรับปรุงให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก

อภิปรายผลการวิจัย

1.ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้า โดยภาพรวม

มีค่าเฉลี่ย 3.89 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีค่ามากที่สุด รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 4.02 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 3.85 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม 3.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย โดยภาพรวม 3.74 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีค่าน้อยที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณลักษณ์ อภินาวัน. (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมที่ ส่งผลต่อการให้บริการขนส่งพัสดุ กรณีศึกษา บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาบางปู ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุที่สังกัดได้จะมี 2 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นบริษัทขนส่งพัสดุจำเป็นต้องเน้นกลยุทธ์การบริหารจัดการการขนส่งที่น่าเชื่อถือ และคุณภาพการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญธร ตินภาพ (2565) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ ใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านรูปธรรม ความไว้วางใจ และการประกันคุณภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านการตอบสนอง และความเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและ ความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา วรณมณี (2566) เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพบริการและความภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา บริษัท ขนส่งพัสดุเอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คุณภาพการบริการการให้บริการด้วยความมั่นใจ การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และความคุ้นเคยกับลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขององค์กร การให้บริการด้วยความมั่นใจมีมิติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือการเข้าใจความต้องการของลูกค้าและความคุ้นเคยกับลูกค้า ตามลำดับ มิติคุณภาพการบริการ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากต่อความภักดีของลูกค้า คือ การตอบสนองของพนักงาน การเข้าใจความต้องการของลูกค้า ความคุ้นเคยกับลูกค้า และการให้บริการอย่างมั่นใจ ตามลำดับ ความพึงพอใจของลูกค้าแสดงให้เห็นอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า ตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เพศและระดับรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับ ตัวแปรเพศยังมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.ปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี รองลงมา มีอายุ 21 – 30 ปี มีอายุมากกว่า 41 ปี โดยมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่สถานภาพโสด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการขนส่งพัสดุเอกชนที่ถูกใช้ บริการบ่อยที่สุด คือ J&T Express รองลงมา คือ Flash Express ด้านคุณภาพการให้บริการ จากการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้า เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ กลุ่มลูกค้าเห็นว่า มีคุณภาพมากที่สุด โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวม เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่มีอุปกรณ์ให้บริการทั้ง เทปใส ปากกา กล่องพัสดุ รองลงมา ด้านสถานที่ตั้งหาง่ายและมีที่จอดรถสะดวก กลุ่มลูกค้าเห็นว่า มีคุณภาพมากที่สุด ความคิดเห็น เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นมืออาชีพในการทำงานทั้งการให้ข้อมูล การคืนข้อมูลได้ถูกต้องชัดเจนและ ด้านการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความจริงใจ และให้เกียรติเสมอภาคทุกคน ความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการในการตอบสนองต่อลูกค้า เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานมีความ กระตือรือร้น เต็มใจที่จะให้บริการ และด้านพนักงานแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการในด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรักษา ความลับของลูกค้าที่ใช้บริการในส่วนของคุณภาพข้อมูลส่วนตัว รองลงมา ด้านการบริการส่งพัสดุเป็นไปตาม ที่บริษัทกำหนดไว้ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านรู้จัก และเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวม เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน กลุ่มลูกค้ามีความคิดเห็นต่อคุณภาพมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ให้บริการขนส่งพัสดุเอกชนที่ใช้บ่อยที่สุดที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า sig มีค่าในระดับ 0.05 ในจำนวน 2 ด้าน โดยมีการตอบสนองต่อลูกค้า และ รู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลต่อคุณภาพการให้บริการต่อการ เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ ขนส่งพัสดุของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ความถี่ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่เลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า

3.ปัจจัยที่ใช้ในการบริการด้านขนส่ง (7R) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการขนส่งจำนวนที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.11 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมา ด้านการขนส่งไปยังสถานที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 รองลงมา ด้านการบริการต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสม ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.04 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 รองลงมา ด้านการขนส่งเพื่อลูกค้าที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.03 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีค่าน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ 7R (7 Rights of Logistics) ควรปรับปรุงด้านการขนส่งสภาพที่ถูกต้อง กับลูกค้าเป็นลำดับแรก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัต อิศราศิริกุล. (2562) ได้ศึกษาเรื่องการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการปัญหา ได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้าอันเนื่องจากการตรวจเช็คปริมาณสินค้าทั้งงานรับงานมาไม่ครบ การปฏิบัติงานที่ไม่ปลอดภัยงานเสียหาย อุบัติเหตุในการทำงาน และการขับรถ รวมไปถึงเรื่องการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามเวลาที่ลูกค้า โดยผู้วิจัยได้เลือกวิธีการประเมินระดับความสามารถของพนักงานขับรถขนส่งตามหลักการของ 7R Logistic เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการเลือกงานที่เหมาะสมกับระดับความสามารถนั้น โดยในส่วนของงานแต่ละ Customer นั้นจะใช้วิธีการประเมินจัดกลุ่มระดับความยากง่ายของแต่ละงาน เพื่อทำการจัดกลุ่มระหว่างความสามารถของพนักงานขับรถขนส่งกับระดับความยากง่ายของงาน ด้วยวิธีการจัดลำดับ (Ranking) ซึ่งจากการศึกษาจัดกลุ่มและได้นำผลจากการจัดกลุ่มไปใช้จริง โดยได้จัดพนักงานขับรถขนส่งอยู่ในลำดับต่างๆ ไปปฏิบัติงานกับลูกค้าตามกลุ่มที่จัดเอาไว้ ผลที่ได้รับพบว่า ในปี 2562 มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าลดลงจากเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ด้านความเชื่อมั่น และความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างมาตรฐานการบริการและความคงที่ของการบริการเพื่อให้บริษัทเกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2) ด้านการจัดการโลจิสติกส์ 7R พบว่าการขนส่งพัสดุ ลูกค้าให้ความเห็นว่า การขนส่งพัสดุนั้นส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่ไม่ดี ดังนั้นพนักงานหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องควรกำชับกับพนักงานที่รับพัสดุจากศูนย์บริการหรือพนักงานจัดส่งพัสดุ ควรเรียงพัสดุนั้นให้มีประสิทธิภาพเพื่อไม่ให้เกิดการซ้อนกันจนกล่องพัสดุเสียหายมากเกินไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์ถึงสาเหตุของการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชน

2) ควรศึกษาปัจจัยด้านต้นทุนที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

- ชมรมผู้สื่อข่าวรถเพื่อการพาณิชย์.(2563). *อนาคตธุรกิจขนส่งไทย เมื่อต้องเผชิญการแข่งขันที่ดุเดือด*.สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.transtimenews.co>.
- ฉันทธร ดิณภพ (2565). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร*.วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24(1), 85–96.
- วรรณลักษณ์ อภินาวัน. (2565). *การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการให้บริการขนส่งพัสดุกรณศึกษา บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาบางปู*. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 10(1), 35–46.
- ศิริรัตน์ ญาณปรีชา.(2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. ค้นคว้าอิสระสาขาวิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2566). *คาดการณ์ธุรกิจขนส่งพัสดุปี 2566 โตต่อเนื่อง*, สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.ttbbank.com>.
- สุปรียา วรรณมณี. (2566). *การประเมินคุณภาพ บริการ และ ความ รั กั ดั ของ ลูกค้ า กรณั ศึกษ บริษัท ขนส่ง พัสดุ เอกชน แห่ง หนึ่ง ใน จังหวัด เชียงใหม่*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สุพัต อิศราศิริกุล.(2562). *การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานขับรถขนส่ง ตามหลัก 7R กรณั ศึกษ: กลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า*. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซุ่ปทาน. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.