

ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง
ของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

TNII

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2566

LOGISTICS EFFICIENCY AND SATISFACTION FACTORS AFFECTING THE DECISION
TO USE THE TRANSPORTATION SERVICE OF MERCHANTS IN BANGKOL

Wanvisa Julavanichpong

TNII

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Innovation of Business and Industrial Management

Graduate Studies

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2023

หัวข้อสารนิพนธ์

ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร

โดย

วันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

สาขาวิชา

นวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์

บัณฑิตศึกษา สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรากร ศรีเชวงทรัพย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์)

..... กรรมการ

(ดร.ดอน แก้วดก)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์)

วันวิสา จุลวนิชย์พงษ์ : ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์, 70 หน้า.

งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่งด้วยรถขนส่งขนาดใหญ่ ความพึงพอใจต่อการให้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ และการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ตลอดจนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ระดับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการจัดการขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อันดับสองคือ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 , อันดับสามคือ ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ ด้านการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ ด้านระบบการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ตามลำดับ โดยผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่าระดับความพึงพอใจการให้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

นอกจากนี้ พบว่า การตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้ และมีความเป็นไปได้สูง ที่ท่านจะกลับมาใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้อีกครั้ง เมื่อต้องการขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

บัณฑิตศึกษา
สาขาวิชา นวัตกรรมการจัดการธุรกิจ
และอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนักศึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

WANVISA JULAVANICHPONG : LOGISTICS EFFICIENCY AND SATISFACTION
FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE TRANSPORTATION
SERVICE OF MERCHANTS IN BANGKOL. ADVISOR : ASST.PROF.DR.SURASIT
UDOMTHANAVONG, 70 PP.

This research on "Logistics efficiency and satisfaction factors affecting the decision to use the transportation service of merchants in Bangkok" aims to study the opinions on transportation efficiency with large transport vehicles. Satisfaction with the use of large transportation services, the decision to use large transportation services, as well as the study of the relationship between performance factors. Satisfaction level and decision to use a large transport service

The results of the study showed that the level of opinion on the transportation efficiency factor Overall, the average was 3.82, and when looking at each aspect, it was found that the area with the highest level of opinion was freight management. It has an average of 3.96, second in terms of reliability. With an average of 3.88, third place is technology. It has an average of 3.81L in terms of employee service. It has an average of 3.73 and in terms of management system. The results of the analysis of the satisfaction level of service users showed that the satisfaction level of using large transportation services. Overall, the average was 3.62, and the one with the highest average was that you were satisfied with the quality of transportation services. It has an average of 4.01 and the least average is that you feel satisfied with the transit time. It has an average of 3.62.

In addition, it was found that the overall decision to use large transportation services averaged 3.95. And there is a high possibility that you will come back to use this transportation company again. To transport goods the same average is 3.97 and the least average is when you want to send a shipment. You will use this transportation company. It has an average of 3.92.

Graduate Studies

Field of Study Innovation of Business and

Industrial Management

Academic Year 2023

Student's Signature.....

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นภาคินิพนธ์ที่ข้าพเจ้าได้รวบรวมความรู้ทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจในการศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สนใจในอนาคต โดยสารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่านดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนวงศ์ ที่ให้ความกรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาภาคินิพนธ์ให้แก่ข้าพเจ้า เพื่อช่วยชี้แนะแนวทางในการดำเนินงาน ให้คำปรึกษาสารนิพนธ์ให้แก่ข้าพเจ้าเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องและตรวจสอบความเรียบร้อยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาอยู่

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานมาโดยตลอด

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมพี่ๆ และเพื่อนร่วมรุ่น ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือมาโดยตลอด

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เป็นส่วนช่วยสำคัญให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดาของข้าพเจ้าที่คอยสนับสนุนข้าพเจ้าตลอด ทั้งด้านค่าการศึกษา ค่าครองชีพ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในนิพนธ์เล่มนี้มาโดยตลอด

วันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป	ฉ
 บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐาน.....	3
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์	6
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	9
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	17
วิธีการศึกษา	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	19
การวิเคราะห์ข้อมูล	25
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	25

สารบัญ (ต่อ)

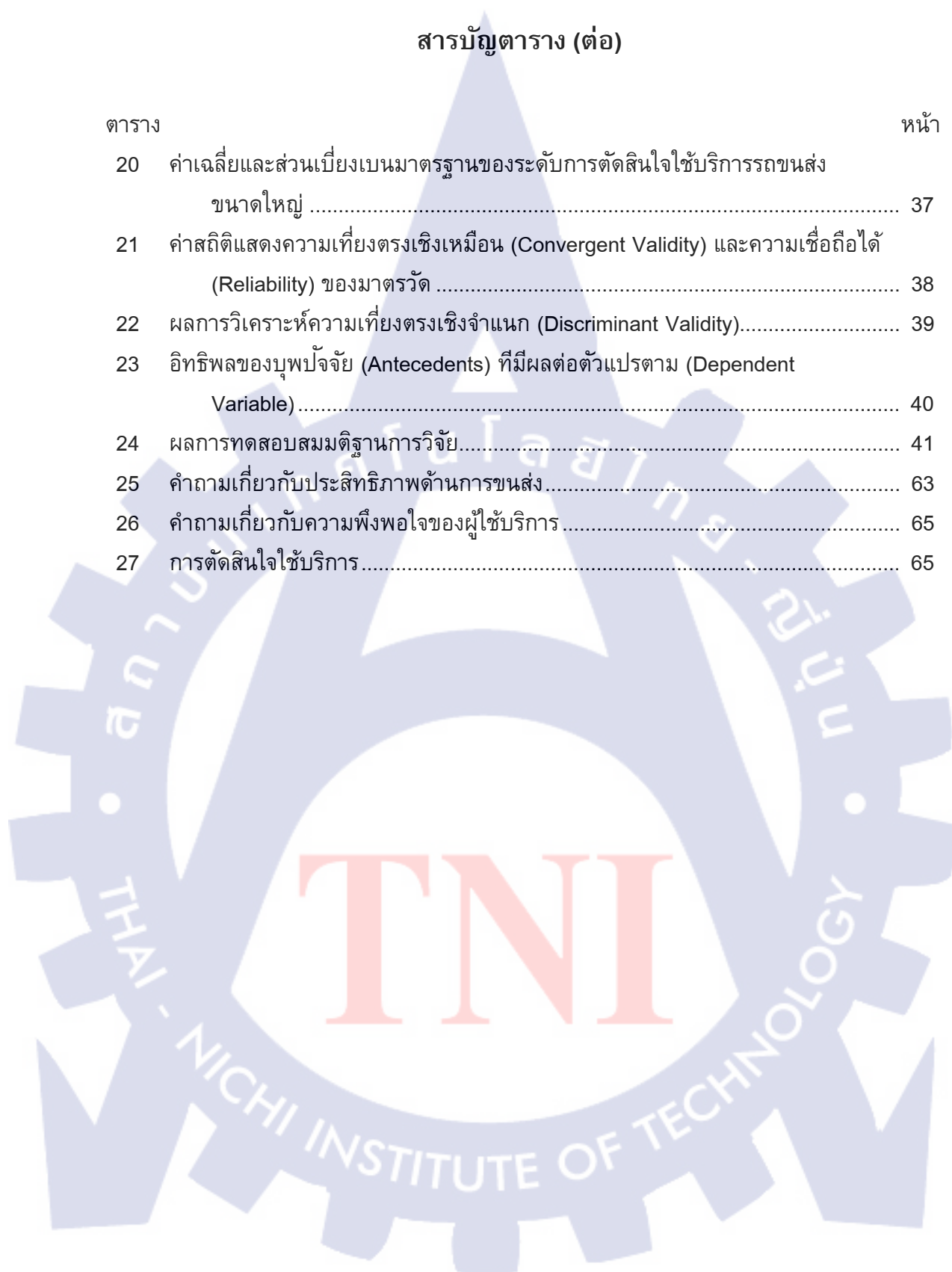
บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา	27
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ของร้านค้า	29
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่ง	32
ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	36
ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่	37
การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	37
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	42
สรุปผลการวิจัย	42
อภิปรายผลการวิจัย	44
ข้อเสนอแนะการวิจัย	46
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	53
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	54
ภาคผนวก ข. ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
ภาคผนวก ค. จดหมายเวียนเชิญตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม	66
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์	70

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม	24
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	27
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	27
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	28
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	28
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านค้า.....	29
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบ ในร้านค้า	29
8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการขนส่ง ขนาดใหญ่ต่อเดือน.....	30
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่นิยมใช้บริการ	30
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	30
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการ	31
12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทที่ใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	31
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในภาพรวมและเป็นรายด้าน.....	32
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery)	32
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service)	33
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability).....	34
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านเทคโนโลยี (Technology).....	35
18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านระบบการจัดการ (Management)	35
19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รถขนส่งขนาดใหญ่.....	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ขนาดใหญ่ 37
21	ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของมาตรวัด 38
22	ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)..... 39
23	อิทธิพลของบุพปัจจัย (Antecedents) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) 40
24	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย..... 41
25	คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง..... 63
26	คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ..... 65
27	การตัดสินใจใช้บริการ..... 65



สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2	โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
3	เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้าง.....	40



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตทั่วโลกการขนส่งทางบก (Land Transportation) ถือเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีมาอย่างยาวนานที่สุด ในช่วงแรกจะใช้การเดินเท้า และใช้สัตว์เพื่อช่วยเคลื่อนย้ายสิ่งของเป็นหลัก ต่อมา มีการพัฒนาของเทคโนโลยี จึงทำให้ระบบการขนส่งมีการพัฒนาขึ้นตามยุคสมัย ก่อให้เกิดการขนส่ง ในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางรถยนต์หรือรถบรรทุก และการขนส่งทาง รถจักรยานยนต์ สำหรับในประเทศไทยการขนส่งสินค้าในอดีตส่วนใหญ่จะขนส่งโดยใช้สัตว์เป็นหลัก ต่อมาในปี พ.ศ. 2430 รัชกาลที่ 5 ได้มีการสร้างทางรถไฟเพื่อใช้เป็นเส้นทางในการโดยสาร และ ขนส่งสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น สามารถขนส่งได้ในปริมาณที่มาก และระยะทางที่ไกล หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2446 รถยนต์เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทย รวมถึงรถบรรทุกซึ่งได้นำมาใช้ในการขนส่ง สินค้า (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2561)

ในปัจจุบันรูปแบบธุรกิจการขนส่งเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเป็นหลักในการกระจายสินค้า และบริการส่งผลให้ธุรกิจ Logistics Express ส่งเติบโตอย่างรวดเร็ว คิดเป็นการเติบโตเฉลี่ย 10-20% ต่อปี ทำให้มีผู้ประกอบการด้านธุรกิจการขนส่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดด้านการขนส่งเพิ่มมากขึ้นในระยะ 5-10 ปีที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจการขนส่งมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด จึงต้องมีการจัดการกับต้นทุน โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนเป็นหลัก รวมทั้งการจัดการด้านกระบวนการขนส่ง และบริการ เพื่อสร้างจุดเด่นในการให้บริการ สร้างความแตกต่าง และความได้เปรียบในทางการแข่งขัน (ณิชาภัทร บัวแก้ว. 2561)

ในปี 2565-2567 ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 3-5% ต่อปี ปัจจัยหนุนจากการเติบโตของภาคการผลิต การค้า และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ รวมถึงปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจยังได้อานิสงส์จากการค้าชายแดน และผ่านแดนที่ขยายตัวต่อเนื่อง รวมถึงธุรกรรมการค้าออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมขึ้นมาก การขนส่งถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากในการดำรงชีวิตประจำวันของคนในสังคมยุคปัจจุบัน หากย้อนไปเมื่อต้นปี ค.ศ. 2019 ที่เกิดโรคระบาดทำให้การดำรงชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนไปเป็นการใช้บริการรถขนส่งมากขึ้นและช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย อีกทั้งในระบบโลจิสติกส์ การขนส่งก็มีความสำคัญทั้งในด้านสินค้าอุปโภคและบริโภค รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกระจายสินค้าไปยังที่ต่างๆ ซึ่งเมื่อมีความต้องการในการใช้บริการรถขนส่งมากขึ้นทำให้จำนวนผู้ประกอบการ บริษัทขนส่งมากขึ้นตามความต้องการ เกิดการแข่งขันทางด้านการบริการและการตลาดเพื่อให้ลูกค้ามา

ใช้บริการ ดังนั้นในปัจจุบัน เราสามารถเห็นได้ว่ามีร้านค้าต่าง ๆ หันมาเลือกใช้บริการรถขนส่งมากขึ้นเพราะรถขนส่งมีความรวดเร็วและมีราคาถูกกว่าขนส่งแบบอื่น

ธุรกิจขนส่งสินค้าในปัจจุบัน มีรูปแบบการขนส่งหลายประเภทให้เลือกสรรตามความเหมาะสมกับสินค้าและประเภทธุรกิจแต่รูปแบบการขนส่งที่มีความยืดหยุ่นสูงและได้รับความนิยมมากที่สุดคือการขนส่งทางบกหรือทางรถบรรทุก การขนส่งทางรถบรรทุกนั้น มีข้อดีตรงที่ใช้ระยะเวลาสั้น อีกทั้งเป็นการขนส่งที่มีราคาไม่แพง รองรับขนส่งได้ทั้งสินค้าขนาดเล็กและขนาดใหญ่ตามประเภทของรถบรรทุกที่แตกต่างกัน การขนส่งด้วยรถบรรทุก มีส่วนสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการขนส่งประเภทนี้มีความได้เปรียบในการเข้าถึงชุมชนและพื้นที่ ได้ดีกว่ารูปแบบการขนส่งอื่น ทำให้ได้เปรียบทางเศรษฐกิจในการให้บริการระยะทางสั้น ในขณะที่ขนส่งประเภทอื่นมีข้อจำกัดในการเข้าถึงพื้นที่มากกว่า จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้การขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกมีอัตราเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงในหลายๆ ประเทศก็ยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้เหมาะสมกับการเติบโตของเศรษฐกิจ

การขนส่งสินค้าของไทยใช้รูปแบบการขนส่งทางถนนในสัดส่วนสูงถึง 79.7% ของปริมาณขนส่งสินค้ารวม เป็นผลจากที่ผ่านมาภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนมากกว่ารูปแบบอื่นๆ ส่งผลให้ระยะทางของถนนครอบคลุมถึง 91.6% ของเส้นทางขนส่งทั้งหมดของประเทศ ด้วยลักษณะของการขนส่งทางถนนที่สามารถส่งตรงจากผู้ส่งต้นทางถึงผู้รับปลายทาง ซึ่งมีชื่อเรียกในวงการขนส่งว่าเป็นการขนส่งแบบ Door to Door Transport การขนส่งรูปแบบอื่นที่ไม่สามารถให้บริการขนส่งจากต้นทางถึงปลายทางได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การขนส่งสินค้าทางรางน้ำ และอากาศ จะต้องใช้รถบรรทุกเป็น Feeder ขนถ่ายสินค้าต่อไปยังผู้รับปลายทาง ทำให้การขนส่งทางถนนมีบทบาทสูงต่อภาคขนส่งรวมของประเทศ สะท้อนจากค่าใช้จ่ายสำหรับการขนส่งสินค้าทางถนนที่สูงกว่าการขนส่งรูปแบบอื่นมาโดยตลอด

ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกเป็นจำนวนมาก ทั้งบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็ก จึงเป็นตัวเลือกที่หลากหลายในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการหรือร้านค้าต่างๆ ที่ต้องการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า จากที่กล่าวข้างต้นว่ารถบรรทุกคือประเภทการขนส่งที่เข้าถึงได้ง่ายและมีราคาถูกทำให้เจ้าของธุรกิจหรือเจ้าของร้านค้าต่างๆ หันมาเลือกใช้ขนส่งประเภทนี้มากขึ้นหลายบริษัทจึงต้องมีการวางแผน การวางระบบ และคำนึงถึงประสิทธิภาพด้านการขนส่งและราคาค่าบริการเพื่อจูงใจลูกค้าให้หันมาเลือกใช้บริการรถบรรทุก จากปัจจัยที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบว่าปัจจัยใดที่ผู้เลือกใช้บริการคำนึงถึงเป็นอันดับแรกและอะไรทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจนนำไปสู่การกลับมาใช้บริการรถขนส่ง การวิจัยนี้จึงทำขึ้นเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้เลือกใช้บริการขนส่งเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้ที่บริการขนส่งรถขนาดใหญ่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่ง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการใช้บริการขนส่งของร้านค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน

1. ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้เลือกใช้บริการ
2. ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งรถขนาดใหญ่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรที่ใช้ศึกษา มีดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ประสิทธิภาพของการให้บริการด้านโลจิสติกส์
2. ตัวแปรส่งผ่าน ความพึงพอใจในการใช้บริการ
3. ตัวแปรตาม การตัดสินใจใช้บริการ

ขอบเขตด้านเวลา

ใช้ระยะเวลาในการวิจัย 4 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2566 ถึงเดือนมกราคม 2567

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ ร้านค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการขนส่งรถขนาดใหญ่ ระหว่างเดือนตุลาคม 2566 ถึงเดือนมกราคม 2567 จำนวน 300 คน

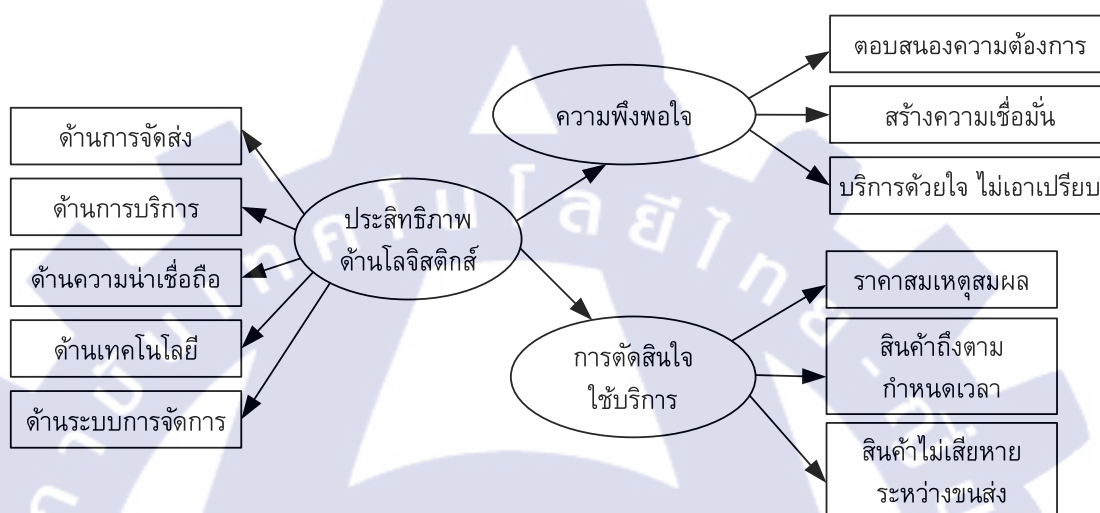
นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ให้บริการขนส่งทางถนน (**Road Carrier**) หมายถึง ผู้ทำธุรกิจให้บริการรถบรรทุกเพื่อขนส่งสินค้าจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีการรับสินค้าและส่งสินค้าตามแต่ตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายและมีค่าบริการสำหรับขนส่ง รวมถึงค่าน้ำมัน
2. ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ (**Logistical Efficiency**) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการขนส่งรถบรรทุกสินค้าทำหน้าที่ในการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (**Customer's Satisfaction**) หมายถึง เป็นความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ โดยเน้นความแตกต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้าได้รับรู้ได้กับสิ่งที่ ลูกค้าคาดหวังไว้ก่อนซื้อสินค้า หลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจสินค้าที่ซื้อนั้นขึ้นอยู่กับมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้จากการใช้สินค้า
4. การตัดสินใจใช้บริการ (**Repeat**) หมายถึง การที่ผู้บริโภคตกลงใจที่จะเลือกใช้บริการรถบรรทุกขนาดใหญ่หลังจากที่ตระหนักถึงความต้องการ ความคุ้มค่าและประเมินผลต่างๆ แล้วพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด
5. การจัดส่งสินค้า (**Delivery**) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสิ่งของจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งในกรณีนี้ เป็นการส่งมอบสิ่งของของผู้ใช้บริการให้ถึงปลายทางอย่างสมบูรณ์และมีความปลอดภัย
6. การบริการ (**Service**) หมายถึง การกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ
7. ความน่าเชื่อถือ (**Reliability**) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้ได้อย่างถูกต้องและตรงเวลา ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ
8. ด้านเทคโนโลยี (**Technology**) หมายถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยส่งเสริมในด้านการขนส่งสินค้า
9. ด้านระบบการจัดการ (**Management**) หมายถึง ความสามารถในการจัดการวางแผนและควบคุมระบบการขนส่ง
10. การตอบสนองความต้องการ (**Demand**) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการได้รับความพอใจจากการที่ผู้ให้บริการขนส่งสามารถตอบสนองความต้องการด้านการขนส่งสินค้าได้
11. การบริการด้วยใจ (**Service mind**) หมายถึง การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าหรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุขและได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่
12. ราคาเหมาะสม (**Affordable**) หมายถึง ราคาการขนส่งสินค้าที่ผู้ให้บริการมีความพอใจในราคาที่เหมาะสมต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของการขนส่ง

13. **สินค้าสภาพสมบูรณ์ (Packaging)** หมายถึง การที่ผู้ให้บริการขนส่งสินค้านำส่งสินค้าถึงผู้รับในสภาพที่สมบูรณ์และไม่เกิดความเสียหายต่อตัวสินค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัย ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งรถขนาดใหญ่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งไว้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้ให้บริการขนส่งทางถนนทราบถึงสาเหตุการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจเริ่มต้นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการขนส่งในการประกอบการตัดสินใจและกำหนดทิศทางของบริษัท
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางปรับใช้ในงาน การทำงาน ด้านการศึกษา และทำงานวิจัยในครั้งต่อไป

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาโดยผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์
2. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - 2.1 ลักษณะความพึงพอใจ
 - 2.2 แนวคิดการสร้างความพึงพอใจ
 - 2.3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

ความหมายของการขนส่ง โดยทั่วไป หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคล สิ่งมีชีวิตหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งโดยอาศัยอุปกรณ์ในการขนส่ง และผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ได้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

สมชาย ปฐมศิริ (พงศธร ศิริพงษ์. 2559; อ้างอิงจาก สมชาย ปฐมศิริ. 2553) ได้อธิบายคำว่า “การขนส่ง (Transportation)” ความหมายโดยรวมหมายถึง การเคลื่อนย้ายคน (People) สินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่งในกรณีของการเคลื่อนย้ายคนนั้นจะเป็นเรื่องของการขนส่งผู้โดยสารเสียเป็นส่วนใหญ่ในบริบทของหลักสูตรการจัดการการขนส่งนี้จะเน้นที่การขนส่งสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา (2543) กล่าวว่า โดยทั่วไปการขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายคน สัตว์ สิ่งของ จากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากคำนิยามนี้แล้วดูเหมือนอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นมาได้ว่า การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ หรือสิ่งของจากอาคารแห่งหนึ่งเท่านั้น

การขนส่งทางบกจัดเป็นการขนส่งที่มีความสำคัญอย่างมาก โดยการขนส่งทางบกจะเป็นการขนส่งที่สำคัญของไทย โดยจะคิดเป็น 84-88% ของการขนส่งทั้งหมด และของสหรัฐอเมริกาจะคิดเป็น 45% การขนส่งทางบกนั้นจัดเป็นการขนส่งที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นการสะดวกสามารถรับ-ส่งสินค้าจาก Point to Point คือ ตั้งแต่ Upstream Suppliers จนถึง End Customers และอัตรา

ค่าขนส่งก็ยังไม่สูงหากเทียบกับการขนส่งทางอากาศ โดยค่าขนส่งจะแปรผันขึ้นอยู่กับปริมาณที่บรรทุก และระยะทางของการขนส่ง แต่อย่างไรก็ดีการขนส่งด้วยการบรรทุกจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าทางรถไฟ ซึ่งมีข้อเสียในการใช้เวลาในการขนส่งมากกว่าทางบก และสินค้าที่บรรทุกไม่สามารถรับส่งได้ แบบที่เป็น Point To Point ปัญหาหลักของการขนส่งด้วยรถบรรทุก ก็คือการสูญเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในช่วงที่ยวกลับซึ่งมักจะไม่มีสินค้า (ศิริวรรณ กาวีชา. 2563)

ประโยชน์ที่สำคัญของการขนส่งทางบก คือ สามารถใช้สอดคล้องกับการขนส่งที่เป็นระบบ DC (Distribution Center) โดยสามารถนำสินค้าที่ได้รวบรวมเก็บไว้ในคลังที่เป็นศูนย์กระจายสินค้าและจัดการบรรทุกตามขนาดและประเภทที่เหมาะสมสำหรับสินค้าและสถานที่จัดส่งปลายทางโดยการขนส่งทางบกในปัจจุบันโดยอาศัยการจัดการโลจิสติกส์ได้พัฒนาจนสามารถจัดส่ง สินค้าให้กับลูกค้าได้ตามเวลาที่ต้องการที่เรียกว่า Real Time Delivery

โลจิสติกส์ (Logistics) ความหมายตามศัพท์บัญญัติของสำนักงานราชบัณฑิตยสภา หมวดศัพท์เศรษฐศาสตร์ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2558) บัญญัติศัพท์ “โลจิสติกส์” หมายถึง การจัดระบบการดำเนินงาน และในบริบทอุตสาหกรรม หมายถึง ศิลปะและวิทยาศาสตร์ในการรับผลิต และกระจายวัสดุและผลิตภัณฑ์ ไปยังสถานที่ที่เหมาะสมและในปริมาณที่เหมาะสม (ศศินา บุญพิทักษ์. 2564)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง การจัดการการเคลื่อนย้ายของสินค้าบริการข้อมูล และการเงิน ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โลจิสติกส์ 3 ประเภทที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ฝ่ายจัดหา การดำเนินงานการผลิต การจัดส่ง และลูกค้า ประกอบด้วย (1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ จากแหล่งกำเนิดไปสู่บริษัทที่ทำการผลิต (2) โลจิสติกส์การผลิต (Internal Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ภายในโรงงานหรือคลังสินค้าภายในบริษัท (3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ออกจากโรงงานไปยังลูกค้า การดำเนินงานดังกล่าวมี การไหลของสินค้า การไหลของข้อมูลและการไหลของเงิน ทั้งไปและกลับ

ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) คือ การพัฒนาการขนส่งนั้น มุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่งแล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้ (ค่านายอภิปรัชญาสกุล. 2556)

- 1) ความรวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการต่างๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันต่อความต้องการ มีความสดและมีคุณภาพ เหมือนกับสินค้าและบริการที่แหล่งผลิต

- 2) การประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุนการขนส่งและประหยัดในราคาค่าบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจการขนส่งต้องพยายามให้ต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่ำแล้ว การเรียกเก็บอัตรา ค่าบริการก็

ลดลงด้วยอันจะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียอัตราค่าบริการโดยสาร หรือค่าระวางด้วย ดังนั้นความประหยัดถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

3) ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยจากการสูญเสียชีวิตหรือเสียหายของสินค้า ตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับระบบการขนส่ง และผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียชีวิตและเสียหายในทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ

4) ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ หรือความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการ เช่น ยานพาหนะจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมที่จะนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที

5) ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการขนส่ง เพราะการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีกำหนดการในการเดินทางที่แน่นอน เชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา มีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง เวลาที่จะออก เดินทางจากต้นทาง เวลาที่เดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทาง เวลาที่จะผ่านจุดที่สำคัญต่างๆ ซึ่งจะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ (ศิริวรรณ กาวีชา. 2563)

ในด้านของโลจิสติกส์ การขนส่งถือเป็นกระบวนการทำงานที่สำคัญอย่างยิ่งของระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันและเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรทั้งในด้านของต้นทุน (Cost) และการบริการ (Service) การบริหารจัดการส่งเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมขนส่งสินค้า ทั้งการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขาย และการจัดจำหน่าย เนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งเป็นต้นทุนสำคัญที่สามารถส่งผลกระทบต่อต้นทุนโดยรวมของธุรกิจสินค้าและบริการ ดังนั้น เพื่อให้ทันต่อการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งอื่นๆ บริษัทจึงต้องสร้างความประทับใจในการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งหนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ การส่งมอบที่ตรงต่อเวลา สินค้าครบถ้วนถูกต้อง และเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นพลังงานของการส่งมอบแบบ 5Rs Delivery

5Rs Delivery คือองค์ประกอบของการจัดการขนส่งและส่งมอบสินค้า แบบแม่นยำ และสามารถลดต้นทุนในทุกกระบวนการดำเนินงาน ตั้งแต่คำสั่งซื้อ การจัดหาวัตถุดิบ ตรวจสอบสินค้าในคลัง ไปจนถึงการส่งมอบอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการจัดการระบบขนส่งช่วยให้ควบคุมกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถวิเคราะห์และตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน

องค์ประกอบของการส่งมอบแบบ 5Rs Delivery มีดังนี้

1. Right Place หมายถึง ส่งมอบตรงสถานที่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์จะถูกส่งไปยังสถานที่ปลายทางที่ได้รับไว้ พร้อมมีการติดตามตำแหน่งของสินค้า และมีความยืดหยุ่นในการส่งมอบสินค้าได้มากกว่าหนึ่งจุด เช่น ออเดอร์จากลูกค้าเจ้าหนึ่ง แต่ส่งมอบไปยังลูกค้าอีกเจ้าหนึ่ง ตลอดจน

ให้บริการการจัดการ Drop Shipping ส่งสินค้าโดยตรงจาก ผู้ขายไปหาตัวแทนสินค้าโดยไม่ต้องผ่านคลังสินค้าได้

2. Right Time หมายถึง ส่งมอบได้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการความตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ธุรกิจ และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสัมพันธ์ระยะยาว การกำหนดวันและเวลาที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าได้อย่างแม่นยำ เช่น กำหนดวันเวลาที่ลูกค้าต้องการสินค้า

3. Right Quantity หมายถึง ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการผู้ขายจะต้องประสานงานกับทีมการผลิตและการจัดส่งเพื่อให้ได้ปริมาณสินค้าที่ลูกค้าต้องการ เพื่อความแม่นยำและความสะดวกรวดเร็วในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการส่งมอบตามปริมาณที่ตกลงกันไว้

4. Right Quality หมายถึง สินค้าตรงตามคุณภาพที่ตกลง ปัญหาการส่งสินค้าผิดประเภทจะหมดไป เนื่องจากหมายเลขรายการของลูกค้าแตกต่างกัน หากกรณีที่พบว่าไม่มีสินค้าในสต็อก ผู้ขายสามารถตรวจสอบสินค้าทดแทนได้ในทันที และสินค้าทดแทนดังกล่าวอาจจะแตกต่างกันเพียงสี ขนาด แต่คุณสมบัติคล้ายหรือเหมือนกัน

5. Right Cost หมายถึง ส่งมอบสินค้าตามราคาที่แข่งขันกันในตลาดเพื่อรองรับการขายทั้งในและระหว่างประเทศแบบไม่จำกัดสกุลเงิน (Multi-Currency) โดยสามารถกำหนดส่วนลดการขายได้หลายระดับ อาทิ ส่วนลดจากปริมาณการซื้อสินค้า ส่วนลดจากการจ่ายเงินเป็นสกุลที่กำหนด ส่วนลดเฉพาะผู้ซื้อ ส่วนลดเฉพาะรายการสินค้า เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

รัชฎาพร พันธุ์ทวี (2560) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับที่บุคคลอื่นหลายท่าน ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกยินดี พอใจ ชอบใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลเหล่านั้นได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

1. ลักษณะความพึงพอใจ

ลักษณะความพึงพอใจ แบ่งได้หลายข้อ ไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทางบวกของบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจะรับรู้ความพึงพอใจ จำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์รับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่ได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไป และหากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความต้องการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนเสมอแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ใช้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้บริการได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริการที่ได้รับการบริการ คือ ความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าได้รับ (Expectations) นี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับความหวังเอาไว้หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามคาดหวัง อาจจะสูงหรือต่ำกว่านั้นว่าเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Disconfirmation) ความคาดหวังดังกล่าวทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrimination) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เป็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้ายืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พอใจ

ความพึงพอใจมีความหมายโดยทั่วไปว่าระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมายในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการและกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการ ย่อมนำมา ซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและนำเสนอบริการนั้นได้

2. แนวคิดการสร้างความพึงพอใจ

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ให้บริการจะต้องได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี โดยมีแนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ 10 ประการ ดังนี้

1. รักษาความมั่นคงของสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าการประกอบธุรกิจใดๆ ก็ตามมักจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่างๆ เช่น บริการหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าลูกค้ามีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือผู้บริการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 นาที การรับโทรศัพท์ช้าถือว่าเป็นการทำลายภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท

3. การตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่างๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารที่เกี่ยวกับการขอให้บริการหรือสอบถามบริการหรือข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อบริษัทควรจะได้รับคำตอบกลับทันทีภายใน 2 วัน

4. ไม่ควรให้ลูกค้ารอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้ารอนานเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจ

5. ผู้ให้บริการทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้ง ผู้ให้บริการจะต้องให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาที่ดีกับลูกค้า และต้องแสดงความอ่อนหวานตลอดจนคำขอบคุณที่ให้ลูกค้า ซึ่งพบว่ามีมันต์ขลังในการดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นรีบไปหาลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหา ในสถานการณ์นี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องรีบติดต่อและแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนที่ลูกค้าจะพบ การกระทำเช่นนี้จะสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าได้

7. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหมายถึง ระบบการให้บริการต่างๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา หากมีปัญหาต้องได้รับการแก้ไขทันที

8. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว

9. พนักงานทุกคนจะต้องเป็นผู้รู้ คือ รู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงานสินค้า

10. การบริการพิเศษเล็กๆ หลักการข้อนี้สามารถสร้างได้ทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การแจกหรือแถมเมื่อลูกค้ามีการใช้บริการมาซักระยะหนึ่ง

3. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การประเมินระดับความพึงพอใจเพื่อประกอบกับเกณฑ์มาตรฐานของประกันคุณภาพ มีผู้กล่าวถึงระดับความพึงพอใจไว้ดังนี้ การวัดระดับความพึงพอใจ สามารถทำได้หลายวิธีดังนี้ (ภนิดา ชัยปัญญา, 2541)

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามอิสระดังกล่าว อาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค และวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กิริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจ ตามแนวคิดของนักวิชาการมีความหมายและกระบวนการตัดสินใจ ดังนี้ แอกเซลร็อด (Axelrod. 2015) อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่าการที่บุคคลหนึ่งได้ตัดสินใจ คือเขาได้เริ่มต้นสร้างปฏิกิริยาโต้ตอบเชิงพฤติกรรมเป็นอนุกรมในการตัดสินใจเลือก ซึ่งชมบางสิ่งบางอย่างและได้ตัดสินใจเพื่อลงมือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เขาคิดว่าสิ่งที่ทำได้ มีการลงมือวินิจฉัยว่าเขาควรทำอะไรภายใต้สถานการณ์เฉพาะอย่างหลังจากที่ได้พิจารณาทางเลือกต่างๆ แล้ว

วอลเตอร์ส (Walters. 1978) การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่

แมคกรูว์; และวิลสัน (McGrew; and Wilson. 1982) การตัดสินใจ หมายถึง ทางเลือกหรือตัวเลือก ที่มีอยู่แต่การตัดสินใจเป็นกระบวนการไม่ใช่เป็นการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลง และคงที่ตรงกันข้าม กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับปัจจัย หรือสิ่งแวดล้อมรอบข้างในสถานะที่ผู้บริโภคนั้นกำลังอยู่ในขั้นของการตัดสินใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกระหว่างทางเลือกซึ่งคาดหวังว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง แม้ว่าการตัดสินใจในการบริหารไม่ได้เริ่มต้นหรือสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจ เพราะต้องมีการกำหนดปัญหาก่อนจึงจะตัดสินใจและเมื่อตัดสินใจแล้วจึงนำไปปฏิบัติ

วิจิตร ดันทสุทธิ์; และคณะ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึงการพิจารณาตกลงใจชี้ขาดเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก ในอันที่ให้มีการกระทำในลักษณะเฉพาะใดๆ หรือหมายถึงการตกลงใจเลือกข้อยุติ ข้อขัดแย้ง ข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว

ลักษณะของการตัดสินใจ

แอกเซลรอด (Axelrod. 2015) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะทำการตัดสินใจ คือ

ลักษณะที่ 1 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Condition of Certainly) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเพียงพอ

ลักษณะที่ 2 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Condition of Risk) เป็นการตัดสินใจโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นเป็นเครื่องมือตรวจสอบหรือคาดการณ์

ลักษณะที่ 3 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ไม่แน่นอน (Condition of Uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่มีโอกาสประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวและสับสน

โดยสรุปว่าการตัดสินใจนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุผลสำคัญดังนี้ คือมีปัญหาเกิดขึ้นและเพื่อที่จะทำให้วัตถุประสงค์บรรลุผลมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่มีอยู่นั้นความผิดพลาดบกพร่องหรือไม่ทันสมัยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมและก้าวหน้า (จารุวรรณ ว่าบ้านพลับ. 2564)

กระบวนการตัดสินใจ



รูปที่ 2 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วย 5 กระบวนการที่ผู้ซื้อใช้สำหรับการพิจารณาซื้อสินค้าและบริการ ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) พฤติกรรมซื้อหรือการใช้บริการนั้นมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายในหรือภายนอก

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ในหลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นแล้ว การเสาะแสวงหาศึกษาข้อมูลของสินค้าหรือบริการนั้นๆ เป็นขั้นตอนที่จะเกิดต่อมา แต่กระบวนการนี้อาจไม่เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการนั้นๆ สูงมาก และสามารถซื้อสินค้าได้ทันที การเสาะหาข้อมูลอาจไม่มีเพราะผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในทันที

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ มีการเสาะหาข้อมูลแล้ว จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่างๆ นั้น หมายถึง ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้ออะไร หรือซื้อสินค้าอะไร ผู้บริโภคแต่ละคน ก็มีแนวทางการตัดสินใจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการตัดสินใจและทางเลือกที่มีอยู่

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อหรือการใช้บริการจากการประเมินทางเลือกได้แล้ว ต่อไปคือทัศนคติของผู้คนที่มีการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภคหลังจากมีการซื้อแล้ว ซึ่งอาจเกิดความพึงพอใจหรือไม่ก็ได้ถ้าพอใจ ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงข้อดีต่าง ๆ อาจมีการบอกต่อจนทำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ หรือทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้ แต่ถ้าหากเกิดความไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้าหรือใช้บริการในครั้งต่อไป ทำให้ผู้บริโภคน้อยลงตามไปด้วย

การมีเหตุผลในการตัดสินใจ

อิโนะเอะ; และคณะ (Inoue; et al. 2015) ได้กล่าวถึง การมีเหตุผลในการตัดสินใจว่า ควรจะประกอบไปด้วยการมีเหตุผล (Rationality) ที่พิจารณาได้ หลายกรณี เช่น การมีเหตุผลที่ควรจะเป็นจริง ๆ (Objectively Rational) หมายถึง การตัดสินใจที่ พยายามจะหาผลสูงสุดในค่านิยมที่มีอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ได้แก่

การมีเหตุผลในแง่อัตวิสัยหรือจิตวิสัย (Subjectively Rational) คือ การใช้การตัดสินใจที่ได้รับผลสูงสุดเท่าที่ความรู้ความสามารถจะมีอยู่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การมีเหตุผลในแง่การรู้ตัวหรือว่ามีสำนึกอยู่ (Consciously Rational) ซึ่งใช้กับการตัดสินใจที่ต้องปรับปรุงมรรควิธีเพื่อที่จะไปสู่เป้าหมายโดยกระบวนการที่มีสำนึกอยู่ตลอดเวลา

การมีเหตุผลบางอย่างที่ได้ไตร่ตรองอย่างดีแล้ว (Deliberately Rational) หมายถึง การปรับปรุงมรรควิธีเพื่อที่จะไปสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอันสุดท้ายโดยการที่มีการประนีประนอม มีการเสาะหาขึ้นและกันในตัวเอง (จารุวรรณ ว่าบ้านพลับ. 2564)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุษกร งามทรัพย์พงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้าน

กระบวนการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กันยาภาณุจันท์ จันทรเหลียม (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจขอใช้ บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจขอใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือไว้ว่าเป็นให้บริการได้ถูกต้องตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า ส่งผลให้ผู้ใช้บริการนี้เป็นที่ไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการ ที่มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ จะสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงทีที่ ผู้รับบริการถามหรือร้องขอ

ศราวุฒิ แก้วศรี; และคณะ (2560) ศึกษาเรื่องคุณภาพ การให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัด สุราษฎร์ธานี จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และการให้บริการที่มีมาตรฐานของผู้ประกอบการขนส่งทางน้ำ รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชี่ยวชาญ ของผู้ให้บริการ การใช้เรือที่ทันสมัย การแจ้งราคาค่าโดยสารที่ชัดเจน ด้านการเข้าถึงจิตใจ การดูแลเอาใจใส่ และการให้ความช่วยเหลือผู้โดยสาร และด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค การให้บริการที่รวดเร็วสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ ความสำคัญการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดี เนื่องจากส่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และต้องกลับมาใช้ บริการอีกในโอกาสต่อไป

วันพิชิตต์ อรรถดี (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูนิเซิลโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูนิเซิลโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือได้ รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ด้านระยะเวลาขนส่ง ด้านความสะดวก ด้านขีดความสามารถ และด้านต้นทุนขนส่ง และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้แทนของบริษัทที่มีปัจจัยส่วนองค์การต่างกัน เลือกปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้ต่อบริการขนส่งของบริษัทยูนิเซิลโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

กาญจน์สิตา ไชยศิริบุญฤทธิ์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ผลการวิจัยสามารถสรุป ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการบริการ ด้านกระบวนการบริการและด้านความเป็นมืออาชีพในระดับที่มากที่สุดซึ่งให้ความสำคัญด้านการบริการโดยเฉพาะการมีบริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลาและต้องตามคำสั่งและให้ความสำคัญในด้านกระบวนการ การบริการโดยเฉพาะในเรื่องของ

การมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน และมีการบริการแบบครบวงจรในด้านความเป็นมืออาชีพกลุ่ม ตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่น เดียวกันโดยเฉพาะในเรื่องการเข้าใจความต้องการของลูกค้าและมีความรู้ความชำนาญและกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านสนับสนุนการตลาด และด้านพนักงานบริการในระดับที่มาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะองค์กรของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จากปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ ทุนจดทะเบียน ซึ่งจะ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน ทั้งจากปัจจัย ด้านการบริการด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านการสนับสนุนการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านความเป็นมืออาชีพ ในส่วนของลักษณะองค์กรด้านขอบเขตการใช้บริการ จะแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เฉพาะด้านปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการสนับสนุนการตลาด ด้านกระบวนการ การบริการ ด้านความเป็นมืออาชีพและลักษณะขององค์กรในส่วนของระยะเวลาดำเนินกิจการจะแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะด้านการ บริการและด้านการสนับสนุนการตลาดเท่านั้น และลักษณะขององค์กรในส่วนขนาดขององค์กร ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์จากปัจจัย ด้านกระบวนการบริการ และด้านความเป็นมืออาชีพเท่านั้นที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ และลักษณะองค์กรในส่วนสัญชาติ ไม่มีปัจจัยด้าน ส่วนประสมทางการตลาดใดเลยที่ทำให้มีการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พัชรญา สุขภิญโญ (2564) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เป็นบุคคลที่ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการขนส่ง Flash Express อีกในครั้งต่อไป รองลงมาคือโดยรวมแล้วผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่ง Flash Express และคิดว่าการบริการของขนส่ง Flash Express ตอบสนองความต้องการครบถ้วน โดยผู้ให้บริการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยให้บริการของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด การที่ผู้ให้บริการมืออาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันนั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

อารีญา เพิ่มจิระพานิช (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ประชากรคนไทย จำนวน 400 คน จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-40 ปี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000-25,000 บาท ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และด้านคุณภาพการให้บริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภทสำรวจ (Survey Research) โดยมีผู้ศึกษาปัจจัยสนับสนุนเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้า โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ (Logistical Efficiency) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และการตัดสินใจใช้บริการ (Repeat Intention) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบสอบถามเพื่อสำรวจประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มจากกลุ่มประชากรตามระเบียบวิธีวิจัย เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิควิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดของระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการขนส่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีความเหมาะสมเพียงพอที่จะสามารถเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายได้ โดยดำเนินการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ แต่เนื่องจากข้อจำกัดของจำนวนประชากรที่ชัดเจนประกอบกับการนำวิธีการศึกษาการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ซึ่งทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติทางสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) โดย ชูแมคเกอร์; และโลแมกซ์ (Schumacker; and Lomax. 2016) ได้แนะนำว่า งานวิจัยประเภทนี้

ควรใช้ขนาดตัวอย่าง 15-20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ที่เป็นตัวแปรทำนายหรือตัวแปรเชิงสังเกต (Observation Variable) โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตในแบบจำลอง จำนวน 16 พารามิเตอร์ ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรน้อยอย่างน้อย 240-320 ตัวอย่าง เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร (Multivariate Analysis) โดยการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งมาจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้มีความเชื่อมั่นมากขึ้น และมีจำนวนเพียงพอสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ แต่เพื่อให้มีความถูกต้องสูงที่สุด เพื่อทดแทนอัตราการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 300 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกตัวแทนเขตละ 1 เขต โดยใช้วิธีเลือกจากกลุ่มเขตต่างๆ ที่ทางผู้วิจัยคุ้นเคยและไปกลุ่มเขตต่างๆ นั้น บ่อยที่สุด

1. กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตห้วยขวาง
2. กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตวัฒนา
3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตลาดพร้าว
4. กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตลาดกระบัง
5. กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ จำนวน 8 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตคลองสาน
6. กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ จำนวน 7 เขต ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างคือเขตบางขุนเทียน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีสุ่มแบบสะดวกเพื่อสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเลือกบุคคลที่เคยใช้บริการรถขนส่งในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากตัวแทนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 เขต เขตละ 50 ชุด รวมทั้งสิ้น 300 ชุด ครอบคลุมจำนวนที่ต้องการ

วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากภายนอกและใช้คำถามคัดกรอง โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ท่านเป็นผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ทำงานในร้านค้าและเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการรถขนส่งหรือไม่” หากได้รับคำตอบว่า “ไม่ใช่” กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวไม่สอดคล้องกับลักษณะของประชากรที่ใช้ในการวิจัย ถ้าได้รับคำตอบว่า “ใช่” จึงแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง ออกเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ จนครบตามจำนวน

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด หลักการ เครื่องมือ ตลอดจนเนื้อหาสาระสำคัญ และผลงานที่เกี่ยวข้องต่อบัณฑิตต่างๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ

2. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ทำงานอยู่ร้านขายของ และมีประสบการณ์ในการใช้บริการรถขนส่งซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะของประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทร้านค้า ตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบในร้านค้า มีลักษณะคำถามเป็นให้เลือกเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกสามคำตอบ (Dichotomous Question)

ข้อ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question)

ข้อ 3 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question)

ข้อ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question)

ข้อ 5 ประเภทร้านค้า ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question)

ข้อ 6 ตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบในร้านค้า ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ของร้านค้า มีลักษณะคำถามเป็นให้เลือกเพียงคำตอบเดียว เลือกคำตอบหลายคำตอบ และคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อ 1 ท่านเคยมาใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่หรือไม่ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยสามารถเลือกคำตอบได้หลายคำตอบ (Check list Question)

ข้อ 2 ความถี่ในการใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน (ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question)

ข้อ 3 ท่านนิยมใช้บริการในวันใด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 4 ท่านนิยมใช้บริการในเวลาใด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 5 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ต่อครั้ง ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 6 บริษัทที่ท่านเคยใช้บริการระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยสามารถเลือกคำตอบได้หลายคำตอบ (Check List Question)

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง (Delivery Efficiency)

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ กำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลผลแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง ด้วยค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพด้านการขนส่ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพด้านการขนส่ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพด้านการขนส่ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพด้านการขนส่ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพด้านการขนส่ง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ มีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ กำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลผลแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2549)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้วยค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการพึงพอใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการพึงพอใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการพึงพอใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการพึงพอใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการพึงพอใจ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ (Repeat)

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ มีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ กำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลผลแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2549)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้
ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยทางด้านการตัดสินใจใช้บริการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้
บริการรถขนส่ง ตัวแปรตาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

2. ขั้นตอนในการศึกษา

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยประสิทธิภาพ ด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัด กรุงเทพมหานคร

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

- วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

3. การเก็บข้อมูล

1. ศึกษาารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
2. ออกแบบและสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง หน่วยงาน /
1	ดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
2	ดร.เอิบ พงษ์ทอง	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
3	ดร.ณัฐพล จิตประไพ	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตศาลายา

4. นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้ว หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ข้อคำถามแต่ละข้อจะต้องมีค่า IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.50 จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากข้อคำถามได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ข้อคำถามนั้นจะถูกตัดออกหรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ ซึ่งแบบสอบถามของงานวิจัยนี้มีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ เนื้อหาเท่ากับ 0.91 และไม่มีข้อคำถามใดที่มีคะแนนความสอดคล้องน้อยกว่า 0.50

5. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์

6. วัดความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ในเขตสวนหลวง จำนวน 30 ชุด ตรวจสอบความเป็นปรนัย และความสมบูรณ์ของข้อคำถาม เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Model) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha Coefficient ครอนบาค (Cronbach. 1990 : 161) และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา ยอมรับที่ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 (Cortina. 1993)

สูตรการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach มีดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	หมายถึง	ค่าความสอดคล้องภายใน
	n	หมายถึง	จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม
	S_i^2	หมายถึง	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	หมายถึง	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเชิงคุณลักษณะ และสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ถึงส่วนที่ 7 ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นระดับความคิดเห็นกำหนดให้มีค่าแอลฟาไม่น้อยกว่า 0.7 จากการทำ Pre-Test หาค่าแอลฟาได้เท่ากับ 0.933 ซึ่งเป็นที่ยอมรับได้

7. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สังเคราะห์ และสรุปผลข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ที่แจกไปยังกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งทำให้ผู้วิจัยแน่ใจได้ว่าข้อมูลที่นำมาประมวลผลเป็นข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง และอยู่ในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ก่อนที่จะนำข้อมูลไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ที่ใช้มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายคุณลักษณะ และคุณสมบัติของประชากร

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Smart PLS 4.0



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการทำวิจัยหลังจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	72	24.0
หญิง	201	67.0
LGBTQ+	27	9.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 เพศชาย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ LGBTQ+ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
18-30 ปี	48	16.0
31-40 ปี	99	33.0
41-50 ปี	109	36.3
51 ปีขึ้นไป	44	14.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0, 18-30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	209	41.6
สมรส	217	43.2
หม้าย/หย่าร้าง	76	15.2
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ โสด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และหย่าร้าง/หม้าย/ไม่ได้อยู่ด้วยกัน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	22	7.3
อนุปริญญา/ปวส.	123	41.0
ปริญญาตรี	144	48.0
ปริญญาโทขึ้นไป	11	3.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0, มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านค้า

ประเภทร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
ร้านสะดวกซื้อ	137	45.7
ร้านขายเสื้อผ้า	61	20.3
ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า	94	31.3
ร้านขายอาหารสัตว์	8	2.7
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือร้านสะดวกซื้อ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3, ร้านขายเสื้อผ้า จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และร้านขายอาหารสัตว์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบในร้านค้า

ตำแหน่งงานหรือหน้าที่ รับผิดชอบในร้าน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของร้าน	159	53.0
ผู้จัดการร้าน	11	3.7
พนักงานร้าน	94	31.3
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของร้าน	36	12.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งเจ้าของร้าน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือพนักงานร้าน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3, บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของร้าน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และผู้จัดการร้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งรถขนาดใหญ่ของร้านค้า

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ของร้านค้า ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ต่อเดือน

จำนวนครั้งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	62	20.7
2 ครั้ง	161	53.7
3 ครั้ง	44	14.7
4 ครั้ง	33	11.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7, 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และ 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่นิยมใช้บริการ

วันที่นิยมใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ถึงศุกร์	161	53.7
เสาร์และอาทิตย์	159	53.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	61	20.3

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือวันเสาร์และอาทิตย์ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (08.00-11.59 น.)	107	35.7
ช่วงกลางวัน (12.00-15.59 น.)	132	44.0
ช่วงเย็น (16.00-18.59 น.)	61	20.3
รวม	300	100.0

ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงกลางวัน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือช่วงเช้า จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และช่วงเย็น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้ บริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	1	0.3
1,001-2,000 บาท	45	15.0
2,001-3,000 บาท	227	75.7
2,001-3,000 บาท	27	9.0
รวม	300	100.0

ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งสำหรับการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่อยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาคือ 1,001-2,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทที่ใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริษัทที่ใช้บริการรถขนส่ง ขนาดใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
ไปรษณีย์ไทย	45	15.0
Kerry	204	68.0
DHL	68	22.7
อื่นๆ	27	9.0

ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ Kerry จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ DHL จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7, ไปรษณีย์ไทย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่ง

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการขนส่ง ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในภาพรวมและเป็นรายด้าน

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านการจัดการขนส่งสินค้า (Delivery)	3.96	0.42	มาก
ด้านการบริการของพนักงาน (Service)	3.73	0.55	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	3.88	0.56	มาก
ด้านเทคโนโลยี (Technology)	3.81	0.47	มาก
ด้านระบบการจัดการ (Management)	3.71	0.53	มาก
รวม	3.82	0.41	มาก

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านการจัดการขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อันดับสองคือ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88, อันดับสามคือ ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อันดับสี่คือ ด้านการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และด้านระบบการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery)

ด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ผู้ให้บริการขนส่งสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามเงื่อนไข/ข้อกำหนดที่แจ้งไว้	3.85	0.73	มาก
2. ผู้ให้บริการขนส่งจัดส่งมอบตามเวลาที่ได้นัดหมายไว้	3.93	0.50	มาก

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery) (ต่อ)

ด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
3. การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์	4.13	0.55	มาก
4. ผู้ให้บริการขนส่งมีมาตรฐานรถตามประเภทรถขนส่งเช่น รถขนส่งแบบเย็น (Refrigerated Truck)	3.91	0.58	มาก
รวม	3.96	0.42	มาก

ผลการศึกษพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือการบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการขนส่งสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามเงื่อนไขข้อกำหนดที่แจ้งไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service)

ด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
พนักงานมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับเวลาที่จะให้บริการ	3.66	0.72	มาก
พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า	3.63	0.62	มาก
การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์	3.94	0.62	มาก
การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	3.68	0.77	มาก

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service) (ต่อ)

ด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
พนักงานสามารถแก้ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้ อย่างเหมาะสม	3.59	0.71	มาก
พนักงานให้การช่วยเหลือในการรับ- ยกสินค้า	3.88	0.51	มาก
รวม	3.73	0.55	มาก

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการบริการของพนักงานขับรถ (Service) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือการบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ พนักงานสามารถแก้ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้ อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
ด้านชื่อเสียงของบริษัทขนส่ง	3.93	0.60	มาก
ภาพลักษณ์ของบริษัทขนส่ง	3.94	0.65	มาก
ความปลอดภัยจากการชำระเงิน ค่าบริการ	3.92	0.63	มาก
มาตรฐานการให้บริการจากพนักงาน	3.73	0.71	มาก
รวม	3.88	0.56	มาก

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือภาพลักษณ์ของบริษัทขนส่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มาตรฐานการให้บริการจากพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านเทคโนโลยี (Technology)

ด้านเทคโนโลยี (Technology)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
บริษัทมีรถที่ให้บริการที่มีสภาพสมบูรณ์และทันสมัย	3.53	0.57	มาก
บริษัทมีระบบที่ให้ติดตามสถานะรถขนส่ง	4.00	0.57	มาก
บริษัทมีระบบการแจ้งเมื่อมีการจัดส่งที่เรียบร้อย	3.92	0.57	มาก
รวม	3.81	0.47	มาก

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านเทคโนโลยี (Technology) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือบริษัทมีระบบที่ให้ติดตามสถานะรถขนส่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านบริษัทมีรถที่ให้บริการที่มีสภาพสมบูรณ์และทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านระบบการจัดการ (Management)

ด้านระบบการจัดการ (Management)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
บริษัทมีระบบการจัดการการขนส่งที่ดี	3.68	0.64	มาก
บริษัทมีขั้นตอนการเคลมสินค้าที่รวดเร็วและเป็นระบบ	3.81	0.55	มาก
บริษัทอำนวยความสะดวกในการติดต่อการใช้บริการ	3.65	0.62	มาก
รวม	3.71	0.53	มาก

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านระบบการจัดการ (Management) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือบริษัทมีขั้นตอนการเคลม

สินค้าที่รวดเร็วและเป็นระบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านบริษัท
อำนวยความสะดวกในการติดต่อการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถขนส่ง
ขนาดใหญ่

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ รถขนส่งขนาดใหญ่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
ท่านรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการรถ ขนส่งขนาดใหญ่	3.90	0.47	มาก
ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ การขนส่ง	4.01	0.54	มาก
ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อราคาเมื่อเทียบกับ คุณภาพการบริการ	3.89	0.53	มาก
ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระบบการให้บริการ	3.70	0.63	มาก
ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการ ขนส่ง	3.62	0.64	มาก
รวม	3.82	0.41	มาก

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ใน
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับ
มากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.01 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.62

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

การตัดสินใจใช้บริการรถขนส่ง ขนาดใหญ่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้ บริการรถขนส่งบริษัทนี้	3.92	0.44	มาก
ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่ง บริษัทนี้	3.97	0.54	มาก
เมื่อมีคนรู้จักต้องการขนส่ง ท่านจะ แนะนำให้เลือกบริการรถขนส่งบริษัทนี้	3.94	0.45	มาก
มีความเป็นไปได้สูง ที่ท่านจะ กลับมาใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้อีก ครั้ง เมื่อต้องการขนส่งสินค้า	3.97	0.58	มาก
รวม	3.95	0.43	มาก

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้ และมีความเป็นไปได้สูง ที่ท่านจะกลับมาใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้อีกครั้ง เมื่อต้องการขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้บริการรถขนส่งบริษัทนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะต้องมีการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบทำนายที่จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 5.00 แอร์; และคณะ (Hair; et al. 2014) ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 21 พบว่า องค์ประกอบทำนายมีค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวนระหว่าง 1.276-4.785 สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่า โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับ

การวิจัยครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุขององค์ประกอบภายนอกดังที่แสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของมาตรวัด

ตัวแปรแฝงและมาตรวัด	Cronbach - α	Loading	AVE	CR
TR : ปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้า	0.870	N/A	0.657	0.887
DEP : ผู้ให้บริการขนส่งสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานที่แจ้งไว้		0.801		
SER : ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานขับรถ		0.784		
REL : ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ		0.800		
TEC : ปัจจัยด้านเทคโนโลยี		0.897		
MAN : ปัจจัยด้านระบบการจัดการ		0.765		
SAT : ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	0.783	N/A	0.537	0.784
SAT1 : ท่านรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่		0.701		
SAT2 : ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการการขนส่ง		0.683		
SAT3 : ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการบริการ		0.719		
SAT4 : ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระบบการให้บริการ		0.790		
SAT5 : ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการขนส่ง		0.768		
REP : ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการ	0.884	N/A	0.739	0.922
REP1 : เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้บริการรถขนส่ง		0.875		
REP2 : ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่ง		0.859		
REP3 : เมื่อมีคนรู้จักต้องการขนส่ง ท่านจะแนะนำให้ใช้บริการนี้		0.896		
REP4 : มีความเป็นไปได้อย่างสูง ที่ท่านจะกลับมาใช้บริการขนส่งบริษัทนี้อีกครั้ง		0.805		

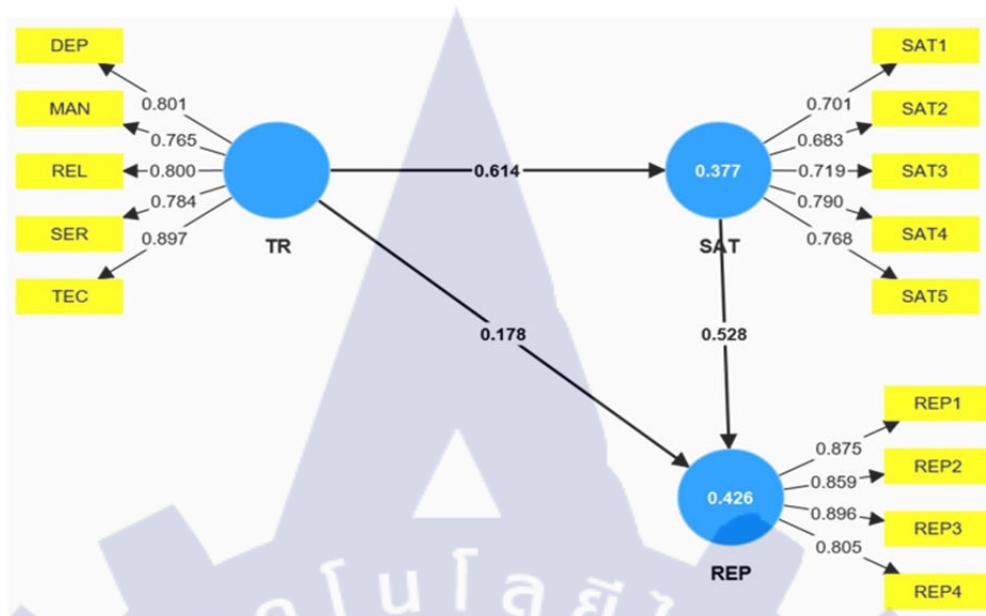
จากตารางที่ 21 พบว่าตัวแปร (Construct) ทุกตัว มีค่า Cronbach ระหว่าง 0.783-0.870 ซึ่งสูงกว่า 0.600 ทั้งนี้ตัวแปรในสมการโครงสร้างทุกตัวมีความน่าเชื่อถือได้ (Composite Reliability-CR) อยู่ในช่วงระหว่าง 0.784-0.922 ซึ่งค่า CR ที่ยอมรับได้คือ 0.60 แต่ไม่ควรเกิน 0.95 และมีค่าความผันแปรเฉลี่ย (Average Variance Extract-AVE) อยู่ระหว่าง 0.53-0.739 ซึ่งเป็นค่า AVE ที่ยอมรับได้ คือ 0.50 ผลการทดสอบพบว่าค่า Factor Loading สูงกว่า 0.6 ทุกข้อ จึงได้นำมาประมวลผลต่อไป

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

Construct	CR	R ²	AVE	Cross Construct Correlation		
				TR	SAT	REP
TR	0.887	N/A	0.657	0.811	0.614	N/A
SAT	0.784	0.377	0.537	N/A	0.733	0.637
REP	0.922	0.426	0.739	N/A	N/A	0.859
ค่าเฉลี่ย	0.864	0.401	0.644			

หมายเหตุ : $Gof2 = 0.864 \times 0.644$ ดังนั้น $GoF = 0.557$

จากตารางที่ 22 พบว่า AVE ที่สนใจมีค่าสูงกว่า Cross Construct Correlation ทุกค่าในสมการเดียวกัน แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกในทุก Construct ที่สามารถวัดความเที่ยงตรงในกลุ่มเดียวกันได้และไม่ข้ามกลุ่มไปตัวแปรอื่น และพบว่า CR มีค่าอยู่ระหว่าง 0.887-0.922 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.600 ทุกค่า ซาร์สเตดท์; และคณะ (Sarstedt; et al. 2017) และ R² มีค่า 0.401 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.33 มีค่าในระดับปานกลาง ชิน (Chin. 1998 : 323) สำหรับการวิเคราะห์ดัชนีวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit-GoF) คือ สมการโครงสร้างและสมการมาตรวัดมีความเที่ยงตรงเพียงใด พบว่า โครงสร้างตัวแบบมีความเที่ยงตรงในภาพรวมเท่ากับ 0.557 แสดงว่าตัวแบบมีคุณภาพเชิงพยากรณ์ (Prediction Performance) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี มีค่าความผันแปรเฉลี่ย (AVE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.644 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.537-0.739 แสดงว่า ตัวแปรแฝงสามารถสะท้อนพฤติกรรมสู่ตัวชี้วัดได้ดี และตัวแบบมีความน่าเชื่อถือ (CR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.864 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.887-0.922 แสดงว่ามีตัวแปรสมการเส้นทางที่สามารถพยากรณ์ตัวชี้วัดของตัวแปรตามเส้นทางได้ดี กล่าวโดยสรุปได้ว่า เป็นตัวแบบที่มีคุณภาพในระดับดี



รูปที่ 3 เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 23 อิทธิพลของบุพปัจจัย (Antecedents) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตาม	R2	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ	
			TR	SAT
SAT	0.377	DE	0.614	N/A
		IE	N/A	N/A
		TE	0.614	N/A
REP	0.426	DE	0.178	0.528
		IE	0.324	N/A
		TE	0.502	0.528

หมายเหตุ : DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect, N/A = Not Applicable

จากรูปที่ 3 และตารางที่ 23 เมื่อพิจารณาระดับอิทธิพลของบุพปัจจัยตัวแปรตามต่างๆ ทั้งตัวแปรภายนอก (External Endogenous Variable) และตัวแปรภายใน (Internal Endogenous Variable) ในงานวิจัยนี้ ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพเส้นทาง พบว่าการแสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า R^2 มีค่า 0.426 แม้จะมีค่าต่ำ แต่ค่าตัวทำนายมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงพอสรุปได้ถึงการพยากรณ์ ปัจจัยด้านปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด เท่ากับ 0.614 รองลงมาคือ ปัจจัย

ด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.528 และปัจจัยปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.178

สรุปภาพรวมของปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์, ปัจจัยด้านความพึงพอใจ และ ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 42.60 ($R^2=0.426$)

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 24 ดังนี้

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน		สัมประสิทธิ์ เส้นทาง (P)	T-Stat	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
H1	ปัจจัยด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัย ด้านการตัดสินใจซื้อ (SAT -> REP)	0.528	9.129 ***	สนับสนุน
H2	ปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัย ด้านการตัดสินใจซื้อ (TR -> REP)	0.178	2.725 ***	สนับสนุน
H3	ปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัย ด้านความพึงพอใจ (TR -> SAT)	0.614	15.887 ***	สนับสนุน

หมายเหตุ : *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($T\text{-Value} \geq 2.576$)

ผลของการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 24 สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจ, ปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ มีนัยสำคัญที่ระดับมากกว่า 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่งด้วยรถขนส่งขนาดใหญ่ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ และการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ตลอดจนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ระดับความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

หลังจากผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน สรุปได้ดังนี้

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปี
3. สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สมรส
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี
5. ประเภทร้านค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นร้านสะดวกซื้อ
6. ตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบในร้านค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เจ้าของร้าน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการรถขนส่งของกลุ่มตัวอย่าง
ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน สรุปได้ดังนี้

1. จำนวนครั้งต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน
2. วันที่นิยมใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการวันจันทร์ถึงศุกร์
3. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงกลางวัน (12.00-

4. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 2,001-3,000 บาท
5. บริษัทขนส่งที่ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการของบริษัท Kerry

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่ง
จากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งในด้านการจัดการขนส่งสินค้าเป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.96
2. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับด้านการจัดการขนส่งสินค้าเรื่องการจัดส่งมอบสินค้าตามเวลาที่นัดหมายเป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.93
3. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับด้านการบริการของพนักงานขับรถเรื่องหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์เป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.94
4. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับด้านความน่าเชื่อถือในเรื่องภาพลักษณ์ของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.94
5. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับด้านเทคโนโลยีในเรื่องบริษัทมีระบบที่ให้ติดตามสถานะรถขนส่งเป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 4.00
6. ผู้ใช้บริการขนส่งให้ความสำคัญกับด้านระบบการจัดการในเรื่องบริษัทมีขั้นตอนการเคลมสินค้าที่รวดเร็วและเป็นระบบส่งเป็นอันดับแรก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.81

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
จากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการขนส่งในด้านคุณภาพการให้บริการขนส่ง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 4.01

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการ
จากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการขนส่งจะตัดสินใจใช้บริการขนส่งเมื่อรู้สึกคุ้มค่าในการใช้บริการและมีความเป็นได้สูงที่จะกลับมาใช้บริการบริษัทขนส่งอีก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นมาก โดยรวมเฉลี่ยที่ 3.97 เท่ากันทั้งสองข้อ

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการขนส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าและบริการมีอิทธิพลเชิงบวกกับปัจจัยด้านความพึงพอใจ จากผลการวิจัยประสิทธิภาพการขนส่งมีความสำคัญต่อผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานครมักให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง คือการที่หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เมื่อถึงผู้รับปลายทาง ซึ่งตรงตามหลักการของ 5R Delivery ที่ให้ความสำคัญในเรื่องของ การจัดส่งสินค้า ความน่าเชื่อถือ การบริการของพนักงาน เทคโนโลยีและระบบการจัดการ ในด้านการจัดส่งสินค้า คือสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดเพราะ ถือเป็นมาตรฐานและเงื่อนไขที่บริษัทขนส่งได้ให้กับลูกค้า ทั้งในเรื่องของระยะเวลาจัดส่ง สภาพสมบูรณ์ของสินค้าและรถที่ได้มาตรฐาน เพราะปัจจัยทั้งหมดนี้ถ้าบริษัทสามารถรักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้าก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการและเป็นผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อต่อไป ตามหลัก 5Rs Delivery คือองค์ประกอบของการจัดการขนส่งและส่งมอบสินค้า แบบแม่นยำ และสามารถลดต้นทุนในทุกกระบวนการดำเนินงาน ตั้งแต่คำสั่งซื้อ การจัดหาวัตถุดิบ ตรวจสอบสินค้าในคลัง ไปจนถึงการส่งมอบอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้สามารถประยุกต์

ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการจัดการระบบขนส่งช่วยให้ควบคุมกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถวิเคราะห์และตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ทนต่อการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจน์สิตา โฆษิตัญญุสิทธิ์ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ผลการวิจัยสามารถสรุป ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการบริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านความเป็นมือ อาชีพในระดับที่มากที่สุดซึ่งให้ความสำคัญด้านการบริการโดยเฉพาะการมีบริการที่รวดเร็วตรงต่อ เวลาและต้องตามคำสั่งและให้ความสำคัญในด้านการบริการ การบริการ โดยเฉพาะในเรื่องของการมี อุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน และมีการบริการแบบครบวงจรใน ด้านความเป็นมืออาชีพ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า หากบริษัทที่ให้บริการมีการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการขนส่งสินค้าและบริการของพนักงานก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจใช้บริการ เพราะมีความเชื่อมั่นในกระบวนการและบริษัทขนส่ง

2. ประสิทธิภาพด้านการขนส่งของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนมีอิทธิพลเชิงบวก กับต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จากผลการวิจัย ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าและเมื่อรู้สึกคุ้มค่าต่อการใช้บริการ ดังนั้นหัวใจของการบริการที่สำคัญของบริษัทคือการทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าและไม่เสีย เวลาต่อการบริการของบริษัท การทำให้ลูกค้านึกถึงเราเป็นเจ้าแรกและอยากกลับมาใช้บริการอีก ถือว่าเป็นสิ่งที่บริษัทประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งการสรุปผลอภิปรายนี้ ตรงกับหลักการ ของ วิจิตร ต้นทสุทธิ์; และคณะ (2550) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึงการพิจารณาตกลงใจซึ่ง ชาติเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก ในอันที่ให้มีการกระทำในลักษณะเฉพาะใดๆ หรือ หมายถึงการตกลงใจเลือกเพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือ ตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศราวุฒิ แก้วศรี; และคณะ (2560) ศึกษา เรื่องคุณภาพ การให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสาร ทางน้ำในจังหวัด สุราษฎร์ธานี จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และการให้บริการที่มีมาตรฐานของผู้ประกอบการการขนส่งทางน้ำ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ ความสำคัญการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดี เนื่องจากส่งผลนี้มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และต้องกลับมาใช้ บริการอีกในอนาคตต่อไป

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกกับต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง จากการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอันดับแรก ที่ผู้ใช้บริการต้องการรู้สึกพอใจมากที่สุด คือ การพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัทขนส่ง ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อ

ลูกค้าได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อความต้องการของลูกค้านั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองตามหลักทฤษฎีความพึงพอใจ ซึ่งถ้าบริษัทสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการที่ดี รวดเร็วและให้คำแนะนำการแก้ปัญหา ลูกค้าก็จะเกิดความเชื่อใจในตัวพนักงานและบริษัท รู้สึกคุ้มค่าที่ใช้บริการและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากในที่สุด ซึ่งถือเป็นวิธีที่เกิดผลดีต่อบริษัทมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุษกร งามทรัพย์พงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศอายุอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การ ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ไม่ต่างกัน ทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้ขาดข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญบางประการเกี่ยวกับการได้รับความพึงพอใจต่อการใช้บริการและการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลหรือรายละเอียดที่สำคัญเชิงลึกบางประการ ทำให้ได้ผลการศึกษาที่ถูกต้องครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

2. จากผลการศึกษาซึ่งพบว่าปัจจัยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่งและปัจจัยด้านความพึงพอใจจากการใช้บริการ ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งและยกระดับคุณภาพการบริการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและการตัดสินใจใช้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กมล ชูทรัพย์; และเสถียร เหลืองอร่าม. (2516). หลักการบริการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- กาญจน์วี ฐนโชติรุ่งสาทิส. (2557, ตุลาคม-ธันวาคม). ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยในเส้นทางขนส่งจากจังหวัดนครสวรรค์-ส่งออกต่างประเทศ. วารสารสุทธิปริทัศน์. 28(88) : 309-342.
- กาญจน์สิตา ไชยรัตน์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กรรณิการ์ รุจิราโชติ. (2563). การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : ส่วนราชการสำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2561). ธุรกิจระหว่างประเทศและการปรับตัวของธุรกิจไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). การขนส่งสินค้าในงานโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- จารุวรรณ ว่าบ้านพลับ. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของการทำศัลยกรรมของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา. (2543). หลักการขนส่ง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent Study). สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์กอล์ฟ คอมเพล็กซ์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณิชากัทร บัวแก้ว. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บริษัท วี. อินเตอร์ พรินท์.
- นฤตย์ เสกธีระ. (2566). เปิดข้อดีของการขนส่งด้วยรถบรรทุก. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2566, จาก https://www.matichonweekly.com/publicize/article_657364.
- บุษกร งามทรัพย์พงศ์. (2563). การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุนิติพัสดุ แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการใน **UnpublishedIndependent Study**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปภินดา คำมณี. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสินค้าของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด กรณีศึกษา นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์. บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พงศธร ศิริพงษ์. (2559). การวิเคราะห์เปรียบเทียบการลงทุนระหว่างผู้ประกอบการและใช้บริการ **Third Party**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://ebook.tsu.ac.th/store/book/research/proceeding25562/262/#zoom=z>.
- พัชรินา สุขภิญโญ. (2564). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (**Advertising & Sale Promotion**). กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). **แนวคิดความพึงพอใจ**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รวีพรรณ ลีภัยเจริญ. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขับรถบรรทุกในจังหวัดสระบุรี**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2558). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- รัชฎาพร พันธุ์ทวี. (2560). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วันพิชิตต์ อรรถดี. (2560). **ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัท ยูเช็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด**. **Joint Conference on ACTIS & NCOBA, Bangkok, Thailand**. 14(1) : 364-368.
- วิจิตร ตันทสุทธิ; และคณะ. (2550). **ส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566, จาก <http://www.ru.ac.th>.
- วิชชุ สังกรชนกิจ. (2553). **Logistics คืออะไร**. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://jwdhrd.wordpress.com/2013/08/05/logistics-คืออะไร>.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2542). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วุฒิชัย จำนงค์. (2523). **พฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศราวดี แก้วศรี; และคณะ. (2560). **คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). สุราษฎร์ธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ศศิณา บุญพิทักษ์. (2564). **การพัฒนาแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ จังหวัดจันทบุรี**. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ศิริวรรณ กาวีชา. (2563). **ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ส่งออกผลไม้ในไทย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ธีระพีมลและ
ไซเท็กซ์.

สุพัต อิศราศิวกุล. (2563). **การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานขับรถขนส่งตามหลัก 7R
กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า**. สารนิพนธ์ วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

อดุง อมาตยกุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารีญา เพิ่มจิระพานิช. (2564). **ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน
ของคนไทย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกสิทธิ์ คงทอง. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของ
ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการฝากส่งสินค้าผ่านบริษัทไปรษณีย์
ไทย จำกัด**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Axelrod. (2015). **Business Process Management**. New York : Free Press.

Chin. (1998). **The Partial Least Squares Approach to Structural Equation
Modeling**. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.

Cortina. (1993). What is Coefficient Alpha : An Examination of Theory and
Applications. **Journal of Applied Psychology**. 78(1) : 98-104.

Cronbach. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. 5th ed. New York : Harper
Collins Publishers.

Hair; et al. (2014). **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling
(PLS-SEM)**. California : Sage Publications.

Inoue; et al. (2015). Planarian Shows Decision-Making Behavior in Response to
Multiple Stimuli by Integrative Brain Function. **Journal of Research in
Interactive Marketing**. 11(3) : 312-335.

ITBS. (2550). **ความหมายของการขนส่ง**. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2566, จาก [http://
www.itbsthai.com/knowledge_detail.php?LID=1&ID=1](http://www.itbsthai.com/knowledge_detail.php?LID=1&ID=1).

Lambert; et al. (1998). **Supply Chain and Logistics**. New York : Free Press.

McGrew; and Wilson. (1982). **Decision Making Approaches and Analysis**.
Manchester : Manchester University.

- Millet. (1954). **Management in the Public Service The Quest for Effective Performance.** New York : McGraw-Hill Book.
- Mowen. (1995). **Consumer Behaviour.** Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Sarstedt; et al. (2017). **Partial Least Squares Structural Equation Modeling.** Illinois : Irwin.
- Schiffman; and Kanuk. (1994). **Consumer Behavior.** 5th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Schumacker; and Lomax. (2016). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling.** 4th ed. New York : Wiley.
- Walters. (1978). **Adaptive Management of Renewable Resources.** New York : McGraw-Hill.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ กรุณาตอบคำถามด้วยตัวของท่านเอง
2. ผู้วิจัยจะถือว่าคำตอบ หรือข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นความลับจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น
3. แบบสอบถามชุดนี้ มี 6 ตอน ขอให้ท่านตอบทุกข้อและทุกตอน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยคาดว่าข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะนำไปพิจารณากำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศ และความอยู่รอดขององค์กรต่อไป

โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 6 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการขนส่งของร้านค้า

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพด้านการขนส่ง

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 5 การตัดสินใจใช้บริการ

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้า

วันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการระบบการผลิตและโลจิสติกส์แบบลิ้น

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำถามแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามข้อมูลของท่าน

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

☐ 3) LGBTQ+

2. อายุ

☐ 1) 18-30 ปี

☐ 2) 31-40 ปี

☐ 3) 41-50 ปี

☐ 4) 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) หย่าร้าง/หม้าย/ไม่ได้อยู่ด้วยกัน

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1) มัธยมศึกษาตอนปลาย เทียบเท่าหรือต่ำกว่า

☐ 2) อนุปริญญาตรีหรือปวส.

☐ 3) ปริญญาตรี

☐ 4) สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประเภทร้านค้า

☐ 1) ร้านสะดวกซื้อ

☐ 2) ร้านขายเสื้อผ้า

☐ 3) ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า

☐ 4) ร้านขายอาหารสัตว์

☐ 5) อื่นๆ (Other)

6. ตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบในร้านค้า

☐ 1) เจ้าของร้าน

☐ 2) ผู้จัดการร้าน

☐ 3) พนักงานร้าน

☐ 4) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของร้าน

☐ 5) อื่นๆ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ของร้านค้า

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำถามแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามข้อมูลของท่าน

1. ท่านเคยมาใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย (ยุติการทำแบบสอบถาม)

2. ความถี่ในการใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน (ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา)

- ☐ 1) 1 ครั้ง/เดือน
☐ 2) 2 ครั้ง/เดือน
☐ 3) 3 ครั้ง/เดือน
☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน

3. ท่านนิยมใช้บริการในวันใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) วันจันทร์ - วันศุกร์
☐ 2) วันเสาร์ - วันอาทิตย์
☐ 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์

4. ท่านนิยมใช้บริการในเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ช่วงเช้า (08.00-11.59)
☐ 2) ช่วงกลางวัน (12.00-15.59)
☐ 3) ช่วงเย็น (16.00-18.59)

5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการขนส่งขนาดใหญ่ต่อครั้ง

- ☐ 1) น้อยกว่า 1,000 บาท ☐ 2) 1,001-2,000 บาท
☐ 3) 2,001-3,000 บาท ☐ 4) 3,001-4,000 บาท
☐ 5) มากกว่า 4,000 บาท

6. บริษัทที่ท่านเคยใช้บริการ

- ☐ 1) ไปรษณีย์ไทย ☐ 2) Kerry
☐ 3) DHL ☐ 4) อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำถามแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

ข้อที่	ข้อความถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
ด้านการจัดส่งสินค้า Delivery --DEP						
1	ผู้ให้บริการขนส่งสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานที่แจ้งไว้					
2	ผู้ให้บริการขนส่งจัดส่งมอบตามเวลาที่ได้นัดหมายไว้					
3	การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์					
4	ผู้ให้บริการขนส่งมีมาตรฐานประเภทรถขนส่งตามสินค้า					
ด้านการบริการของพนักงานขับรถ Service --SER						
1	พนักงานมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับเวลาที่จะให้บริการ					
2	พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า					
3	การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์					
4	การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ					
5	พนักงานสามารถแก้ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม					
6	พนักงานให้การช่วยเหลือในการรับ-ยกสินค้า					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือ Reliability-- REL						
1	ท่านเชื่อถือในด้านชื่อเสียงของบริษัทขนส่ง					
2	ท่านเชื่อถือภาพลักษณ์ของบริษัทขนส่ง					
3	ท่านรู้สึกปลอดภัยในการชำระเงินค่าบริการ					
4	ท่านเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการจากพนักงาน					
ด้านเทคโนโลยี Technology-- TEC						
1	บริษัทมีรถที่ให้บริการที่มีสภาพสมบูรณ์และทันสมัย					
2	บริษัทมีระบบที่ให้ติดตามสถานะรถขนส่ง					
3	บริษัทมีระบบการแจ้งเมื่อมีการจัดส่งที่เรียบร้อย					
ด้านระบบการจัดการ Management --MAN						
1	บริษัทมีระบบการจัดการการขนส่งที่ดี					
2	บริษัทมีขั้นตอนการเคลมสินค้าที่รวดเร็วและเป็นระบบ					
3	บริษัทอำนวยความสะดวกในการติดต่อการใช้บริการ					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำถามแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
ความพึงพอใจ (Satisfaction -- SAT)						
1	ท่านรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่					
2	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการรถขนส่ง					
3	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการบริการ					
4	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระบบการให้บริการ					
5	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการขนส่ง					

ตอนที่ 5 การตัดสินใจใช้บริการ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำถามแต่ละข้อ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับตามความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
การตัดสินใจใช้บริการ (Repeat --REP)						
1	เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้บริการรถขนส่ง					
2	ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่ง					
3	เมื่อมีคนรู้จักต้องการขนส่ง ท่านจะแนะนำให้ใช้บริการนี้					
4	มีความเป็นไปได้สูง ที่ท่านจะกลับมาใช้บริการขนส่งบริษัทนี้อีกครั้ง					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข.

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

TNII

แบบประเมินเครื่องมือวิจัย - แบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ณัฐพล จิตประไพ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตศาลายา
2. ดร.เอิบ พงษ์ทอง อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
3. ดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ตารางที่ 25 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง

ข้อที่	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM ($\bar{X}$)	IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ด้านการจัดส่งสินค้า Delivery --DEP							
1	ผู้ให้บริการขนส่งสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานที่แจ้งไว้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	ผู้ให้บริการขนส่งจัดส่งมอบตามเวลาที่ได้นัดหมายไว้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	ผู้ให้บริการขนส่งมีมาตรฐานประเภทรถขนส่งตามสินค้า	1	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านการบริการของพนักงานขับรถ Service --SER							
1	พนักงานมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับเวลาที่จะให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	การบรรจุหีบห่อสินค้าเมื่อถึงผู้รับอยู่ในสภาพสมบูรณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	พนักงานสามารถแก้ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6	พนักงานให้การช่วยเหลือในการรับ-ยกสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 25 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการขนส่ง (ต่อ)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM ($\bar{X}$)	IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ด้านความน่าเชื่อถือ Reliability-- REL							
1	ท่านเชื่อถือในด้านชื่อเสียงของบริษัทขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	ท่านเชื่อถือภาพลักษณ์ของบริษัทขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	ท่านรู้สึกปลอดภัยในการชำระค่าบริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	ท่านเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการจากพนักงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ด้านเทคโนโลยี Technology-- TEC							
1	บริษัทมีรถที่ให้บริการที่มีสภาพสมบูรณ์และทันสมัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	บริษัทมีระบบที่ให้ติดตามสถานะรถขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	บริษัทมีระบบการแจ้งเมื่อมีการจัดส่งที่เรียบร้อย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ด้านระบบการจัดการ Management --MAN							
1	บริษัทมีระบบการจัดการการขนส่งที่ดี	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	บริษัทมีขั้นตอนการเคลมสินค้าที่รวดเร็วและเป็นระบบ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	บริษัทอำนวยความสะดวกในการติดต่อการใช้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หมายเหตุ : ค่า IOC = $20/20 = 1$

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพด้านการขนส่ง ใช้ได้

ตารางที่ 26 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM — ($\bar{X}$)	IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ความพึงพอใจ (Satisfaction -- SAT)							
1	ท่านรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการรถขนส่งขนาดใหญ่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการรถขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการบริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระบบการให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อระยะเวลาการขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หมายเหตุ : ค่า $IOC = 5/5 = 1$

สรุปว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้ได้

ตารางที่ 27 การตัดสินใจใช้บริการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM $\bar{(X)}$	IOC	สรุปผล
		1	2	3			
การตัดสินใจใช้บริการ (Repeat --REP)							
1	เมื่อท่านต้องการส่งสินค้า ท่านจะใช้บริการรถขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	ท่านรู้สึกคุ้มค่า เมื่อใช้บริการรถขนส่ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	เมื่อมีคนรู้จักต้องการขนส่ง ท่านจะแนะนำให้ใช้บริการนี้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	มีความเป็นไปได้สูง ที่ท่านจะกลับมาใช้บริการขนส่งบริษัทนี้อีกครั้ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้

หมายเหตุ : ค่า $IOC = 4/4 = 1$

สรุปว่า ปัจจัยด้านตัดสินใจใช้บริการ ใช้ได้

ภาคผนวก ค.

จดหมายเรียนเชิญตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม





สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology

泰日工業大学

สร้างนวัตกรรม พัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างนักประดิษฐ์ ผลิตนักบริหาร

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

บว 0803/130/2566

12 ธันวาคม 2566

เรื่อง ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเพื่อทำสารนิพนธ์

เรียน ดร.ณัฐพล จิตประไพ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตศาลายา

ด้วย นางสาววันวิสา จุลวนิชย์พงษ์ รหัสนักศึกษา 2265110060 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหบัณฑิต สาขาการจัดการระบบการผลิตและโลจิสติกส์แบบสิ้น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้มีการทำ
 แบบสอบถามเพื่อใช้ในหัวข้อสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อ
 การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” (อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วย
 ศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์) ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ
 ทางหลักสูตรฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงเหมาะสมที่จะ
 เป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งครอบคลุมใน
 เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และรูปแบบของแบบสอบถาม

ในการนี้ทางหลักสูตรฯ จึงใคร่ขอให้ท่านเป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถามให้กับนักศึกษาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาและขอความอนุเคราะห์

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิจิณัฐ ภัคพรหมินทร์)

คณบดี คณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถามข้อสงสัยแบบสอบถามได้ที่

คุณวันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

โทรศัพท์ : 086-971-8203



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology

泰日工業大学

สร้างนวัตกรรม พัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างนักประดิษฐ์ ผลิตนักบริหาร

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

บว 0803/131/2566

12 ธันวาคม 2566

เรื่อง ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเพื่อทำสารนิพนธ์

เรียน ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์
 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ด้วย นางสาววันวิสา จุลวนิชย์พงษ์ รหัสนักศึกษา 2265110060 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหบัณฑิต สาขาการจัดการระบบการผลิตและโลจิสติกส์แบบสิ้น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้มีการทำ
 แบบสอบถามเพื่อใช้ในหัวข้อสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อ
 การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” (อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วย
 ศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์) ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ
 ทางหลักสูตรฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงเหมาะสมที่จะ
 เป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งครอบคลุมใน
 เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และรูปแบบของแบบสอบถาม

ในการนี้ทางหลักสูตรฯ จึงใคร่ขอให้ท่านเป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถามให้กับนักศึกษาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาและขอความอนุเคราะห์

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิจิณัฐ ภัคพรหมินทร์)

คณบดี คณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถามข้อสงสัยแบบสอบถามได้ที่

คุณวันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

โทรศัพท์ : 086-971-8203



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology

泰日工業大学

สร้างนวัตกรรม พัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างนักประดิษฐ์ พลิกโฉมบริหาร

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

บว 0803/132/2566

12 ธันวาคม 2566

เรื่อง ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเพื่อทำสารนิพนธ์

เรียน ดร.เอิบ พงษ์พอง

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ด้วย นางสาววันวิสา จุลวนิชย์พงษ์ รหัสนักศึกษา 2265110060 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหบัณฑิต สาขาการจัดการระบบการผลิตและโลจิสติกส์แบบสิ้น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้มีการทำ
 แบบสอบถามเพื่อใช้ในหัวข้อสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อ
 การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของร้านค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” (อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วย
 ศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์) ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ
 ทางหลักสูตรฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงเหมาะสมที่จะ
 เป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งครอบคลุมใน
 เนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และรูปแบบของแบบสอบถาม

ในการนี้ทางหลักสูตรฯ จึงใคร่ขอให้ท่านเป็นผู้ตรวจสอบแบบสอบถามให้กับนักศึกษาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาและขอความอนุเคราะห์

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิจิณฐ ภัคพรหมินทร์)

คณบดี คณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถามข้อสงสัยแบบสอบถามได้ที่

คุณวันวิสา จุลวนิชย์พงษ์

โทรศัพท์ : 086-971-8203