

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขาย
สินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Factors that affect the selection of the parcel providers delivery service of
online sellers in Bangkok

วารสารณ์ หลุมเจริญภักดิ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้
บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อ
ศึกษาการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการ
ขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจที่ส่งผลต่อ
การเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัด
กรุงเทพมหานครโดยใช้คำถามแบบปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวนทั้งหมด 385 ชุด
วิธีการทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ , ร้อยละ (%) , \bar{X} , S.D. และสถิติที่
นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ Chi Squareเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับ
ตัวแปรตาม โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน โดยแบ่งเป็น เพศหญิง
290 คน และเพศชาย 95 คน ประเภทสินค้าที่ขาย คือ แฟชั่น , เครื่องประดับ จำนวน 180 คน ,
อื่นๆ จำนวน 65 คน อาหาร จำนวน 58 คน , อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 27 คน , อุปกรณ์กีฬา
, เดินทาง จำนวน 25 คน , เฟอร์นิเจอร์ , อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำนวน 13 คน , อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง
จำนวน 11 คน , เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน จำนวน 6 คน โดยภาพรวมพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพ
การให้บริการลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุมีอิทธิพลมาก ,
ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการ
ขนส่งพัสดุอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก

เพราะฉะนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการลูกค้า , การตอบสนองความต้องการของลูกค้า , การตัดสินใจ เลือกใช้ , ผู้ขายสินค้าออนไลน์ , บริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ABSTRACT

The objective of this study is 1. To study the quality of customer service that affects the selection of the parcel providers delivery service of online sellers in Bangkok. 2. To study the customer's needs that affects the selection of the parcel providers delivery service of online sellers in Bangkok. 3. To study the decisions that affects the selection of the parcel providers delivery service of online sellers in Bangkok. By using a closed-ended questionnaire survey total 385 sets as a tool to collect data. The statistical methods used in data analysis are frequency, percentage , \bar{X} , S.D. and the statistics used to test the hypothesis is Chi Square to check the relationship between independent variable and the dependent variable , statistical significance at the level of 0.05

From the study found that Total number of respondents 385 people divided by 290 females and 95 males. Type of goods sold are Fashion, Accessories 180 persons, Others 65 people, Food 58 people, Electronics 27 people, Sports equipment, travel 25 people, Furniture , Home Decor 13 people, Pet supplies 11 people, Electrical appliances, home appliances 6 people. That the study the quality of customer service that affects the selection of the parcel providers delivery services the parcel providers has a great influence level , The average score is 4.18. Factors to customer's needs that affects the selection of the parcel providers has a great influence level , The average score is 4.32.

However, the results showed that it can be concluded that quality of customer service and customer's needs affecting the decision to use the parcel providers delivery services.

Keywords : Quality of customer service, Customer's needs, Decision to use,

Online product sellers, Parcel providers delivery services

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบันเต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากมาย สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับมนุษย์ ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี ทำให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก แม้กระทั่งการซื้อ ของและการจับจ่ายใช้สอยก็สะดวกสบาย เพราะมีการ "ซื้อของออนไลน์" เข้ามาเติมเต็ม และตอบ โจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคนี้ ETDA ประกาศผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ประเทศไทย ปี 2561 พบคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เป็นผลจาก การเปลี่ยนผ่านชีวิตไปสู่ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2018 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของออนไลน์อยู่ที่ ประมาณ 1,500 บาท/เดือน ส่งผลให้ธุรกิจขายของออนไลน์ หรือ อีคอมเมิร์ซ ในไทยเติบโตอย่าง รวดเร็ว เมื่อการซื้อขายออนไลน์มีมากขึ้น อีกปัจจัยที่ลูกค้ามักให้ความสำคัญ คือ **ด้านการขนส่ง** ธุรกิจการให้บริการด้านการขนส่งพัสดุจึงมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการแข่งขันของ ธุรกิจขนส่งฯ ก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบและการให้บริการให้สามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าและรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีก่อให้เกิดการบริการที่เป็นระบบ รวดเร็ว สะดวกต่อการบริหารงานสำหรับร้านค้า ออนไลน์ โดยผู้ประกอบการขนส่งฯ ต่างนำจุดเด่นในด้านการบริการที่แตกต่างกันไปและพัฒนาการ บริการมาเพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น การบริการที่รวดเร็ว สถานที่ ที่ทันสมัย การตั้งอยู่ในพื้นที่สะดวกต่อการเข้าถึงได้ ตัวอย่างเช่น ในห้างสรรพสินค้า เวลาทำการที่ยาวนานขึ้น รวมไปถึงการบริการที่หลากหลาย เช่น การเก็บเงินปลายทาง การเข้ารับสินค้ากับผู้

จัดส่ง เป็นต้น สมัยก่อนหากต้องการส่งสินค้าข้ามจังหวัด ผู้ให้บริการรายแรกที่นึกถึงก็คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ปัจจุบันนี้มีผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรายใหม่ๆ เข้ามาในตลาด เช่น KERRY EXPRESS , J&T EXPRESS , NIM EXPRESS , FLASH EXPRESS , SCG EXPRESS เป็นต้น ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกใช้ เมื่อทุกอย่างผ่านการทำงานอย่างรวดเร็ว การบริการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าจึงจำเป็นต้องรวดเร็วตามและไม่ให้มีความผิดพลาด ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารทำให้มีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการได้มาก ก็จะต้องปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดย ผู้วิจัยหวังว่าผลจากการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ อาจจะเป็นประโยชน์ให้กับธุรกิจบริการด้านการขนส่งพัสดุ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการลูกค้า มีผลต่อ การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีผลต่อ การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นผู้ให้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุเป็นประจำ โดยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้คือ การกำหนดคุณภาพการให้บริการลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ โดยงานวิจัยนี้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีช่วงระยะเวลาของการทำวิจัยตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2562– 15 พฤศจิกายน 2562

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ตอบสนองความต้องการลูกค้า Parasuraman, Zeithamal และ Berry (1985) ได้อธิบายถึงหลักทฤษฎี ServQual5 เอาไว้ว่า “คุณภาพในการบริการใน 10 ปีวิจัยในตอนแรก ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยได้มีการทำให้ตรงจุดและกระชับมากขึ้น โดยให้เหลือเพียงปัจจัยหลัก ๆ เท่านั้น” ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) การให้คำมั่นสัญญาเอาไว้ และการปฏิบัติตามการให้บริการในสิ่งที่ได้ให้สัญญาไว้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน แม่นยำ การกระทำที่ตรงตามเวลาตรงความต้องการหรือตรงกับคำสั่งของลูกค้าผู้รับบริการอย่างถูกต้อง และมีความเป็นมืออาชีพ 2) ปัจจัยด้านความแน่นอน (Assurance) การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กร ความอ่อนน้อมสุภาพของพนักงาน ศักยภาพในการปฏิบัติงานผู้ให้บริการ ต้องมีความรู้และทักษะในการให้บริการ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ และความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย 3) ปัจจัยด้านลักษณะที่สัมผัสได้ (Tangible) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ปรากฏในทางลักษณะกายภาพโดยทั่วไป เช่น อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์สำหรับการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ บรรยากาศในการตกแต่ง 4) ปัจจัยด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ความสามารถในการทำความเข้าใจ และสามารถรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้ ในคำขอร้องที่มีความเฉพาะเจาะจง การสื่อสารออกไปอย่างถูกต้อง การทำให้การเข้าถึงการบริการที่สะดวก ง่ายดาย และเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า 5) ปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) ความพร้อมในการปฏิบัติงาน ความกระตือรือร้น เข้ามาให้บริการอย่างถูกต้อง

และรวดเร็ว ของบุคลากร และระบบการปฏิบัติงานต่าง ๆ มีความเต็มใจที่จะเข้ามาช่วยเหลือ ให้บริการต่อลูกค้า

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543) บริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้จะเห็นได้ว่า จุดมุ่งหมายหลักของบริการคือการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้นได้ ดังนั้นการจำหน่ายบริการ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการบริหารการตลาดเช่นเดียวกับการจำหน่ายสินค้าที่มีตัวตน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ Moorhead & Griffin(1995) ได้ให้ความหมายว่าการตัดสินใจ หมายถึงกระบวนการเลือกทางเลือกเพียงทางเลือกเดียวจากทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมดซึ่งในการตัดสินใจดังกล่าวผู้บริหารมักจะใช้เป้าหมายเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างโดยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ไปใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากรซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ไปใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ โดยจะมีคำถามคัดกรองก่อนว่าตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในการเก็บข้อมูลหรือไม่ จึงจะเข้าสู่การทำแบบสอบถาม การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกโดยใช้การแจกแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยวิธีคำนวณตามสูตรของคอแครน (Cochran)

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มแจกที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทผู้ประกอบการขนส่งเอกชนต่าง ๆ ในหลายเขตพื้นที่ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อสร้างแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา / ปรับปรุง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน โดยแบ่งเป็น

เพศหญิง 290 คน และเพศชาย 95 คน ผู้ตอบโดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 166 คน เป็นจำนวนมากที่สุด , ตามด้วยผู้ตอบ อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 131 คน, อายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 77 คน , อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน

ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 277 คน , ระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 53 คนระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 24 , มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 18 คน

ประเภทสินค้าที่ขาย คือ แฟชั่น , เครื่องประดับ จำนวน 180 คน , อื่นๆ จำนวน 65 คน อาหาร จำนวน 58 คน , อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 27 คน , อุปกรณ์กีฬา , เดินทาง จำนวน 25 คน , เฟอร์นิเจอร์ , อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำนวน 13 คน , อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง จำนวน 11 คน , เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน จำนวน 6 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท
ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ตามกรอบงานวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการลูกค้า คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้, ปัจจัยด้านความแน่นอน, ปัจจัยด้านลักษณะที่สัมผัสได้, ปัจจัยด้านความเข้าใจลูกค้า, ปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการ โดยภาพรวมพบว่าคุณภาพการให้บริการลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท
ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

ตามกรอบงานวิจัยด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ โดยภาพรวมพบว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุอยู่ในระดับที่มีอิทธิพลมาก

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

เมื่อได้ทำการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการให้บริการลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุ

จากผลสรุปของการเก็บข้อมูลจากผู้ขายของออนไลน์ที่ได้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี

ประเภทของเอกสาร ที่ใช้บริการจัดส่งคือ 1.หนังสือ / สิ่งพิมพ์คิดเป็น 7.80% , 2. เสื้อผ้า / เครื่องประดับ คิดเป็น 55.30% , 3. อาหาร / ยาคิดเป็น 21.80% , 4. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์คิดเป็น 13.20% , 5. เครื่องสำอางคิดเป็น 22.10% , 6. ของเล่น / ของใช้คิดเป็น 22.90% , 7.เฟอร์นิเจอร์คิดเป็น 5.20% ,8.อื่นๆคิดเป็น 11.40%

บริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯที่เลือกใช้บริการ คือ KERRY EXPRESS คิดเป็น 51.17% , บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดคิดเป็น 40.26% ,FLASH EXPRESS คิดเป็น 5.71% , NIM EXPRESS คิดเป็น 1.82% , SCG EXPRESS คิดเป็น 1.04%

การไปใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 42.34% , 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็น 20.78% , น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 19.74% , 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็น 9.61% , มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 7.53%

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 11.01-14.00 น. คิดเป็น 35.32% , 08.00-11.00 น.คิดเป็น 28.31% , 14.01-17.00 น. คิดเป็น 27.53% , 17.01 เป็นต้นไป คิดเป็น 8.83%

ใช้บริการขนส่งเอกสาร / พัสดุส่งไปในภูมิภาค ทุกภาค คิดเป็น 51.17% , ภาคกลาง คิดเป็น 38.96% , ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็น 5.45% , ภาคเหนือ คิดเป็น 2.86% , ภาคใต้คิดเป็น 1.30% ,ภาคตะวันออกคิดเป็น 0.26%

การให้บริการส่งเอกสาร / พัสดุเป็นปริมาณ 1-5 ชิ้น คิดเป็น 63.90% , 6-10 ชิ้น คิดเป็น 24.42% , 11-30 ชิ้นคิดเป็น 8.31% , 31-50 ชิ้น คิดเป็น 2.86% , 51-100 ชิ้น คิดเป็น 0.52%

ค่าใช้จ่ายในการส่งเอกสาร / พัสดุประมาณไม่เกิน 500 บาทต่อเดือนคิดเป็น 35.06% , 501-1,000 บาทต่อเดือนคิดเป็น 30.65% , 1,001-3,000 บาทต่อเดือนคิดเป็น 21.82% , 3,001-5,000 บาทต่อเดือนคิดเป็น 8.31% , 5,001-10,000 บาทต่อเดือนคิดเป็น 2.60% , 10,001 บาทขึ้นไป คิดเป็น 1.56%

บริการที่ควรปรับปรุง 1. ไม่ได้รับใบเสร็จรับเงิน คิดเป็น 5.19% , 2. สถานที่อึดอัด,คับแคบ/สกปรกคิดเป็น 11.95% , 3. คิวผู้ให้บริการไม่เป็นระเบียบคิดเป็น 15.84% , 4. ที่นั่งรอไม่เพียงพอ คิดเป็น 24.68% , 5. เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการทำงานคิดเป็น 43.12% ,

6. ระยะเวลาารรับบริการนานคิดเป็น 44.42% , 7. เจ้าหน้าที่ให้บริการบกพร่อง ไม่ชำนาญงานคิดเป็น 8.57% , 8. ค่าบริการไม่คุ้มค่าคิดเป็น 18.44% , 9. การใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารมีความยุ่งยากคิดเป็น 7.53% , 10. อื่นๆคิดเป็น 5.71%

ปัญหาที่ประสบในการใช้บริการกับบริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯคือไม่เคยพบปัญหาคิดเป็น 40.26% , จัดส่งสินค้าเป็นเวลานาน คิดเป็น 17.66% , ค่าขนส่งแพงเกินไป คิดเป็น 15.32% , สินค้าเสียหาย คิดเป็น 10.65% , พนักงานไม่สุภาพคิดเป็น 6.23% , ไม่ใส่ใจในการให้บริการ คิดเป็น 4.94% , พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้ คิดเป็น 3.38% , อื่นๆ คิดเป็น 1.04% , สินค้าสูญหาย คิดเป็น 0.52%

ความพึงพอใจโดยรวมของบริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯที่ใช้บริการอยู่คือพอใจปานกลาง คิดเป็น 56.10% , พอใจมาก คิดเป็น 41.30% , พอใจมากที่สุด คิดเป็น 1.56% , พอใจน้อย คิดเป็น 0.78% , พอใจน้อยที่สุด คิดเป็น 0.26%

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการลูกค้า พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวดวงนภาวดี ศรีจันทร์ , ดร.ณัฐพันธ์ บัววรารภรณ์ (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตจันทบุรี มีการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ซึ่งธนาคารออมสินจะมีการพัฒนาทั้งรูปแบบการให้บริการและเพิ่ม ศักยภาพของพนักงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากงานบริการลูกค้าคือหัวใจสำคัญ ดังนั้นจึงทำให้คุณภาพการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขต จันทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ParasuramanZeithamal และ Berry หลักทฤษฎี ServQual 5 1) ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ 2) ปัจจัยด้านความแน่นอน 3) ปัจจัยด้านลักษณะที่สัมผัสได้ 4) ปัจจัยด้านความเข้าใจลูกค้า 5) ปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการ

จากการศึกษา ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของธนกฤต สุทธิพันธ์โชติ (2559) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น ใ่ว่างใจ และด้านการเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โบวี, ฮูสตัน และทิล (Bovee, Houston & Thill, 1995, ความพึงพอใจ อ้างถึงใน ศรราวน์ แดงใสว, 2556, หน้า 8) บริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้จะเห็นได้ว่าจุดมุ่งหมายหลักของบริการคือการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้นได้ ดังนั้นการจำหน่ายบริการ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการบริหารการตลาดเช่นเดียวกับการจำหน่ายสินค้าที่มีตัวตน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการลูกค้า

บริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯควรปรับปรุงด้านการให้บริการของพนักงาน เพิ่มความใส่ใจในการให้บริการ , ในบางสาขาก็ควรที่จะเพิ่มช่องทางการให้บริการให้เหมาะสมตามช่วงเวลาของผู้มาใช้บริการ และการดูแลรักษาสินค้าตลอดจนรักษาระยะเวลาในการจัดส่ง เพิ่มเติมในส่วนบริษัทของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรเพิ่มบริการไปรษณีย์พัสดุจากลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปยังสถานที่ส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บริษัทผู้ประกอบการขนส่งฯควรปรับปรุงด้านราคาให้มีความเหมาะสม อาจจะจัดทำเป็นโปรโมชั่นด้านราคาหรือมีการสะสมแต้มเพื่อนำกลับมาใช้เป็นส่วนลดได้ในภายหลังเพื่อลดต้นทุนด้านค่าขนส่งให้สำหรับผู้ใช้บริการที่มีจำนวนจัดส่งต่อเดือนเป็นจำนวนมาก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจเปลี่ยนไปทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อที่จะได้เจาะลึกถึงประเด็นที่อาจจะไม่ครบถ้วนในงานวิจัยครั้งนี้ และจัดการเวลาในการเก็บข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรฉิมพา เรืองกล. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี พิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนกฤต สุทธินันท์โชต. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

เบญจพรสุวรรณแสนทวี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วันพิชิตต์ อรรถดีและศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร.(2560). ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็นโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ศรวานี แดงไสว. (2556). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าอาหารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

ศุภรัตน์ อภิชาติวงศ์ชัย. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการการขนส่งทางบกของบริษัท เอ็น.พี.เอ็ม. ทรัค แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุรคุณคุณุตตยานนท์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการขนส่งสืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562 จาก

ที่มา <https://twitter.com/Mono29News/status/1123173760171790341/photo/1>.

พฤติกรรมกรขอปิงออนไลน์ของคนไทย สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562 จาก

<https://www.bltbangkok.com/CoverStory /คนไทยขอปองออนไลน์-แม่ค้า-ลูกค้า-ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ2562>.

พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 ของไทยสืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562 จาก

<https://www.eta.or.th/content/eta-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html>.