

## ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย

### SATISFACTION IN USING EXPRESS PARCEL DELIVERY BUSINESS OF THAI PEOPLE

อารีญา เพิ่มจิระพานิช

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Arreeyar Phemjirapanit

E-mail : Arreeyar.cat@hotmail.com

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng  
University Corresponding author

---

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนไทยที่ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ คือ คนไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-40 ปี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000 – 25,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าคนไทย ให้ระดับความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนไทย ให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนในระดับมาก คนไทย ที่มี เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย แต่คนไทย ที่มี อายุ ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทย

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ

## **ABSTRACT**

This independent study It aims to (1) to explore demographic characteristics. And marketing mix factors of Thai people using express delivery business (2) to study the influence of demographic factors and marketing mix factors. That affect the satisfaction of using express delivery business of Thai people

The sample group used in this independent study was 400 Thais, using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the descriptive analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested for comparison, using t-test, one-way ANOVA statistic, if differences were found, they were compared individually by means of LSD and multiple regression statistics.

The results of the demographic factor study showed that the majority of the sample were female, 20-40 years old, employed by employees / company employees. And has an average monthly income of 15,000 - 25,000 baht and the marketing mix factor found that Thai people giving a high level of overall importance When considering each side product aspect, price aspect, distribution channel Marketing promotion, personal marketing, physical characteristics and process aspects There is a high level of importance in all aspects.

The results of the hypothesis testing showed that Thais showed a high level of satisfaction in using express delivery business. Thai people with different gender, occupation and monthly income affected their satisfaction in using the parcel delivery business. However, Thai people of different age do not affect the satisfaction of the Thai express delivery business and the marketing mix factor. process aspect promotion, marketing, price and physical characteristics overall, it influences the satisfaction in using express delivery business of Thai people.

**Key words** : Satisfaction

## บทนำ

ประเทศไทยในยุค 4.0 ตลาดค้าปลีกในประเทศไทยเริ่มเติบโตอย่างน้อยร้อยละ 10 - 20 ต่อปีโดยมีการขนส่งภายในประเทศรวมมูลค่า 20,000 ล้านบาท สิ่งสำคัญในการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในรูปแบบของการเติบโตของการค้าปลีกและค้าส่งในแต่ละปีที่มาจากการค้าออนไลน์กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ความต้องการพัสดุด่วนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน รวมถึงการส่งมอบสินค้าและพัสดุจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่ทันสมัย ระบบทั้งหมดสำหรับการกรอกเอกสารในการจัดส่งโดยอัตโนมัติเพื่อช่วยลดความยุ่งยากในการค้นหาและป้อนข้อมูลที่อยู่ด้วยตัวเองเพื่อใช้สำหรับการสั่งซื้อซ้ำเพื่อให้สามารถจัดส่งได้เร็วขึ้นในพื้นที่ครอบคลุมทุกความต้องการของการจัดส่งของกลุ่มธุรกิจต่างๆ เช่น B2B (ธุรกิจกับธุรกิจ), B2C (ธุรกิจกับผู้บริโภค), B2G (ธุรกิจกับรัฐบาล) และรูปแบบ C2C (ผู้บริโภคสู่ผู้บริโภค) บนอินเทอร์เน็ตหรือการขายผลิตภัณฑ์อีคอมเมิร์ซ

ในปัจจุบันธุรกิจขนส่งของไทยในปี 2563 เติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะด้วยสถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เกิดการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้นหรือจะเกิดจากการที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโตมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันอัตราการเติบโตของธุรกิจขนส่งของไทยยังคงโดดเด่นในรูปลักษณะของนักลงทุนไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากที่จะเข้าสู่การลงทุนทางธุรกิจขนส่งในไทยเนื่องจากประเทศไทยเองนั้นเป็นประเทศที่มีแรงงานฝีมือในแต่ละพื้นที่ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่เริ่มเข้าสู่ยุคอีคอมเมิร์ซ ส่งผลให้ตลาดส่งด่วนมีการแข่งขันสูงทั้งเก่าและใหม่ แต่ก็ยังถือว่าเป็นตลาดใหม่ และมีการเติบโตจำนวนมากดังนั้นมันขึ้นอยู่กับว่าแต่ละผู้ให้บริการจะวางตำแหน่งของพวกเขาอย่างไร เพื่อให้ผู้ใช้มีความพึงพอใจกับบริการและเกิดการบอกต่อ จนกว่าจะกักต้อบริการแม้ว่าบริษัทขนส่งอื่นๆ จะมีค่าขนส่งถูกกว่าผู้ให้บริการก็ตาม

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน

## วัตถุประสงค์ของงานศึกษาค้นคว้าอิสระ

1. เพื่อสำรวจลักษณะปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนไทยที่ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย

### ขอบเขตงานศึกษาค้นคว้าอิสระ

1. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทย ในครั้งนี้ได้ทำการเลือกประชากรที่เป็นคนไทยจำนวนทั้งสิ้น 66,558,935 คน (ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่เคยใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทย จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% และมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จากการเปิดตารางพบว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องศึกษาอยู่ที่ 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทย ได้กำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษานี้ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ ที่ได้กำหนดขึ้นสำหรับการศึกษานี้ได้แก่

- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

2.2 ตัวแปรตาม ที่ได้กำหนดขึ้นสำหรับการศึกษานี้ได้แก่

- ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ซึ่งประกอบไปด้วย คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้า

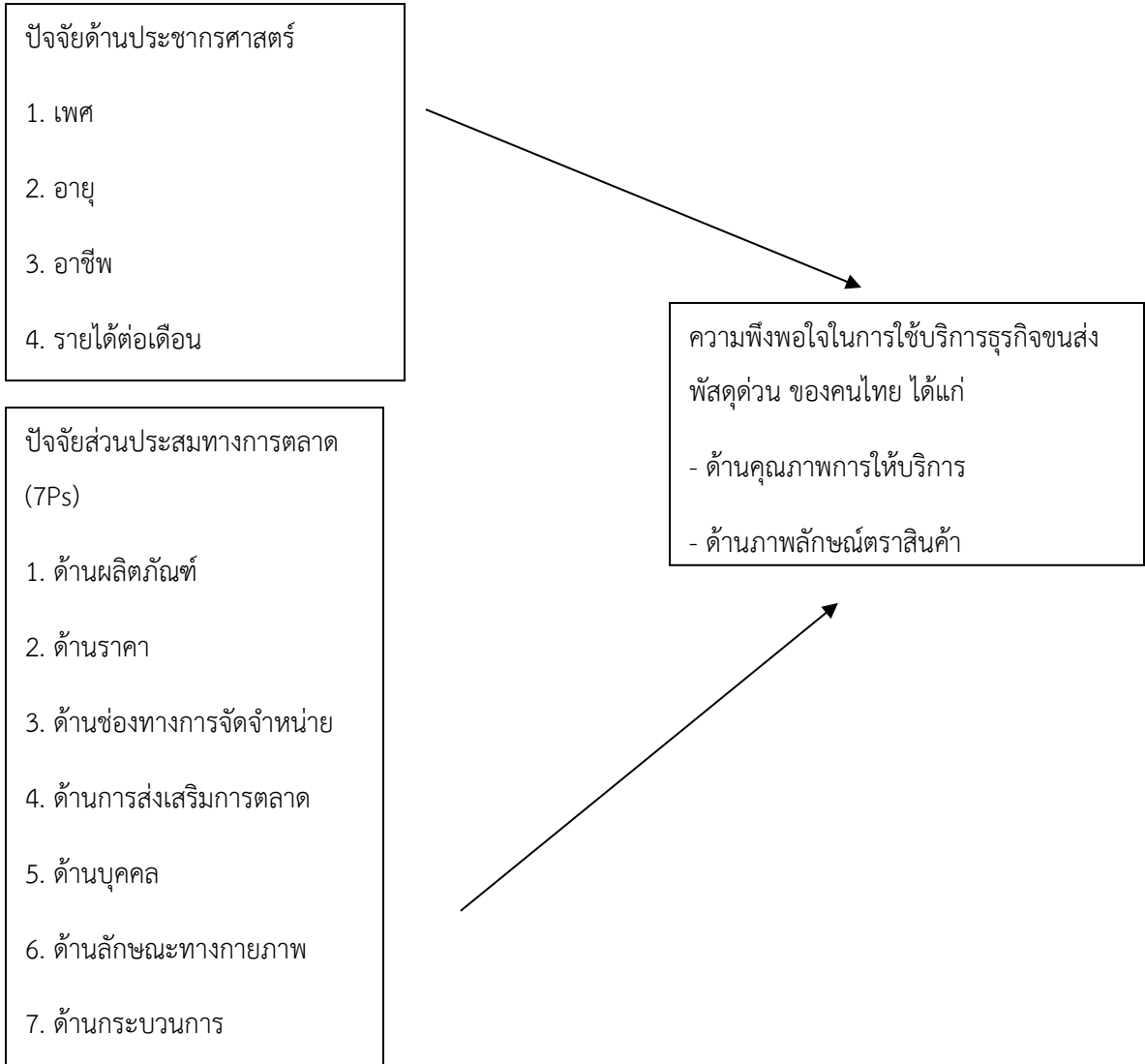
3. ขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้จะใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนของคนไทย เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. ขอบเขตระยะเวลา

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าอิสระเริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม พ.ศ. 2564

### กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้าอิสระ



### นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ที่องค์กรใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

-ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดๆที่ต้องการนำเสนอต่อลูกค้าเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการที่จะเลือกใช้บริการในการศึกษานี้ ได้แก่ การให้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักเกณฑ์การขนส่งพัสดุ การรับบริการที่หลากหลายรูปแบบ มีความรวดเร็ว ถึงที่หมายตรงเวลาที่กำหนด

-ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงิน ที่มีต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการนั้นๆที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายในการศึกษานี้ ได้แก่ การกำหนดราคาที่มีมาตรฐาน เหมาะสมกับการบริการ การรับชำระเงินที่หลากหลายช่องทาง

-ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ทำเลสถานที่ตั้งของศูนย์บริการ ในการศึกษานี้ ได้แก่ สถานที่ตั้งในการให้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ ง่าย มีความสะดวก สบาย กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

-ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง แรงจูงใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ ในการศึกษานี้ ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการให้ส่วนลด โปรโมชั่นต่างๆ

-ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานที่ให้บริการรับส่งพัสดุภัณฑ์ ในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการให้บริการ มีความเต็มใจในการให้บริการ แนะนำข้อมูลข่าวสารได้

-ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์โดยรอบ ในการศึกษานี้ ได้แก่ มีสถานที่ให้นั่งรอระหว่างการรอการรับบริการ สถานที่ให้บริการมีความโดดเด่น

-ด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการให้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ ในการศึกษานี้ ได้แก่ มีการสอบถามข้อมูลลูกค้าให้ถูกต้องครบถ้วน มีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ความพึงพอใจในการใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการตามสถานการณ์นั้นๆ เป็นความรู้สึกทางบวกที่เป็นผลมาจากการใช้บริการโดยเกิดจากการเปรียบเทียบกับความคาดหวังว่าตรงกับความคาดหวังหรือไม่ ซึ่งความคาดหวังอาจเกิดจากคุณภาพการบริการหรือภาพลักษณ์ตราสินค้าก็ได้ซึ่งถ้าหากตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ารับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เราแตกต่างจากคู่แข่ง การให้บริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในการศึกษานี้ ได้แก่ อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย มีจำนวนพนักงานเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้ารับบริการ มีการรับประกันสินค้ากรณีเกิดความเสียหายหรือสูญหาย

ภาพลักษณ์ตราสินค้า หมายถึง สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในการศึกษานี้ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมีชื่อเสียง ความเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นมืออาชีพ

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ได้สร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้ศึกษาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำเอามาวิเคราะห์สถิติ เพื่อตอบข้อสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าอิสระในเรื่องที่กำลังศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยการตั้งคำถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถาม 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีจำนวนข้อคำถาม 21 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจ รับรู้ความต้องการมีจำนวนข้อคำถาม 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า ประกอบด้วย คุณสมบัติ คุณประโยชน์ คุณค่า และวัฒนธรรม มีจำนวนข้อคำถาม 8 ข้อ

## เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาแล้วจึงนำข้อมูลนั้นมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### สถิติพรรณนา

1. จะใช้ค่าร้อยละและความถี่ ในการอธิบายตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
2. จะใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

### สถิติอนุมาน

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test



2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ One way ANOVA และหากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

3. เพื่อศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยใช้สถิติ Multiple Regression

### สรุปผลการศึกษาค้นคว้าอิสระ

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย สามารถสรุปผลการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.8) มีอายุ 20-40 ปี (ร้อยละ 63.2) มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท (ร้อยละ 50.7) และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000 – 25,000 บาท (ร้อยละ 35.8)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และด้านคุณภาพการให้บริการ

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าคนไทยที่มี เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แต่พบว่าคนไทยที่มีอายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยภาพรวมต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย สรุปผลการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล โดยรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย

## อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าอิสระ

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องความเป็นมืออาชีพในการขนส่ง และความคุ้มค่าของเงินที่เสียไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรายเลขา เลิศวณิชโรจน์ (2559) ซึ่งได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ พบว่าภาพลักษณ์ตรา ด้านคุณค่า และคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ด้านความวางใจได้ ด้านความมั่นใจ ด้านความใสใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารใน กรุงเทพมหานคร

1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการติดต่อกับบริษัทขนส่งได้อย่างสะดวก และการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชญาณิชฐ์ โสรส (2559) ซึ่งได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย พบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจาก ลูกค้า พบว่า ภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย จำแนกตาม ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.1 คนไทย ที่มีเพศ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนทั้ง 2 ด้านไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าไม่ว่าคนไทย จะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ก็ไม่มีผลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของณัฐฐา เสวกวิหารี (2560) ซึ่งได้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามาศิบัติ พบว่าลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามาศิบัติที่แตกต่างกัน

2.2 คนไทย ที่มีอายุ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน โดยรวมต่างกัน เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนทั้ง 2 ด้านต่างกัน ซึ่งเป็นไปตาม สมมติฐาน ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าคนไทยในช่วงอายุที่ต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่ง

พัสดุด่วน ของคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับกับแนวคิดของณัฐฐา เสวกวิหारी (2560) ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติ พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติที่แตกต่างกัน

2.3 คนไทย ที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน โดยรวม ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนทั้ง 2 ด้านไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าคนไทยที่มีอาชีพต่างกัน ก็ไม่มีผลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับกับแนวคิดของณัฐฐา เสวกวิหारी (2560) ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติ พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติที่แตกต่างกัน

2.4 คนไทย ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน โดยรวม ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนทั้ง 2 ด้านต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าคนไทยที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ก็ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับกับแนวคิดของณัฐฐา เสวกวิหारी (2560) ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติ พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติที่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ของคนไทย โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องบริการมีความรวดเร็วถึงที่หมายตรงตามเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับกับแนวคิดของแนวคิดของกิตติกานต์ พรหมเมตจิต (2562) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจในบริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด พบว่าผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด ในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก

3.2 ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องมีการรับชำระเงินหลากหลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับกับแนวคิดของกิตติกานต์ พรหมเมตจิต (2562) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจ

ในบริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด พบว่าผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของ บริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด ในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องสถานที่ตั้ง ง่ายและกว้างขวาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ อัชฌาวัต โฆษิตานนท์ (2561) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรสของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัชฌาวัต โฆษิตานนท์ (2561) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรสของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.5 ด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องพนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ อัชฌาวัต โฆษิตานนท์ (2561) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรสของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องสถานที่โดดเด่นดึงดูดการใช้บริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดของกิตติกานต์ พรหมเมตจิต (2562) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจในบริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัดพบว่าผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด ในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก

3.7 ด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องมีการให้บริการที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอัชฌาวดี โฆษิตานนท์ (2561) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกซน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกซนเคอรี่ เอ็กซ์เพรสของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. แนะนำให้ศึกษาตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเพื่อที่จะสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าอิสระเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว อาจจะได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุม ในการศึกษารั้งต่อไปควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ หรือการสนทนาแบบกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

กิตติกานต์ พรหมเมตจิต. (2562). *ความพึงพอใจในบริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ ลอจิสติกส์ จำกัด*. สารนิพนธ์สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ, มหาวิทยาลัยเกริก.

กันยากาญจน์ จันท์เหลี่ยม,พัฒน์ พิสิษฐเกษม.(2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย*

สาขามหาวิทยาลัยรังสิต.วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์.

ญาธิณี เหลืองทรัพย์ทวี.(2560). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้

บริการกรณีศึกษาของบริษัท เคอรี่ เอกซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.

การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชญาณิชฐ์ โสรส.(2559).คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย:

ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี.งานนิพนธ์ คณะพาณิชยศาสตร์,มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐฐา เสวกวิหारी.(2560).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ.การค้นคว้าอิสระ,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดาวสวรรค์ รื่นรัมย์.(2560).ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขา

ภาคเหนือ เขต1.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ธีรนนท์ ฉေးเจริญ,พงศพัฒน์ มาศกลิน.(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วน(EMS)ที่ว่า

ไปรษณีย์ ศูนย์กลางจ่าย(พิเศษ) เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย.

น้ำทิพย์ เนียมหอม.(2560).ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาใน

วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยเกริก.

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู.(2559).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์.การค้นคว้าอิสระ,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรียานัฐ เอี่ยมศิริเมธี,จตุรวิทย์ ศศิธรานนท์.(2562).กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้าที่ส่งผลต่อความ

พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการลูกค้า บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.

การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่6.

พรายเลขา เลิศวณิชโรจน์.(2559).ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดี

ของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัตติญาภรณ์ พิศาลวราพงศ์.(2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านยศข้าวต้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วีณา พงษ์พิทักษ์.(2559). อิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ และความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อสินค้าแฟชั่นต่างประเทศ.การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศุภรัตน์ อภิชาติวงศ์ชัย.(2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการขนส่งทางบกของบริษัท เอ็น.พี.เอ็ม. ทรัค แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิวานนท์ จันทระประวัติ,กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง.วารสารการบริหารและการจัดการ.

อัชฌาวัต โฆษิตานนท์.(2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อรรถพล จันทร์อยู่.(2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสมัครเข้าร่วมงานวิ่งของผู้รักสุขภาพในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.การค้นคว้าอิสระ,มหาลัยรามคำแหง

เวทยา ใฝ่ใจดี.(2560). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนครราชสีมา ต่อการรับบริการภายนอกด้านการขนส่งสินค้า.วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2563).สถิติประชากรศาสตร์สืบค้นเมื่อ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2564,จาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>