

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด  
ในเขตกรุงเทพมหานคร  
CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SERVICE OF FLASH EXPRESS CO.,LTD.  
IN BANGKOK

พัชริญา สุขภิญโญ  
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Patchariya Sukpinyo  
E-mail: pat-chariya29@hotmail.com  
Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,  
Ramkhamhaeng University, Thailand  
Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test และใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากในการวิเคราะห์พบความแตกต่าง จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลของ

ผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ; คุณภาพการให้บริการ; บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด

## ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to study the customer satisfaction level with the service provided by Flash Express Co., Ltd. in Bangkok, (2) to study the customer satisfaction level with the service provided by Flash Express Co., Ltd. in Bangkok, classified by personal factors, (3) to study the service marketing mix factors affecting the customer satisfaction with the service provided by Flash Express Co., Ltd. in Bangkok, (4) to study the service quality factors affecting the customer satisfaction with the service provided by Flash Express Co., Ltd. in Bangkok. The sample of this study consisted of 400 customers in Bangkok using the service of Flash Express Co., Ltd. A research instrument for data collection was a questionnaire, which was divided into two parts: (1) descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation, (2) Inferential statistics including t-test and one-way ANOVA statistics as well as LSD for a pairwise comparison in case that the differences were found and Multiple Regression Analysis

The results of the hypothesis testing indicated that (1) the respondents with different personal factors, including occupations and average monthly income were differently satisfied with the service of Flash Express Co., Ltd. In contrast, the respondents with different gender, age and education level were indifferently satisfied with the service of Flash Express Co., Ltd., (2) service marketing mix and service quality factors, including price, place, people, assurance, and empathy influenced customer satisfaction with the service of Flash Express Co., Ltd. in Bangkok, (3) however, service marketing mix and service quality factors, including product, promotion, process, physical evidence, tangibility, reliability, responsiveness did not influence customer satisfaction with the service of Flash Express Co., Ltd. in Bangkok.

**Keywords:** the customer satisfaction, service quality factors, Flash Express Co., Ltd.

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เห็นได้ชัดจากการเติบโตขึ้นของธุรกิจอีคอมเมิร์ซหรือการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ในปัจจุบัน ส่งเสริมให้ธุรกิจรับฝากส่งพัสดุเติบโตขึ้นไปด้วย ซึ่งธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตไปกับเทรนด์อีคอมเมิร์ซหรือการซื้อของออนไลน์ ที่กลายเป็นหนึ่งในวิถีชีวิตคนในยุคปัจจุบัน และยังได้แรงขับเคลื่อนจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคจากช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลกระทบเชิงบวกให้กับธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจขนส่งพัสดุย่อยเติบโตอย่างก้าวกระโดด และในขณะเดียวกันธุรกิจรับฝากส่งพัสดุที่กระทำการโดยบริษัทเอกชนก็มีความหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันภายในธุรกิจประเภทนี้สูงมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและรองรับการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซดังกล่าว

ในปัจจุบันการขนส่งของประเทศไทยโดยเฉพาะการขนส่งสินค้าเริ่มมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้นและมีความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งในตลาดขนส่งพัสดุในปัจจุบันยังคงมีการแข่งขันกัน 3 เรื่องหลักๆ คือ เรื่องของราคา คุณภาพและความคุ้มค่าในการให้บริการ ซึ่งน่าจะเป็น 3 เรื่องหลักที่ผู้เล่นทุกรายในตลาดยังคงต้องโฟกัส รวมไปถึงเรื่องของความเร็วในการจัดส่งสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุด และเนื่องจากคนไทยทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น มีการส่งสินค้ากันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลทำให้ธุรกิจรับฝากส่งพัสดุมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น การมุ่งหวังที่จะทำกำไรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งการให้บริการก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่จะนำพาให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ และในเมื่อตลาดอีคอมเมิร์ซและการขนส่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วตามความต้องการของผู้บริโภค สิ่งที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปคือกฎระเบียบที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมทางการค้า เพื่อการแข่งขันในภาคธุรกิจที่เสมอภาคกัน ซึ่งส่งผลต่อทั้งภาคธุรกิจรายใหญ่ รายเล็ก และรายย่อย รวมถึงผู้ที่ได้ประโยชน์สูงสุดที่ควรคำนึงถึงนั่นก็คือ ผู้บริโภคนั่นเอง

แฟลช เอ็กซ์เพรส เป็นธุรกิจการขนส่งที่มีการให้บริการอยู่ทั่วประเทศ และมีการจัดตั้งอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีสถานที่จอดรถ มีพื้นที่ในการขนย้ายสินค้า มีบริการที่ รวดเร็ว และมีคุณภาพ ดังนั้นจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน โดยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครโดยศึกษาว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการกับทางขนส่งแฟลช เอ็กซ์เพรสเพียงใด ซึ่งผลลัพธ์ของงานวิจัยฉบับนี้ ทางบริษัทขนส่งสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ พร้อมกับบริการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างตรงความต้องการ

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน น่าจะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการน่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการน่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

### 1. ด้านเนื้อหา

#### 1.1 ตัวแปรอิสระได้แก่

1.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

1.1.3 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นบุคคลที่ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด จำนวน 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

## 3. ด้านพื้นที่

ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีสาขาและจุดให้บริการรับส่งพัสดุ Flash Express จำนวนทั้งสิ้น 325 จุด ให้บริการ ซึ่งพื้นที่สาขาและจุดให้บริการที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย คือ บริเวณสาขาสวนหลวง สาขาประเวศ สาขาลาดกระบัง สาขาพระโขนง

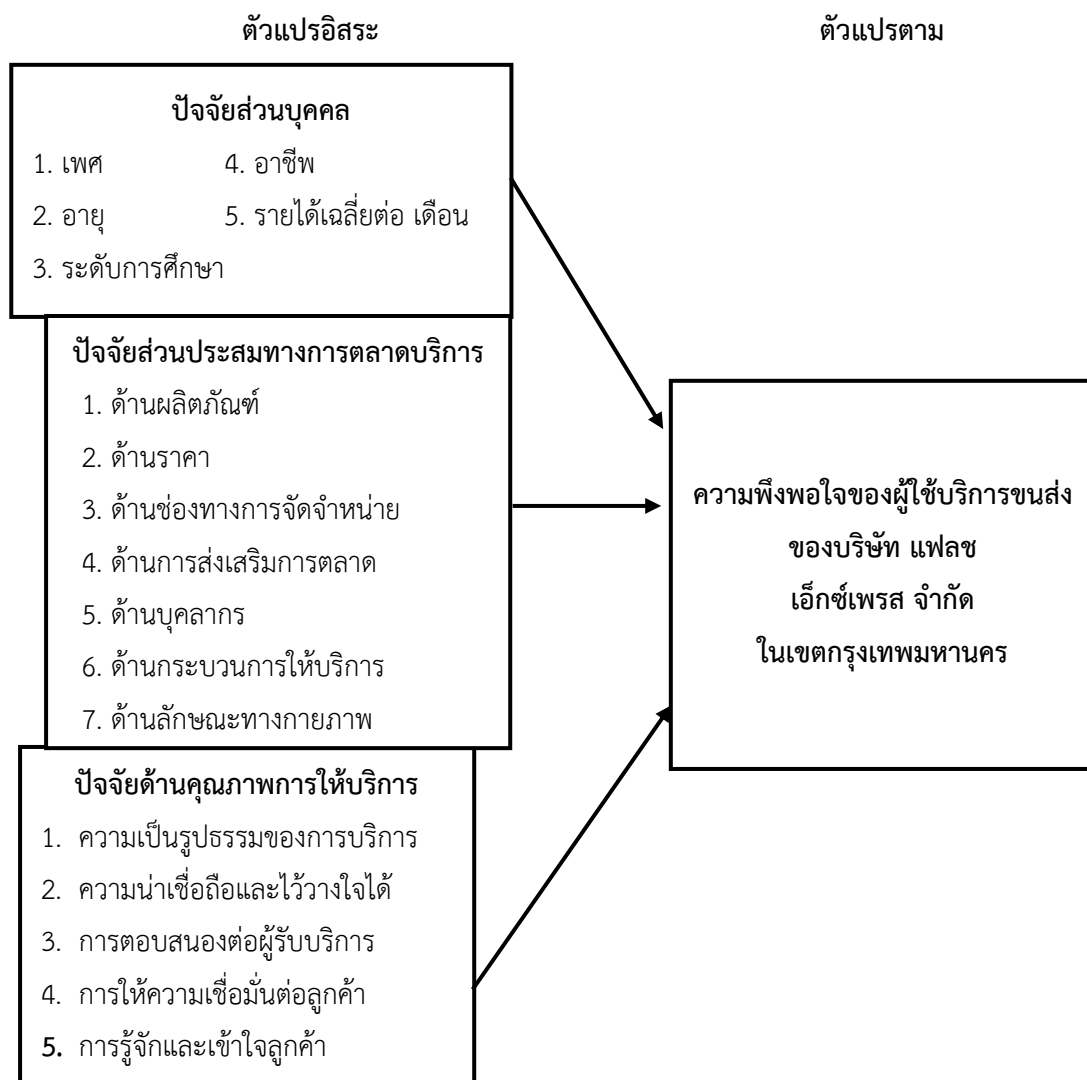
## 4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2564 - เมษายน 2564

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ
3. นำผลในการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่บริษัทขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการนำไปพัฒนาระบบการทำงาน กาปฏิบัติงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้ามาใช้บริการขนส่ง

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### ทฤษฎีความพึงพอใจ

ซริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลหนึ่งจะพึงพอใจกระทำการสิ่งใดก็ตามที่ทำให้ตนเองมีความสุข และหลีกเลี่ยงในสิ่งๆ ที่เมื่อกระทำแล้วจะทำให้ตนได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก

### แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler (2012) ได้กล่าวว่า แนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจให้บริการของการกำหนดกลยุทธ์ของตลาด ประกอบไปด้วยเครื่องมือของตลาดที่สามารถควบคุมได้ แต่ละธุรกิจสามารถใช้ร่วมกันได้สำหรับการตอบสนองความต้องการ การสร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย และการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิด ความต้องการต่อสินค้าและบริการ

### **แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการที่ถูกคาดหวังจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณา ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

กัญญากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตไม่แตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ทั้งนี้ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

ชัยวัฒน์ ยี่วาศรี (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุงาน ของบุคลากรที่แตกต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรมีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และตำแหน่งที่แตกต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อัชฌาตรี โฆษิตานนท์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## **วิธีดำเนินการวิจัย**

### **ระเบียบการวิจัย**

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วย รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ เกิดจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัย วรรณกรรม และทฤษฎีที่

เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

### **ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เป็นบุคคลที่ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมากและผู้วิจัยไม่อาจระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของโคชราน Cochran (1977) ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

### **การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม จัดทำเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ ซึ่งรูปแบบของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแต่ละด้านมีข้อคำถามรวมทั้งหมด 24 ข้อ โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งแต่ละด้านมีข้อคำถามรวมทั้งหมด 16 ข้อ โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน แพลซ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีข้อคำถามรวมทั้งหมด 3 ข้อ โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)



### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในการทดสอบค่าความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน โดยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการขนส่ง Flash Express อีกในครั้งต่อไป

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่ต่างกัน

2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการขนส่ง Flash Express อีกในครั้งต่อไป รองลงมาคือโดยรวมแล้วผู้บริโภคมุ่งความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่ง Flash Express และคิดว่ากาบริการของขนส่ง Flash Express ตอบสนองความต้องการครบถ้วน ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการเปรียบเทียบพบว่า

1. **ด้านอาชีพ** ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญา กาญจน์ จันท์เหลื่อม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน

2. **ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ ยี่วาศรี (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของบุคลากรที่ต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรมีความแตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

**1. ด้านราคา** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌา วดี โฆษิตานนท์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌา วดี โฆษิตานนท์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**3. ด้านบุคลากร** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌา วดี โฆษิตานนท์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า** ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

**5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า** ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

## ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงเป็นแนวทางในการนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ที่ทำธุรกิจการให้บริการทางด้านการบริการขนส่ง เพื่อการบริการที่สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการที่สุด

### ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าในด้านอาชีพและด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้นทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า การที่ผู้ใช้บริการมีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันนั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรจัดการในเรื่องของการให้บริการที่ครอบคลุมทุกอาชีพ เพราะแต่ละอาชีพก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป หากได้รับการบริการที่ไม่ตอบสนองความต้องการ ก็อาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ใช้บริการหันไปเลือกใช้บริการที่ขนส่งเอกชนอื่นๆที่เป็นทางเลือกที่ดีกว่าได้ ดังนั้นควรปรับปรุงการให้บริการโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ตรงจุดที่สุด อาจมีการฝึกอบรมพนักงานเรื่องการบริการที่เข้าถึงผู้ใช้บริการมากขึ้น การบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า จนเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านระดับการศึกษา ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการอาจไม่ต้องเน้นในเรื่องของประเด็นด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา เพราะเนื่องจากว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นไม่ได้แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง หรือเพศชาย อายุมากหรือน้อย หรือมีระดับการศึกษามากหรือน้อยก็ได้ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการเท่าที่ควร เพราะผู้ใช้บริการมีความต้องการใช้บริการเหมือนกัน

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรนั้นมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริการด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความสำคัญในเรื่องของราคา ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หรือหากราคามีความเหมาะสมกับสินค้าแล้วนั้น ก็อาจให้การรับรองหรือรับประกันความปลอดภัยสินค้าว่าราคานี้มีความเหมาะสมกับคุณภาพที่จะได้รับ ให้ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าหากจ่ายในราคานี้แล้ว ผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการที่เหมาะสมกับราคาที่ได้นิยมนำไป

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการเข้าถึงการบริการ โดยเฉพาะแอปพลิเคชันต้องสามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ทุกวัย ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนการใช้งานที่ละเอียดและเข้าใจง่าย มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สามารถติดต่อได้ทุกเวลา

3. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลากร มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความสำคัญในเรื่องของการจัดการฝึกอบรมพนักงาน เรื่องของความพร้อมในการให้บริการ และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องของมารยาทในการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการพนักงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การบริการ การรับพนักงานเพิ่มเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อการบริการที่ดีและตอบสนองลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

### ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องของการจัดการพนักงานในเรื่องของการฝึกอบรมพนักงานให้มีไหวพริบในการบริการ สามารถให้ข้อมูลผู้ใช้บริการได้ทุกส่วน ใช้คำพูดที่ดีในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ เรื่องของการรับประกันสินค้าควรให้ความเชื่อมั่นว่าสินค้าที่ผู้ใช้บริการส่งนั้น จะถึงมือผู้รับในระยะเวลาที่กำหนดไว้ และหากสินค้าไม่ได้ถึงในเวลาที่กำหนด ก็ควรมีมาตรการในการรองรับ เช่นการแสดงความรับผิดชอบในการให้ส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป และให้บริการในระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้

2. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรฝึกอบรมพนักงานให้พนักงานมีทักษะในการให้บริการ มีทักษะในการสังเกตการณ์ว่าลูกค้ามีความต้องการในเรื่องของอะไร และรีบเข้าไปให้บริการในทันที และหากในสาขาบริการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ก็ควรที่จะหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทุกคน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงตัวแปรของปัจจัยในด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด เพื่อที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นำผลที่ได้มาวางแผน

2. การศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยอาจเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้ใช้บริการขนส่งของแพลซ เอ็กซ์เพรสโดยตรง เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริง รวมถึงความต้องการที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่แตกต่างไป

จากการบริการที่มีอยู่ เป็นการสัมภาษณ์เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ถูกต้องและตรงประเด็นที่สุดมาพัฒนาและปรับปรุง เพื่อที่จะได้การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดีที่สุด และเพื่อเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าเก่าให้จงรักภักดีต่อบริษัท รวมไปถึงได้บริการให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ๆเพิ่มเติมด้วย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่หลากหลาย โดยอาจเก็บจากประชากรที่อยู่ในระแวกอื่นๆ หรือเก็บข้อมูลออนไลน์ในพื้นที่ห่างไกล เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาการบริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

## เอกสารอ้างอิง

กันยากาญจน์ จักร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย*

*สาขามหาวิทยาลัยรังสิต. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 352-364.*

ชรีณี เดชจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.*

ชัยวัฒน์ ยี่วาศรี. (2561). *ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารวิทยาศาสตร์สังคมแบบบูรณาการ. คณะวิทยาศาสตร์สังคมและมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*

อัครมาวดี โฆษิตานนท์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (14th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.