



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร
The Factors effect of decision to select service for freight forwarder company population in
the municipality at Sakon Nakhon

กาญจนาภรณ์ นิลจินดา¹ นันทิยา ผิวงาม² นันทกาญจน์ เกิดมาลัย³ ฐาพร แนนชิด⁴

E-mail: k.ninchinda@gmail.com

โทรศัพท์: 0898427972

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เทคนิคการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร ประกอบด้วยปัจจัย ทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จุดให้บริการที่เข้าถึงง่าย การตรวจสอบเช็คสถานะของพัสดุ ความรวดเร็วและทันเวลาเป็นสิ่งสำคัญ 2.ด้านราคา การกำหนดราคาบริการที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มค่า อัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ 3. ด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มองในเรื่องของ สีและเอกลักษณ์ ความโดดเด่นและการมองเห็นของตัวแทนบริษัทขนส่ง รวมถึงคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการขนส่ง และ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายในการให้บริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และเรื่องของการให้บริการ ส่วนลดในการให้บริการ

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, การขนส่ง, การใช้บริการ

Abstract

The aim of this research was to examine the market mix elements that influence the choice to utilise freight forwarding businesses among the population in Sakon Nakhon Municipality. Mean and variability

The research findings indicate that there are four criteria that influence the decision to utilise a freight forwarding company among the populace in Sakon Nakhon Municipality. 1. Channels of distribution Convenient service locations Verifying the current status of the package Efficiency and punctuality are crucial. 2. The cost is the primary factor in determining whether to utilise the service. Competitive charges that align with high standards of quality and service 3. The product is assessed based on its colour and distinctiveness. The prominence and visibility of shipping company agents, as well as the characteristics of the packaging materials utilised for transit. as is the fourth factor, promotion. The service offers multiple payment sources, which include public relations through various media, service-related inquiries, and discounts on services.

Keywords: Decision to select service , Transportation , Use the service

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

³ ตำแหน่งอาจารย์ หน่วยงานสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จังหวัดสกลนคร

ความเป็นมาของปัญหา

สถานการณ์ในปัจจุบันการขนส่งสินค้าของธุรกิจขนส่ง มีความสำคัญเหมือนกันกับองค์กรธุรกิจ อื่น ๆ ด้วยลักษณะของการดำเนินกิจการที่ต้องมีการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าปลายทาง ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามกระแสโลกาภิวัตน์ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์กำลังเติบโตและเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันบริษัทขนส่งสินค้าเอกชน สนใจลงทุนในธุรกิจประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น เช่น Kerry Express, DHL Express, FedEx, SCG Express, Flash express, J&T express และอื่น ๆ ทำให้เกิดการแข่งขันภายในธุรกิจประเภทนี้สูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามการส่งมอบสินค้าจากผู้ขายให้ถึงมือผู้บริโภคนั้น ยังคงต้องพึ่งพาบริษัทขนส่งสินค้า ซึ่งธุรกิจขนส่งสินค้ามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะการเติบโตของตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ธุรกิจขนส่งสินค้าเติบโตควบคู่ไปด้วย (สาวิตรี รินวงษ์, 2560)

ในประเทศไทยมีการแข่งขันการให้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ใช้บริการ ตามความต้องการและขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้นจากธุรกิจออนไลน์ อย่างไรก็ตามในการเลือกใช้บริการนี้จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากปัญหาที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ที่พบเจอคือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าที่มีความหลากหลาย สภาพของสินค้าเมื่อถึงปลายทางไม่เหมือนเดิม เกิดความล่าช้าจากการทำงานของงานของการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ไม่เหมาะสม และช่องทางการติดต่อสื่อสารกับทางบริษัทเข้าถึงได้ยาก ทำให้ผู้ให้บริการต้องประสบปัญหาการให้บริการขนส่งสินค้าเกี่ยวกับสภาพปัญหาดังกล่าว ส่งผลกระทบถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการ ในทางเดียวกันผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจะเกิดความไม่พอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้ากับทางบริษัทขนส่งและอาจทำให้เลิกใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดิม ซึ่งเป็นเหตุให้ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงการให้บริการกับผู้ให้บริการอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้ให้บริการมีความหลากหลาย ทำให้บริการขนส่งสินค้าจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่สูงขึ้น เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการรายนั้น ๆ ต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร โดยทำการวิจัยในส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัทขนส่งของลูกค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับบริษัทขนส่งสินค้า สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในความไว้วางใจที่จะใช้บริการแก่บริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร รวมทั้งจะได้รับทราบถึงปัญหาที่ควรจะต้องปรับปรุงจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้เทคนิคการวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวน 400 คน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์และหาข้อมูลทางสถิติ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวน 400 คน

2.1 ประชากร

ประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร มีจำนวนประชากรทั้งหมด 51,165 คน (งานวิเคราะห์นโยบาย แผนฝ่ายยุทธศาสตร์ แผนงานกองยุทธศาสตร์ และงบประมาณเทศบาลนครสกลนคร, 2566)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ในเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร, 2558) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วยรายละเอียด 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ชนิด 5 ตัวเลือก โดยเป็นการประมาณค่าเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร ประกอบด้วยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเกี่ยวกับการบริการและพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อความในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและมีการตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากตำรา บทความ เอกสาร รายงาน วารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงแนวความคิดและทฤษฎีที่จะนำมาใช้ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับประชากรเป้าหมายเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.1.1 รวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบที่ละชุดแบบสอบถาม เพื่อพิจารณาความครบถ้วนของคำตอบในแต่ละประเด็น เพื่อนำมาใช้ในการคำนวณทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistic Package for Social Science หรือ SPSS

5.1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร ประกอบด้วยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบบสอบถามเป็นการให้ความสำคัญเรียงลำดับความคิดเห็นตามมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert Scale)

5.1.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อบริษัทขนส่งสินค้าเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตเทศบาลนครสกลนคร ดังนี้

ตารางที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า

ข้อ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1	สีและเอกลักษณ์ของบริษัทขนส่งสินค้ามีความโดดเด่นและสังเกตได้ง่าย	4.08	0.78	มาก
1.2	บรรจุภัณฑ์มีความทนทานและมีคุณภาพ	3.92	0.78	มาก
1.3	ความสะดวกสบายในการให้บริการ	3.87	0.72	มาก
1.4	มารยาทและความสุภาพ ความเอาใจใส่ของพนักงาน	3.71	0.88	มาก
1.5	บริษัทมีบริการหลังการขาย	3.52	0.89	มาก
1.6	การบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	3.42	1.07	มาก
1.7	บริษัทมีการรับประกันความเสียหายของพัสดุ	3.55	0.89	มาก
1.8	ลักษณะบรรจุภัณฑ์หลังการให้บริการ	3.56	0.88	มาก
รวม		3.70	0.86	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ในเขตเทศบาลนครสกลนครของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณารายชื่อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ สีและเอกลักษณ์ของบริษัทขนส่งสินค้ามีความโดดเด่น และสังเกตได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตารางที่ 2 ด้านราคา ที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า

ข้อ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านราคา				
2.1	อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	3.70	0.67	มาก
2.2	การกำหนดราคาบริการที่เป็นมาตรฐาน	3.85	0.69	มาก
2.3	ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับบริษัทขนส่งอื่น	3.71	0.68	มาก
2.4	ราคาบรรจุภัณฑ์ที่มีเหมาะสม	3.72	0.74	มาก
2.5	ความคุ้มค่าของราคาที่ให้บริการ	3.73	0.74	มาก
รวม		3.74	0.70	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ในเขตเทศบาลนครสกลนคร ของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือการกำหนดราคาค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า

ข้อ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	แปล ผล
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
3.1	บริษัทขนส่งสินค้ามีจุดให้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย	4.18	0.77	มาก
3.2	ช่องทางการติดต่อกับทางบริษัทขนส่งสินค้ามีคุณภาพ	3.96	0.74	มาก
3.3	สามารถตรวจสอบเช็คสถานะของสินค้าหรือพัสดุที่จัดส่งได้	4.12	0.84	มาก
3.4	จัดส่งพัสดุได้รวดเร็วทันเวลาตามที่กำหนด	3.58	1.01	มาก
3.5	ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางที่หลากหลาย	3.69	0.97	มาก
3.6	ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าท่านจะหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.71	0.97	มาก
3.7	ระบบที่ใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น Application, Website	3.84	0.82	มาก
รวม		3.87	0.87	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ในเขตเทศบาลนครสกลนคร ของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือบริษัทขนส่งสินค้ามีจุดให้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ตารางที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า

ข้อ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	แปล ผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1	มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับโปรโมชั่นหรือข่าวสาร	3.83	0.79	มาก
4.2	มีการแนะนำกระบวนการจัดส่งสินค้าเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย	3.66	0.89	มาก
4.3	มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	3.90	0.86	มาก
4.4	มีส่วนลดในการใช้บริการ	3.20	1.33	มาก
4.5	มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.74	1.01	มาก
รวม		3.66	0.97	มาก



จากตารางที่ 4 พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนครของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือมีช่องทางทางการเงินที่หลากหลาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ตารางที่ 5 ผลการสำรวจข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม	
ปรับปรุงเรื่องการให้บริการของบริษัทขนส่ง	25
เพิ่มบริษัทขนส่งสินค้าให้กระจายตัวมากขึ้น	19
รวม	34

จากตารางที่ 5 พบว่าข้อเสนอแนะ คือ ปรับปรุงการให้บริการของบริษัทขนส่ง และเพิ่มบริษัทขนส่งสินค้าให้กระจายตัวมากขึ้น

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทขนส่งสินค้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐาปณี แก้วเสนห์ใน (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้บริการ บริษัทจะต้องรักษา มาตรฐาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามแผนกลยุทธ์การตลาดที่วางไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และได้มีวิธีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า แบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพราะผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจเล็งเห็น ถึงความสำคัญในการนำจุดแข็งของกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านต่าง ๆ มาช่วยสร้างการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้ผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าซ้ำ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันสมัยเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทขนส่งสินค้าในเขตเทศบาลนครสกลนคร

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทขนส่งสินค้า พบว่า ปัจจัยเรื่องสีและเอกลักษณ์ของบริษัทขนส่งสินค้ามีความโดดเด่นและสังเกตได้ง่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยเรื่องบรรจุกฎที่มีคุณภาพและมีคุณภาพมีระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุดได้แก่ ปัจจัยเรื่องบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง

ด้านราคา จากการสำรวจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทขนส่งสินค้า พบว่า ปัจจัยเรื่องกำหนดราคาบริการที่เป็นมาตรฐาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากที่สุด

รองลงมาคือปัจจัยเรื่องความคุ้มค่าของราคาที่ให้บริการมีระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุดได้แก่ ปัจจัยเรื่องอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จากการสำรวจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทส่งสินค้า พบว่า ปัจจัยเรื่องบริษัทขนส่งสินค้ามีจุดให้บริการที่เข้าถึงได้ง่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยเรื่องสามารถตรวจเช็คสถานะของสินค้าหรือพัสดุที่จัดส่งได้มีระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุดได้แก่ ปัจจัยเรื่องจัดส่งพัสดุได้รวดเร็วทันเวลาตามที่กำหนด

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสำรวจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทส่งสินค้า พบว่า ปัจจัยเรื่องมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับโปรโมชั่นหรือข่าวสารมีระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุดได้แก่ ปัจจัยเรื่องมีส่วนลดในการใช้บริการ

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการสำรวจข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิดผลจากการสำรวจข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ดังนี้

1. ปรับปรุงเรื่องการให้บริการของบริษัทขนส่ง
2. เพิ่มบริษัทขนส่งสินค้าให้กระจายตัวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้บุคลากรเป็นผู้ให้บริการที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ทางการต้อนรับและมารยาทที่ดี
2. การดูแลพัสดุภัณฑ์เนื่องจากสิ่งที่เป็นประเด็นของบริษัทขนส่งสินค้า พสดุเสียหาย สูญหาย เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ทั้งนี้ ควรปลูกฝังตั้งแต่ตัวพนักงานให้มีความรับผิดชอบและมีศีลธรรม รวมไปถึงการใช้กล้องวงจรปิดเพื่อตรวจสอบ การมีระบบขนย้ายที่ดีและเหมาะสมกับพนักงานเพื่อหลีกเลี่ยงการโยนสิ่งของทำให้เกิดความเสียหายได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาลักษณะข้อมูลบริษัทขนส่งสินค้าในรูปแบบใหม่เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเลือกใช้ของบริษัทขนส่งสินค้าสมัยใหม่ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จุไรพร พินิจชอบ (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของ กลุ่มผู้ค้า อีคอมเมิร์ซในเขต กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร. (2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ญาธิณี เหลืองทรัพย์ทวี (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อ การตัดสินใจ ใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอกซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา. การค้นคว้า อิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐาปนี แก้วแสนหิเน (2564).ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



- ณิชนัน สารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่ง ใน จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(1), 17-25.
- ศิวานนท์ จันทระประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้า ออนไลน์ในเขตภาคกลาง. วารสารการบริหารและการจัดการ, 9(1), 59-79.
- สาวิตรี รินวงษ์. (2560). ยุคเฟื่อง “โลจิสติกส์” ขาขึ้น ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2566. แหล่งที่มา : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/736005>.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2547). การบริหารการตลาด. เอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรการพัฒนาการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์.
- Husda, N.E. & Nurmaliafitrah (2020). Factors Affecting Decisions To Choose Application Based Transportation. Jurnal Manajemen Indonesia (Vol. 20(2), pp. 140-151, 2020).
- JUNG, H., KIM, J. & SHIN, K. (2019). Importance Analysis of Decision-Making Factors for Selecting International Freight Transportation Mode. The Asian Journal of Shipping and Logistics 35(1) (2019), pp. 055-062.
- Mowen, J.C. (1995). Consumer Behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). “Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Further Research.” Journal of Marketing 58 (January): 111-124.