

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด
ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

**Influence on Quality of Service and Marketing Mix (7Ps) Effecting the Service
Usage Behavior of Carrier Companies J&T Express in Pathum thani Province**

กมลชนก หมี่ปาน (Kamolchanok Meeapan)¹ กนกพร ชัยประสิทธิ์ (Kanokporn Chaiprasit)²

Received: April 22, 2021

Revised: June 24, 2021

Accepted: June 26, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่แบบ Independent การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจ แอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

ในส่วนของคุณภาพการให้บริการบริษัทขนส่ง ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจ แอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการขนส่ง ส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Abstract

The purpose of this study was to study the influence of service quality and marketing mix on consumers' decision to use the service of J&T Express Co., Ltd. in Pathum Thani Province.

The sample group used in this study was 400 people who used the service of J&T Express Co., Ltd. in Pathum Thani Province. The questionnaire was used as a data collection tool. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. Independent t-value analysis, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results of the study found that the marketing mix factor (7Ps) in terms of products, distribution channels, personnel, and service processes. Affects the selection of J & T Express

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

MBA. Student, Master of Business Administration Program, Logistics Management.

² อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
Advisor, Independent Study Rajamangqala University of Technology Thanyaburi.

Co., Ltd. of consumers in Pathum Thani province. In terms of the quality of service delivery companies' credibility customer response customer trust and knowing and understanding customers and the decision to choose the service of J & T Express Co., Ltd. of consumers in Pathum Thani province statistically significant at the .05 level

Keywords: quality of transport services, marketing mix, service decision

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันในโลกออนไลน์มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตมากยิ่งขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่ต่างใช้โซเชียลมีเดียในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์และเทคโนโลยีการสื่อสารแบบพกพาหรือโทรศัพท์มือถือ ที่มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเข้ามามีปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตให้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการสื่อสารที่ง่ายมากขึ้น การใช้ชีวิตสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้จะเข้ามาช่วยเหลือและแก้ปัญหา สามารถใช้ชีวิตได้ง่ายมากยิ่งขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้คนปัจจุบันหันมาเลือกใช้บริโภคสินค้าและบริการทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยธุรกิจออนไลน์ต่าง ๆ ภายในประเทศนั้นมีการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเลือกใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในการเป็นตัวขับเคลื่อนดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจออนไลน์ (เปรมกมล หงษ์ยนต์, 2561)

ด้วยเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปในปัจจุบันมากยิ่งขึ้นจึงส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนไปจากเดิม จึงส่งผลต่อธุรกิจที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ธุรกิจที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการตลาดออนไลน์มากขึ้น หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ การนำเสนอขายสินค้าและ

บริการการสื่อสารให้แก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น

การตลาดออนไลน์มีจุดเด่นหลัก ๆ ก็คือ ความรวดเร็วในการซื้อสินค้า ความสะดวกสบายในการใช้บริการ และการทำธุรกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์ในการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เพียงแค่มีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันก็สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลหรือสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย รวมถึงรูปแบบการใช้งานที่สามารถซื้อขายกันได้แบบ 24 ชั่วโมง โดยไม่มีขีดจำกัดในเรื่องของเวลา อยู่ที่ไหนก็สามารถเข้าถึงสินค้าและข้อมูลได้ ในปัจจุบันถ้าหากกล่าวถึงเรื่องเว็บไซต์หรือตลาดออนไลน์ในประเทศไทยเป็นเว็บไซต์แรก ๆ จะมีเว็บไซต์ลาซาด้าที่เราเคยได้ยิน มักจะถูกพูดถึงอยู่บ่อย ๆ ถ้าหากพูดถึงธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย และลาซาด้าที่กำลังขยายตัวทางการตลาดออนไลน์ ประกอบกับการที่ลาซาด้ามีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ พร้อมทั้งมีการส่วนลดออกมามากมายให้กับผู้บริโภคออนไลน์ โดยการตลาดออนไลน์ ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จากการขยายตัวของตลาดออนไลน์ หรือ E-Commerce ส่งผลให้ธุรกิจโลจิสติกส์การขนส่งหรือธุรกิจขนส่งพัสดุมีความสำคัญต่อการซื้อขายออนไลน์เป็นอย่างมาก ในปัจจุบันจึงมีผู้ประกอบการหลายรายดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่งพัสดุภายในประเทศ ดังนั้น จึงเกิดบริษัทขนส่งพัสดุภายในประเทศมีมากขึ้น มีการแข่งขันกันในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านราคา ความรวดเร็ว และคุณภาพการให้บริการ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด โดยบริษัทขนส่งแต่ละแห่งจะมีการออกกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดขายและนำเสนอต่อผู้ค้าออนไลน์ มูลค่าตลาดของธุรกิจขนส่งพัสดุของไทยในปี พ.ศ. 2563 มีแนวโน้มเติบโตถึง 35% จากปี พ.ศ. 2562 (กมลมาลย์ แจ็งล้อม, 2563) ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน สารพัดแบรนด์ทั้งสี่ล้อ สองล้อ และที่ดังมากกว่า 1 สาขาในทำเลที่ใกล้ ๆ กัน หรือห่างกันไม่มาก คงเป็นที่คุ้นตาของใครหลายคนอย่างแน่นอน สถานการณ์เช่นนี้เป็นผลมาจากกาขยายตัวของ 'ตลาดอีคอมเมิร์ซ' มูลค่ามหาศาลกว่า 3.22 ล้านบาท ซึ่งเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งเฉลี่ยปีละกว่า 8-10% ธุรกิจขนส่งพัสดุ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด จึงติดตลาดได้อย่างรวดเร็ว เพราะเนื่องจากมีจุดแข็งในด้านราคา ถ้า

เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น ๆ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการชิงสมรภูมิตลาดขนส่ง ลงทุนเฟสแรก 2.5 พันล้าน รับ E-Commerce ชูจุดเด่นส่ง 365 วันไม่มีหยุดส่งพื้นที่ห่างไกล ราคาเริ่ม 35 บาท ตั้งเป้าว่าจะขยายสาขาให้ถึง 1,000 สาขาทั่วประเทศ เฉลี่ย 1 อำเภอต่อสาขา ศูนย์กระจายสินค้า 15 แห่ง พนักงานมากกว่า 10,000 คน การเติบโตของธุรกิจขนส่งมาจากตลาดอีคอมเมิร์ซและมาร์เก็ตเพลสบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่เติบโตขึ้น บริษัทจึงมองว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด จะเป็นลูกค้าที่ขายของออนไลน์ ลูกค้าที่เป็นผู้ชายจากข้อปี และลูกค้าชาจจรทั่วไป

จากเหตุผลที่ได้กล่าวไว้นั้น เนื่องจากบริษัท J&T มียอดการขนส่งเป็นอันดับ 2 รองจากไปรษณีย์ไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการขนส่งและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเลือกใช้บริการขนส่งและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ปรับปรุงหรือวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการขนส่ง เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาจากประชาชนที่ใช้บริการขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนโดยประมาณ 400 ราย คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้จากสูตรของ Cochran (1977)

2. เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ระหว่างเดือน สิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2563 เป็นเวลา 3 เดือน

3. สถานที่เก็บข้อมูล คือ ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานของการวิจัย (Hypothesis)

1. ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการขนส่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด
3. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด

วิธีการดำเนินการวิจัย (Methodology)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมี 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพ ลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) มีตัวเลือกให้เลือกตอบ (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการขนส่งที่มีผลต่อการใช้บริการบริษัทขนส่ง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็นระดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps) ของบริษัทขนส่งที่เลือกใช้บริการ ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็นระดับ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ และกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็นระดับ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลจาก เอกสาร บทความ ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ และรายงานผลการวิจัย เพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการทำแบบสอบถามเก็บข้อมูล

2. สร้างแบบสอบถาม คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคนในจังหวัดปทุมธานี

3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อให้ข้อเสนอแนะและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงมากขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือน สิงหาคม ถึงเดือน ตุลาคม 2563 โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่ใช้บริการบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ด้วยตนเอง ในแต่ละเขตอำเภอในจังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 7 อำเภอ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในจำนวนที่เท่า ๆ กันในแต่ละอำเภอ

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสาขา โดยผู้วิจัยทำการขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากสาขาที่ได้สุ่มตัวอย่างไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและสามารถตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามผู้วิจัยจึงใช้คำถามเพื่อคัดเลือก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การหาค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ของสิ่งที่เลือกใช้บริการ ใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการขนส่งที่เลือกใช้บริการ ใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของบริษัทขนส่งที่เลือกใช้บริการ ใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทขนส่งที่เลือกใช้บริการ การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

1. เป็นการวิเคราะห์ เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

2. วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยใช้วิธีทดสอบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

แบบปกติ (Enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Interval) ร้อยละ 95

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมา คือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 มีต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดมีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดมีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา คือ มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 มีรายได้ 25,000 – 35,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีรายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด มีรายได้ 43,001 - 45,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ ประกอบ

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านต่างๆ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

จำแนกตามด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขนส่ง ด้านความเป็นรูปธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แบบครบวงจรเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.694 รองลงมาคือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.684

จำแนกตามความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำสามารถตรวจสอบสถานะได้ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.764 รองลงมาคือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการบริการน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.805

จำแนกตามด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขนส่ง ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็น

รายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจ แอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจ แอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีขั้นตอนการบริการที่ไม่ยุ่งยาก และได้รับความสะดวกสบายจากการขนส่งเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.778 และค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.830 รองลงมา คือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ 0.818

ด้านให้การเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานมีมารยาทและปฏิบัติต่อลูกค้าดีในการให้บริการ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.22 และ 0.759 รองลงมา คือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานมีการตอบสนองทางด้านความต้องการของลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ 0.724 ตามลำดับ

จำแนกตามด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และพนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.745 และค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.715 รองลงมา คือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานมีใจรักในงานบริการและเข้าใจลูกค้า และมีพนักงานดูแลเอาใจใส่เมื่อมาเข้ารับบริการในแต่ละสาขา มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.747 และค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.697

ข้อมูลเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) จำแนกตามด้านต่างๆ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.1160 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการจัดจำหน่ายของและกล่องใส่พัสดุหลากหลายขนาด เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.637 รองลงมาคือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพัสดุส่งถึงมือลูกค้าได้ในเวลาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.949

จำแนกตามด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่า เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีราคาค่าบริการที่หลากหลายตามความต้องการ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.755 รองลงมาคือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.759

จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีทำเลที่ตั้งสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821 รองลงมาคือ

บริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีช่องทางการติดต่อพัสดุได้หลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.790

จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.05 และ 0.779 รองลงมาคือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการโฆษณาผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 0.830 ตามลำดับ

จำแนกตามด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.1395 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานให้บริการด้วยถ้อยคำสุภาพและพูดจาไพเราะ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.756 รองลงมา คือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีพนักงานมีใจรักในงานบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.686

จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการติดตั้งตอนการใช้บริการให้ลูกค้าเข้าใจ เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.718 รองลงมา คือ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีอุปกรณ์ต่างๆ มีเพียงพอ เช่นปากกา สก๊อตเทป เชือกกาว มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ 0.723

จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีขั้นตอนการติดตามพัสดุได้ที่เว็บไซต์บริษัทขนส่ง เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.797 รองลงมา คือบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีขั้นตอนให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีขั้นตอนรองรับการแก้ไขปัญหาพัสดุดกหลง มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.818 และ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.780

ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

จำแนกตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระดับความเห็นต่อด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ย 4.0890 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเห็นว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ท่านคิดว่า บริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด มีบริการสามารถตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ตรงตามความต้องการของท่าน เป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ 0.789 รองลงมา คือ ท่านมีความเห็นอย่างไรในอนาคตที่จะกลับมาใช้บริการของบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด และแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.756

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน One-Way Anova ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง

ลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี และลักษณะส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์อิทธิพลของด้านคุณภาพการให้บริการขนส่ง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยใช้วิธีทดสอบพหุระดับถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) แบบปกติ (Enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Interval) ร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของด้านคุณภาพการให้บริการขนส่ง กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Sig. = .009) การตอบสนองลูกค้า (Sig. = .000) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Sig. = .000) และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Sig. = .000) ร้อยละ 69.8 ($R^2 = 0.698$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30.2 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม (Sig. = .633) โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.37399 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .398 โดยสามารถแบ่งเป็นรูปแบบสมการได้ สรุปได้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการขนส่งในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์อิทธิพลของด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยใช้วิธีทดสอบพหุระดับถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) แบบปกติ (Enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Interval) ร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของด้านส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = .000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = .000) ด้านบุคลากร (Sig. = .023) และด้านกระบวนการให้บริการ (Sig. = .003) ร้อยละ 81.5 ($R^2 = 0.815$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 18.5 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านราคา (Sig. = .337) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig. = .943) และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานใน

การพยากรณ์ เท่ากับ 0.29308 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .522 โดยสามารถแบ่งเป็นรูปแบบสมการได้ สรุปได้ว่าด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งของ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงสมร เนียมมันต์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (จตุจักร) และสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี) พบว่า ผู้ที่ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (จตุจักร) และสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี) เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำเหร่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน

ผลการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริโภคที่เลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อด้านเจ้าหน้าที่รับฝาก เป็นค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิต อินทร (2553) ซึ่งศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการที่สาขาไปรษณีย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้บริการฝากส่งไปรษณีย์มากที่สุด และ

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุรินทร์ แพรกสงฆ์ (2554)

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2004) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดนั้น เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการ และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อหรือการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค จะประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ และดังที่ สุดาดวง เรื่องรุจิระ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั้นเราสามารถควบคุมได้ เพราะเราใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการขนส่ง ด้านความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตลอดจนมีการเพิ่มคุณภาพการทำงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในทุก ๆ ด้านของการบริการทางด้านขนส่งได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และช่วยให้กระบวนการทำงานของพนักงานที่ให้บริการมีความเป็นระบบ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ทุกด้านส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เพื่อให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ถ้าทุกด้านสอดคล้องกัน จึงเป็นผลดีกับกระบวนการให้บริการที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กมลมาลย์ แจ็งล้อม. (2563). *TRANSPORT & LOGISTICS 2020: อีไอซีวิเคราะห์ธุรกิจขนส่งพัสดุในปี 2020 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้นจากแรงกดดันด้านราคา*. จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/6563>.

ดวงสมร เนียมมันต์. (2556). *พฤติกรรมการใช้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (จตุจักร) และสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี)*. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นฤมล พันธุ์เตี้ย. (2558). *“พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ”* สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.

บุรินทร์ แพรกสงฆ์. (2554). *คุณภาพบริการที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี* วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เปรมกมล หงษ์ยนต์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาชาต้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

วิจิต อินทร. (2553). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

สุดาดวง เรื่องรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.

เอกสิทธิ์ สันติภาพ และคณะ. (2558). *การวัดคุณภาพการบริการโลจิสติกส์โดยวิธี P-TRANSQUAL กรณีศึกษา: รถโดยสารระหว่างประเทศไทย-หลวงพระบาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th edition). New Jersey: Asimmon & Schuster.

Kotler, P. 2004. *Marketing Management. Eleven Edition*. NY: Pearson Education, Inc.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.