

คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19
ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ
SERVICE QUALITY OF PREVENTING AFTER THE SPREAD OF
THE COVID-19 VIRUS IN THE PARCEL DELIVERY SERVICE
BUSINESS

กฤษณะ ดาราเรือง¹, สรพงษ์ ศรีเดช², พนิดา นิมวัฒน์³, ชุติมา พราหมณ์นันท์⁴
Kritsana Dararuang¹, Sorapong Sridech², Panita Nimwat³, Chutima Pramanamun⁴

Received: December 22, 2023, Revised: February 14, 2024, Accepted: April 18,
2024

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ 2) ศึกษาคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชน

¹ คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management. Chaopraya University. Corresponding Email: kritsana_cpu@hotmail.com

² คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management. Chaopraya University. Email: so_sri1979@hotmail.co.th

³ คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management. Chaopraya University. Email: panita.nim15@gmail.com

⁴ คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management. Chaopraya University.

ผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ ค่า F-test (One-way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้บริการระหว่าง 1 – 5 ปี โดยส่วนใหญ่ใช้บริการจากบริษัท Flash Express ระหว่างช่วงเวลา 13.00 - 15.00 น. และส่งสินค้า 1 ครั้ง/วัน มีจำนวนการส่งสินค้าในแต่ละครั้งต่ำกว่า 5 ชิ้น น้ำหนักของพัสดุระหว่าง 500 - 1000 กรัม 2) คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ในการส่งมอบสินค้าของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุที่มีเพศ และอายุ แตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ, การป้องกันหลังการแพร่ระบาด, โควิด 19

Abstract

The objectives of this research study are 1) To study the behavior of users of the parcel transportation service business. 2) To study the quality of services preventing the spread of the COVID-19 virus in the parcel transportation service business. 3) To compare the opinions of Service users regarding the quality of services in prevention after the spread of the COVID-19 virus in the parcel delivery service business classified by personal status. The sample group used in the research was 400 people who used parcel delivery services in Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and analysis of the significance of the arithmetic mean using F-test (One-way ANOVA)

The results of the study found that 1) Most users of the parcel delivery service business have experience in using the service between 1 - 5 years, with the majority using the service from Flash Express between 1:00 p.m. - 3:00 p.m. and delivering goods one time per day, the number of deliveries at a time is less

than five pieces, the weight of the package is between 500 - 1000 grams. 2) Quality of service in prevention after the spread of the COVID-19 virus. Overall, the level of product delivery in the parcel delivery service business is at high levels. 3) Users of the parcel delivery service business have different genders, ages, occupations, educational qualifications, and statuses. There is no difference in opinions on the quality of services in prevention after the COVID-19 virus outbreak in delivering goods in the parcel delivery service business.

Keywords: parcel delivery service business, post-epidemic prevention, COVID-19

บทนำ

ท่ามกลางการแพร่ระบาดของ COVID – 19 ตลาดขนส่งพัสดุไทย (Parcel Delivery) ในช่วงปี 2562 – 2564 มีการเติบโตในระดับสูงโดยมีมูลค่ากว่า 9.1 หมื่นล้านบาทในปี 2564 โดยเฉพาะจากปริมาณการขนส่งพัสดุที่เร่งตัวขึ้น สืบเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ หรือ E – Commerce มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในช่วงที่มีการกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ตั้งแต่มาตรการลดการเดินทาง มาตรการปิดสถานที่เสี่ยงชั่วคราว จนถึงมาตรการล็อกดาวน์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น และบางรายต้องปรับรูปแบบการทำงานจากสถานที่ทำงานเป็นการทำงานที่บ้าน (work from home) ได้ทำให้ผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับผลกระทบจากมาตรการเหล่านี้ด้วยการเข้าสู่โลกดิจิทัลมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือ E – Commerce อีกทั้ง ยังมีผู้ผันตัวไปเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมให้ตลาด E – Commerce เติบโตสูงขึ้น โดยในปี 2562 – 2564 มูลค่าตลาด E – Commerce เติบโตราว 46% และในปี 2565 มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุในไทยยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าประมาณ 1.06 ล้านบาท และมีปริมาณขนส่งพัสดุเพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 7 ล้านชิ้นต่อวัน จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและมีความคุ้นชินและพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นจนกลายเป็น New normal ของผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2565)

แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะมีแนวโน้มดีขึ้นจากอัตราการฉีดวัคซีนที่เพิ่มสูงขึ้นและการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด อีกทั้ง ภาครัฐเตรียม

เปลี่ยนผ่านการระบาดของโรค COVID-19 สู่การเป็นโรคประจำถิ่น จะทำให้การใช้ชีวิตกลับสู่สถานการณ์ปกติมากยิ่งขึ้นแต่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงและคุ้นชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นด้วยเหตุผลที่หลากหลาย เช่น ความสะดวก ความรวดเร็ว ความหลากหลายของสินค้า และราคาที่ดึงดูด ส่งผลให้กลายเป็น new normal ของผู้บริโภค และในขณะเดียวกันการแข่งขันและการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ในธุรกิจบริการขนส่งพัสดุก็มาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จึงเป็นมิติที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และการแข่งขันของธุรกิจ (Moslehpouret al., 2017)

Peter and Donnelly (2004) กล่าวถึงเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ การสร้างความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ทั้งนี้ ตัวแปรคุณภาพการให้บริการได้รับความสนใจในการศึกษาในหลายหลายองค์กร เช่น งานวิจัยของ ยูพิน บุตะเขี้ยว และรัชดา ภักดียิ่ง (2566: 119) ได้ทำการศึกษาวิจัย ความปกติใหม่ (New normal) ของคุณภาพบริการของสำนักทะเบียน อำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ โดยผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการรูปแบบความปกติใหม่อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเข้าใจและการรับรู้ความต้องการของคุณภาพบริการ และงานวิจัยของ วรณลักษณ์ อภินาวิน (2565: 43) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการให้บริการขนส่งพัสดุ กรณีศึกษา บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาบางปู ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักของคุณภาพการให้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ และจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ในปัจจุบัน ตลอดจนภาวะหลังการแพร่ระบาดของ COVID -19 จึงเป็นที่น่าสนใจว่าคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ มีสภาพการดำเนินการเป็นอย่างไร ซึ่งผลของการวิจัยจะสามารถนำข้อมูลไปสู่การปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพส่วนบุคคลมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็น ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรของ Krejcie and Morgan (1970) จำนวน 400 คน โดยมีความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ซึ่งสามารถแทนจำนวนประชากรได้ 100,000 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสารทางวิชาการ แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scales) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้

บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ และตอนที่ 3 คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ทั้งนี้ ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) โดยผลการตรวจสอบได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67-1.00 และดำเนินการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำไปลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงหรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟา (Alpha-reliability Coefficient) เท่ากับ .928

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ ค่า F-test (One-way ANOVA) เมื่อพบว่าการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติจึงเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการของ LSD (LSD's Method)

ผลการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 78.80 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.00 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.20 มีประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ระหว่าง 1 – 5 ปี โดยใช้บริการจากบริษัท FLASH EXPRESS มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.20 รองลงมาคือ KERRY EXPRESS คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยใช้บริการในช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น. มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือช่วงเวลา 09.00 – 11.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.20 ตามลำดับ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้ง/วัน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ 1-5 ครั้ง/เดือนคิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ และจำนวนชิ้นที่จัดส่งส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 79.80 รองลงมาคือ 5 – 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.20 และ 11 – 20 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ โดยน้ำหนักของพัสดุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500 – 1,000 กรัม คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมาคือ น้ำหนักไม่เกิน 500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 39.80 และ น้ำหนักระหว่าง 1,001 – 5,000 กรัม คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ พบว่า คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.60) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ ด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.67) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้	4.11	0.65	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.10	0.65	มาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	4.15	0.68	มาก
ด้านการเอาใจใส่	4.12	0.67	มาก
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.10	0.70	มาก
รวม	4.11	0.60	มาก

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของ LSD (LSD's Method) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นแตกต่างกับเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3

3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการให้ความเชื่อมั่นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของ LSD (LSD's Method) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36 – 35 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2 และ ตารางที่ 4

3.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19	จำแนกตามเพศ		จำแนกตามอายุ		จำแนกตามอาชีพ		จำแนกตามระดับการศึกษา	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.15	0.04*	0.42	0.79	1.58	0.17	1.32	0.27
ด้านการตอบสนองความต้องการ	1.20	0.30	1.66	0.16	1.01	0.41	1.02	0.38
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	0.83	0.44	2.53	0.04*	1.15	0.33	0.89	0.44
ด้านการเอาใจใส่	0.15	0.86	1.87	0.12	1.17	0.32	0.61	0.61
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.30	0.74	1.73	0.14	.58	0.71	0.31	0.82
รวม	0.74	0.48	1.52	0.19	1.09	0.37	0.54	0.65

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{X}	เพศ		
		ชาย	หญิง	เพศทางเลือก
		4.22	4.06	3.93
ชาย	4.22	-	.021*	.135
หญิง	4.06	-	-	.515
เพศทางเลือก	3.93	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		15 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป
15 – 25 ปี	4.19	-	.019*	.292	.307	.114
26 – 35 ปี	3.90	-	-	.019*	.395	.546
36 – 45 ปี	4.36	-	-	-	.130	.056
46 – 55 ปี	4.05	-	-	-	-	.296
56 ปีขึ้นไป	3.70	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุระหว่าง 1 – 5 ปี และใช้บริการบริษัท FLASH EXPRESS มากที่สุด ในช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น. และใช้บริการ 1 ครั้ง/วัน ซึ่งจำนวนชิ้นที่จัดส่งส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5 ชิ้น มีน้ำหนักของพัสดุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500 – 1,000 กรัม ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนส่งพัสดุในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหลักจากการซื้อขายสินค้าในระบบ e-commerce และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ กฤษณา เครือชาลี (2563: 10) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอร์รี่ เอกซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลของการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอร์รี่ เอกซ์เพรส บริษัทไปรษณีย์ไทย และ Flash Express โดยมีความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้ง ในการจัดส่งสินค้าทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ กมลมาลย์ แจ็งล้อม และบุญญภาพ ตันติปิฎก (2563) ที่ได้อธิบายว่า ในปี 2563 มูลค่าตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุของไทยมีแนวโน้มเติบโต 35% โดยตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับตลาด e-commerce ที่เติบโตเฉลี่ย 18% ต่อปี สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ สุวัจน์ เพชรรัตน์ และคณะ (2565: 31) ที่ศึกษาวิจัยความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของการใช้บริการขนส่งพัสดุของผู้บริโภคภายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่พบว่า ปัจจุบันแนวโน้มธุรกิจ e-commerce โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัส COVID -19 ทำให้ผู้บริโภคใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นจึงเป็นผลให้ธุรกิจโลจิสติกส์มีการเติบโตที่สูงขึ้นโดยเฉพาะการขนส่งพัสดุ

2. คุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ทั้งในภาพรวมและรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับได้ คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัทผู้ให้บริการขนส่งพัสดุเห็นความสำคัญในการดำเนินการตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อย่างจริงจังจึงทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพในการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุด และพีรณัฐ อินทร์แก้ว (2564: 87) ที่ศึกษาวิจัย นวัตกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุประเทศไทยช่วง COVID -19 ด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง พบว่า คุณภาพ

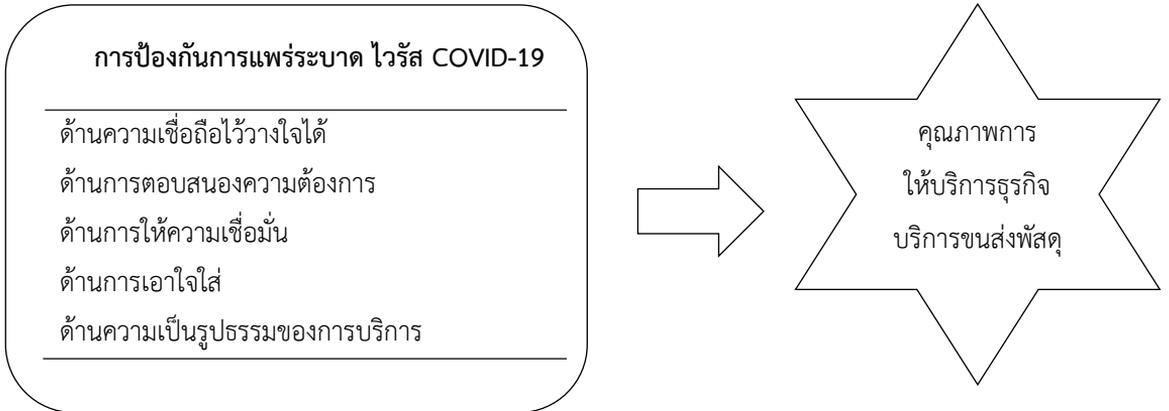
การให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการการขนส่งพัสดุยังเป็นสิ่งที่สำคัญและควรมีการอบรมพนักงานและการปรับปรุงการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และรวมถึงการรักษาประสิทธิภาพให้มีความสม่ำเสมอเป็นมาตรฐานในทุกสาขา และทุกจุดบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพล มอญเพชร (2565: 30) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเนอเรชันวาย โดยพบว่า คุณภาพการให้บริการทั้งรายด้านและในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง/การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ตามลำดับ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ เบญจรัตน์ แก้วรัตน์ อัมพร และคณะ (2566: 7) ที่ศึกษาวิจัย คุณภาพการให้บริการธุรกิจคาเฟ่ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงหลังสถานการณ์ COVID-19 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการหลังสถานการณ์ COVID – 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ

3. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในการป้องกันหลังการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลพบว่า โดยภาพรวมมีความเห็นไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ และอายุแตกต่างกันมีความเห็นต่อด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นแตกต่างกัน ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้รับบริการยังให้ความสำคัญกับการป้องกันหลังการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ถึงแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดจะบรรเทาเบาบางลงกว่าในช่วงปี 2562 มีการแพร่ระบาดอย่างรุนแรง และต่อเนื่องมาถึงปี 2564 ดังนั้น บริษัทธุรกิจบริการขนส่งพัสดุยังคงต้องให้ความสำคัญกับการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 อยู่เสมอเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนวธร หนูแสง และคณะ (2564: 76) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพบริการจากการใช้บริการธุรกิจขนส่งในจังหวัดสงขลา เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการเมื่อจำแนกตามอายุ และระดับการศึกษา

โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศ และระดับการศึกษาต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการเข้าใจและการรับรู้ความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ยุพิน บุตะเชียว และ รัชดา ภัคดียิ่ง (2566: 128) ที่ศึกษาวิจัย ความปกติใหม่ (New normal) ของคุณภาพบริการของสำนักทะเบียน อำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา และประเภทของการรับบริการแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรูปแบบความปกติใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ พัชรिता สำรองทิพย์ และเกวลิน ศีสพิพัฒน์ (2565: 227) ที่ศึกษาวิจัย ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรีในช่วงสถานการณ์โควิด – 19 (2565) โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

องค์ความรู้ที่ได้รับ

คุณภาพการให้บริการเป็นมิติที่ผู้ให้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุสามารถรับรู้ได้ และถึงแม้ปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 จะลดน้อยลง แต่ผู้ให้บริการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนส่งพัสดุสามารถนำ ตัวแปรหรือแนวคิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการเอาใจใส่ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกับมาตรการหรือนโยบายปฏิบัติของธุรกิจในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 หรือโรคอุบัติใหม่ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต



ภาพที่ 1 โมเดลคุณภาพการให้บริการการป้องกันหลังการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานสาธารณสุข และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการติดตาม และตรวจสอบการดำเนินการตามมาตรการ การป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 อย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าปัจจุบันสถานการณ์จะมีความบรรเทาเบาบางลง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจขนส่งพัสดุมีคุณภาพมาตรฐานในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ตลอดจนอาจมีการพิจารณารางวัลเพื่อการประกาศให้แก่บริษัทที่มีการปฏิบัติตามมาตรฐานการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเชิงปฏิบัติ

1. ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุควรให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนประเมินความเสี่ยงเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจในการเผชิญเหตุ และการดำเนินการเพื่อป้องกันการความเสี่ยงที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 หรือโรคอุบัติใหม่
2. ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุควรอบรมทักษะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่พนักงานอยู่เสมอ และทบทวนการดำเนินงานการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 อย่างต่อเนื่องเพื่อให้การให้บริการมีคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีต่อความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการและการใช้บริการซ้ำในธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยเสี่ยงอื่นที่อาจเกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจบริการขนส่งพัสดุเพื่อประโยชน์ต่อการกำหนดแผนการรองรับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ
3. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงกว้างและมีนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ในการเปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา เครือชาลี. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอร์รี่ เอกซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน), 1-18.
- กมลมาลย์ แจ้งล้อม และ ปุญญภาพ ตันติปิฎก (2563). TRANSPORT & LOGISTICS 2020 : อีไอซีวิเคราะห์ธุรกิจขนส่งพัสดุ ในปี 2020 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้นจาก แรงกดดันด้านราคา. สืบค้นออนไลน์เมื่อ 15 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product /6563>
- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และพีรณัฐ อินทร์แก้ว .(2564). นวัตกรรมบริการขนส่งพัสดุ ประเทศไทยช่วง COVID -19 ด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 43 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม - ธันวาคม), 76-94.
- ณัฐพล มอญเพชร. (2565). การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่นวาย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน), 24-39.
- ธนวธร หนูแสง นาดาทาซา เทพอ่อน และวาสนา สุวรรณจิตร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน), 71-79.
- เบญจรัตน์ แก้วรัตน์อะมพร, เชษฐธิดา กุศลลาไสยานนท์ และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์. (2566). คุณภาพการให้บริการธุรกิจค้าแพที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการเพื่อรองรับการ

เปลี่ยนแปลงหลังสถานการณ์ COVID-19. **วารสารมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 43** ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม), 1-14.

พัชรिता สำรองทิพย์ และเกวลิน ศีสพิพัฒน์. (2565). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรีในช่วงสถานการณ์โควิด – 19. **วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 6** ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน), 223 – 230.

ยุพิน บุตะเขี้ยว และรัชดา ภัคดียิ่ง. (2566). ความปกติใหม่ (New normal) ของคุณภาพบริการ ของสำนักทะเบียน อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ. **Journal of Modern Learning Development ปีที่ 8** ฉบับที่ 6 (มิถุนายน), 119-134.

วรรณลักษณ์ อภินาวิน. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมที่ ส่งผลต่อการให้บริการขนส่งพัสดุ กรณีศึกษา บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาบางปู. **Journal of Administrative and Management Innovation ปีที่ 10** ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน), 35 – 46.

ศุภวิชัย เศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (2565). เกษะติดตลาดขนส่งพัสดุ 2022: เร่งปรับตัวและขยายสู่ตลาดใหม่ในวันที่แข่งขันยังรุนแรงต่อเนื่อง. กรุงเทพฯ.

สุวัจน์ เพชรรัตน์ เพชรรัตน์, กาญจนา ปล้องอ่อน, สิริกาญจน์ สีดำ, จักรเกียรติ์ เมธานัย และ ณรงค์ รอบคอบ. (2565). ความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของการใช้บริการขนส่งพัสดุ ของผู้บริโภคภายในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ 7** ฉบับที่ 11 (พฤศจิกายน), 18-36.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Journal of Educational and Psychological Measurement, 30(3):** 607-610.

Moslehpour, M., Wong, W.K., Lin, Y.H., & Nguyen, T.L.H. (2017). Top Purchase Intention Priorities of Vietnamese Low-cost Carrier Passengers: Expectations and Satisfaction. **Eurasian Business Review, 8(4),**371-389.

Peter. P. J. and H. Donnelly. Jr. (2004). **Marketing Management: Knowledge and Skills 7 ed.** New York: McGraw-Hill.