

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่ง พัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย

Comparison of Service Quality and Satisfaction with Parcel Delivery Companies in Thailand on Generation Y Customers

ณัฐพล มอญเพชร¹

Nuttaphol Monphetch

¹คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Faculty of Humanities, Chiangmai University

ได้รับบทความ: 10 กันยายน 2564

ปรับปรุงแก้ไข: 29 เมษายน 2565

ตอบรับตีพิมพ์: 5 พฤษภาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย ที่มีอายุระหว่าง 22-37 ปีที่เคยใช้บริการจากบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่เอ็กซ์เพรส แฟลชเอ็กซ์เพรส และเจแอนท์ทีเอ็กซ์เพรส (ทั้ง 3 บริษัท) จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ที่เก็บจากการทำแบบสำรวจออนไลน์ผ่านฟอร์ม ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 29-32 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการบริษัทขนส่งเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อเดือน โดยปัจจัยในการเลือกใช้บริการคือความสะดวก (มีสาขาที่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน) บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในด้านคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการให้บริการ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, บริษัทขนส่งพัสดุ, เจเนอเรชันวาย

Abstract

The purposes of the research “comparison of service quality and satisfaction with parcel delivery companies in Thailand on generation Y customers” was to compare the service quality and satisfaction of parcel delivery companies in Thailand on generation Y customers. This study was carried out on a sample of 400 customers between the age of 22-37 years old who have been customers of 3 private parcel delivery companies (Kerry Express, Flash Express, and J&T Express) via questionnaires. The data from online questionnaires was analysed into descriptive statistics. The frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing. were used to analyze the data.

The research found that most of respondents were female and unmarried that between the age of 29-32 years old. Most of them graduated with bachelor’s degree. They were employees in private companies and the average monthly income around 20,001-30,000 baht. The frequency of using parcel delivery service were 2-3 times per month. Factors that affect in choosing the service were convenience (branch close to your residence or office). Kerry Express was the highest average score with service quality and satisfaction with service.

Keywords: Service quality, Satisfaction, Parcel delivery companies, Generation Y

บทนำ

เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียในปัจจุบันทำได้ง่ายมากขึ้น (ปทุมดา จิตรภักดี, 2563) และช่องทางเหล่านี้ก็เริ่มมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตามกระแสโลกาภิวัตน์ (จารุพร ตั้งพัฒนกิจ, 2563) รวมถึงเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนนในช่วงเวลาปกติ อีกทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการชำระเงินออนไลน์ที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันนี้ การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (โควิด-19) เป็นไปอย่างกว้างขวาง ผู้คนเริ่มมีวิถีชีวิตปกติใหม่ (New normal) โดยลดความเสี่ยงจากการเดินทางไปในพื้นที่ที่มีผู้คนหนาแน่น จากปัจจัยทั้งหมดนั้นธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์เติบโตเป็นอย่างมากในปี 2563 ซึ่งเติบโตถึงร้อยละ 81 โดยมีมูลค่ามากกว่า 294,000 ล้านบาท (มาร์เก็ตเธียร์, 2564) และเมื่อธุรกิจออนไลน์เติบโตอย่างก้าวกระโดดจึงส่งผลให้ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าเติบโตตามไปด้วย ซึ่งพฤติกรรมซื้อของออนไลน์ในปี 2563 นั้นส่งผลให้ยอดขายจัดส่งพัสดุมีแนวโน้มสูงขึ้นกว่า 4 ล้านชิ้นต่อวัน (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) โดยบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนที่มีหน้าร้านให้บริการที่มีผลประกอบการสูงสุด 3 อันดับแรกในปี 2563 คือ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส มีผลประกอบการอยู่ที่ 19,010 ล้านบาท บริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส 5,050 ล้านบาท และบริษัทแฟลช เอ็กซ์เพรส 2,123 ล้านบาท ตามลำดับ (มาร์เก็ตเธียร์, 2564)

จากรายได้การเติบโตของธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์เติบโตอย่างก้าวกระโดดส่วนหนึ่งนั้นก็มาจากกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มแรงงานหลักในปัจจุบัน โดยกลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y (Gen Y)) คือ การแบ่งกลุ่มประชากรด้วยหลักประชากรศาสตร์ (Demography) ซึ่งคนกลุ่มนี้มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21-37 ปี หรือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงต้นของปี ค.ศ. 1980s จนถึงปลาย ค.ศ. 1990s ถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ซึ่งบุคลิกลักษณะที่สำคัญของคนกลุ่มนี้มักมีความทะเยอทะยาน ความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ และความก้าวหน้าในอาชีพ ต้องการรูปแบบชีวิตที่มีความยืดหยุ่น ต้องการการดำเนินชีวิตที่ท้าทายแสวงหาโอกาสในการทำงาน หรือเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ รวมถึงมีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง ขณะเดียวกันมีแนวคิดที่ยอมรับ

การเป็นคู่รักเพศเดียวกันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจมีผลต่อการสร้างครอบครัวและการมีบุตร (กรมสุขภาพจิต, 2562) และจากการศึกษาของ นนทพร ปันวิเศษ (2561) พบว่าคนเจนเอเรชั่นวาย มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินไปกับการซื้อของเพื่อการอุปโภคบริโภค และนันทนาการและการท่องเที่ยว เฉลี่ยแล้วประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน โดยเฉพาะการซื้อของจากออนไลน์ นอกจากนี้คนเจนเอเรชั่นวายยังใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์นานที่สุดหากเทียบกับคุ่นรุ่นอื่น (สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563)

ด้วยเหตุผลต่างข้างต้นนี้ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้จ่ายผ่านร้านค้าและแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึง “การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย” เพื่อทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย รวมไปถึงเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้นำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนส่งพัสดุได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย

วิธีการดำเนินวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) มีการหาค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลง

ความหมายของค่าเฉลี่ยจากความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 (มาฆมาส กาญจนการ, 2549)

ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่ โดยที่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 22-37 ปี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ 400 คน โดยใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนจึงไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่ชัดเจนแน่นอนได้จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากตาราง Typical Sample Sizes for Studies of Human and Institutional Populations ของ Seymour Sudman (กุลทลี รื่นรมย์, 2549)

เครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้ทั้งคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการ โดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามโดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ที่มีระดับคะแนนจำนวน 5 ระดับ โดยมีจำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ จำนวน 5 ข้อคำถาม และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ จำนวน 8 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ และ

สามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาข้อเสนอเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาต่อไปการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เคยใช้บริการขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจเนอเรชั่นวาย จากทั้ง 3 บริษัท ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 22-37 ปี จำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจเนอเรชั่นวาย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า

ในส่วนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 29-32 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาด้วยช่วงอายุ 25-28 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส และหย่าร้างตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็น ร้อยละ 64.3 รองลงมาด้วยระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาด้วยอาชีพผู้ประกอบการและอาชีพอิสระ รายได้ที่ได้รับต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ

ช่วง 30,001-40,000 บาท จำนวนเฉลี่ยในการใช้บริการบริษัทขนส่งเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือช่วง 1-2 ครั้งต่อเดือน และ 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ปัจจัยในการเลือกใช้บริการคือ ความสะดวก (มีสาขาที่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน) จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาคือ มีสาขาคอลงคลุมความรวดเร็วในการจัดส่ง ความน่าเชื่อถือของบริษัท มีการใช้การส่งเสริมการตลาด และความชื่นชอบ/ประทับใจ ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.04	.756	มาก
การตอบสนอง/การให้บริการแก่ผู้รับบริการ	4.02	.741	มาก
การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ	3.95	.659	มาก
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	4.09	.854	มาก
ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	3.89	.647	มาก
รวม	4.00	.672	มาก

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย ในปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการพบว่า มีค่าคะแนนอยู่ที่ ($\bar{x}$ =4.00) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .672 อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ =4.09) รองลงมาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท การตอบสนอง/การให้บริการแก่ผู้รับบริการการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ แลความเป็นรูปธรรมของการให้บริการตามลำดับ ซึ่งอยู่ระดับมากทุกปัจจัย

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.03	.562	มาก
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4.17	.502	มาก
ราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน	4.30	.942	มากที่สุด
การให้ความเชื่อมั่นด้านราคา	4.25	.864	มากที่สุด
สาขาบริการที่ครอบคลุม	4.36	.790	มากที่สุด
การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	4.19	.886	มาก
ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน	4.08	.533	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่ง	4.28	.912	มากที่สุด
รวม	4.21	.854	มากที่สุด

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่นวาย ในปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ มีค่าคะแนนอยู่ที่ ($\bar{x}$ =4.21) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .854 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยการมีสาขาบริการที่ครอบคลุม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ =4.36) รองลงมาปัจจัยด้านราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน ความรวดเร็วในการจัดส่ง การให้ความเชื่อมั่นด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ตามมาด้วยปัจจัยการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ความพร้อมในการให้บริการของพนักงานการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันตามลำดับ ซึ่งอยู่ระดับมากที่สุดทุกปัจจัย

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					
	Kerry		Flash		J&T	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.22	.689	4.01	.758	3.89	.745
การตอบสนอง/การให้บริการแก่ผู้รับบริการ	4.05	.525	4.02	.621	4.00	.960
การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ	4.12	.603	3.98	.742	3.75	.658
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	4.11	.568	4.06	.887	4.10	.842
ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	3.99	.413	3.88	.863	3.79	.608
รวม	4.10	.572	3.99	.774	3.91	.781

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย ในปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส สูงสุดโดยมีค่าคะแนนอยู่ที่ ($\bar{x}=4.10$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .572 รองลงมาคือ บริษัทแฟลชเอ็กซ์เพรส และบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ตามลำดับ

โดยเมื่อแยกแต่ละบริษัทขนส่งจะพบว่า บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.22$) รองลงมาด้วยปัจจัยการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ การตอบสนอง/การให้บริการแก่ผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ตามลำดับ

ในส่วนของบริษัทแฟลชเอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.06$) รองลงมาด้วยปัจจัยการตอบสนอง/การให้บริการแก่

ผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือของบริษัท การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และความ เป็นรูปธรรมของการให้บริการ ตามลำดับ

และสำหรับบริษัทเจแอนด์ทีเอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.10$) รองลงมาด้วยปัจจัยการตอบสนอง/การให้บริการ แก่ผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ และการให้ ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัย ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น					
	Kerry		Flash		J&T	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.08	.954	4.00	.875	4.00	.654
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4.25	.478	4.15	.659	4.11	.856
ราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน	4.33	.554	4.31	.582	4.25	.654
การให้ความเชื่อมั่นด้านราคา	4.24	.685	4.30	.544	4.21	.722
สาขาบริการที่ครอบคลุม	4.59	.623	4.22	.785	4.28	.700
การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	4.16	.401	4.20	.970	4.20	.869
ความพร้อมในการให้บริการของ พนักงาน	4.13	.805	4.02	.652	4.10	.513
ความรวดเร็วในการจัดส่ง	4.44	.732	4.31	.857	4.08	.611
รวม	4.28	.865	4.19	.574	4.15	.970

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัท ขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย ในปัจจัยด้านคุณภาพ

การให้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่ง เคอรี่เอ็กซ์เพรส สูงสุดโดยมีค่าคะแนนอยู่ที่ ($\bar{x}=4.28$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .865 รองลงมาคือ บริษัทแฟลชเอ็กซ์เพรส และบริษัทเจแอนด์ทีเอ็กซ์เพรส ตามลำดับ

โดยเมื่อแยกแต่ละบริษัทขนส่งจะพบว่า บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านสาขาบริการที่ครอบคลุม ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.59$) รองลงมาด้วยปัจจัยความรวดเร็วในการจัดส่ง ราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้ความเชื่อมั่นด้านราคา การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน และการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

ในส่วนของบริษัทแฟลชเอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน และความรวดเร็วในการจัดส่ง ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.31$) รองลงมาด้วยปัจจัยการให้ความเชื่อมั่นด้านราคา สาขาบริการที่ครอบคลุม การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน และการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

และสำหรับบริษัทเจแอนด์ทีเอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านสาขาบริการที่ครอบคลุม ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ ($\bar{x}=4.28$) รองลงมาด้วยปัจจัยราคาที่ เป็นธรรมและมีมาตรฐาน การให้ความเชื่อมั่นด้านราคา การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน ความรวดเร็วในการจัดส่ง และการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจต่อบริษัทขนส่งพัสดุในประเทศไทยของกลุ่มผู้ใช้บริการเจนเอเรชั่นวาย โดยศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนที่มีผลประกอบการสูงสุดสามอันดับแรก อันประกอบไปด้วยบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส แฟลชเอ็กซ์เพรส และเจแอนด์ทีเอ็กซ์เพรส พบว่าบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในด้านคุณภาพการให้บริการ และ

ความพึงพอใจในการให้บริการ เมื่อเทียบกับบริษัทขนส่งที่เหลือ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่าง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ของทิพย์มณฑา เหล่ากสิกร (2564) ที่พบว่าบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อมากกว่าบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส เพราะการเข้าสู่ตลาด เป็นเจ้าแรก ประกอบกับการมีสาขาที่ครอบคลุมและมากกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ

และเมื่อจำแนกออกเป็นรายบริษัทก็จะพบว่า จากการวิจัยครั้งนี้บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการสูงสุดในด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ ด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของราณี ศรีไพบูลย์ (2563) และ การศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการ การตระหนักรู้ในตราสินค้า กับ ความพึงพอใจด้านราคาของ บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ของปทุมณา จิตรักญาติ (2563) ที่บอกว่าความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการ และในส่วนของปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการพบว่าในวิจัย ครั้งนี้ปัจจัยด้านจำนวนสาขาบริการที่ครอบคลุม เป็นสิ่งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับ การศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ของราณี ศรีไพบูลย์ (2563) ที่บอกว่าการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลานั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ ระหว่าง คุณภาพการบริการ การตระหนักรู้ในตราสินค้า กับความพึงพอใจด้านราคาของ บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ของปทุมณา จิตรักญาติ (2563) ที่พบว่าด้านความโปร่งใสด้านราคาเป็นสิ่งที่มีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งศึกษาเฉพาะ ในส่วนของความพึงพอใจด้านราคาเพียงมิติเดียว

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ในส่วนของบริษัทแฟลช เอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านคุณภาพ การให้บริการสูงสุดในด้านความการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้อง กับการศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง (2564) ที่พบว่าความน่าเชื่อถือของบริษัท

เป็นปัจจัยที่มีผลต่อเรื่องคุณภาพการให้บริการมากที่สุด และในส่วนของปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการพบว่าในวิจัยครั้งนี้ปัจจัยด้านราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน และความเร็วในการจัดส่ง เป็นสิ่งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง (2564) ที่พบว่าการให้บริการที่ตรงเวลาและทันเวลา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อเรื่องความพึงพอใจมากที่สุด

และสำหรับบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส มีปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการสูงสุดในด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ของกมลชนก หมีปาน (2564) ที่พบว่าความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด โดยในประเด็นปัจจัยด้านความพึงพอใจนั้นยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

ข้อเสนอแนะ

ด้านคุณภาพการให้บริการจากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่าปัจจัยการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งการสร้างการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการนั้นจะเป็นปัจจัยที่ส่งต่อการสร้างความประทับใจและก่อให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำในอนาคต โดยอาจจะรวมไปถึงการเกิดความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand loyalty) ได้ในอนาคตเช่นกัน และจะส่งที่ติดปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้นบริษัทควรที่จะจัดให้มีการพัฒนาทางการมีจิตบริการของพนักงาน พร้อมทั้งจะช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ

ด้านความพึงพอใจในการให้บริการจากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่าปัจจัยการมีสาขาบริการที่ครอบคลุม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้น การที่บริษัทมีการเปิดเพิ่มสาขาในการให้บริการหรือเปิดรับตัวแทนในการรับสินค้าในพื้นที่ชุมชนต่างๆ นั้นจะยังเป็นผลดีต่อตัวบริษัทเองที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและสามารถที่จะเพิ่มรายได้ของบริษัท และสำหรับอีกปัจจัยที่ระดับรองลงมาคือ ด้านราคาที่เป็นธรรมและมีมาตรฐาน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้บริษัทตระหนักถึงการตั้งราคาและกำหนดราคาที่เป็นธรรม และสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ เพราะเมื่อใดค่าบริการมีการปรับตัวที่สูงขึ้นอาจจะมีการกระทบต่อบริษัทเองได้ เพราะในตลาดธุรกิจขนส่งเอกชนนั้นมีคู่แข่งที่เข้ามาสู่ตลาดมากมาย และยังมีคู่แข่งดั้งเดิมที่มีฐานลูกค้าและความเชื่อมั่นสูงอย่างบริษัทไปรษณีย์ไทย

จากการอภิปรายผลสำหรับการศึกษาในอนาคต ผู้ที่สนใจศึกษาในเรื่องบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนในประเทศไทย ควรที่จะศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของการให้บริการของบริษัทหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มประชากร หรือการเลือกศึกษาเฉพาะพื้นที่ เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการให้บริการของแต่ละกลุ่มคนหรือกลุ่มพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก หมี่ปาน. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่ง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 10(1), 25-33.
- กรมสุขภาพจิต. (2562). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. กรมสุขภาพจิต.
<https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>
- กุลชลี รื่นรมย์. (2549). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่5). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุพร ตั้งพัฒนกิจ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ และการบอกต่อในการใช้บริการ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 28(3), 1-20.
- ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(1), 17-29.
- ทิพย์มณฑา เหล่ากสิการ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการขนส่งสินค้า และพัสดุดระหว่าง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(1), 45-57.
- นนทพร ปิ่นวิเศษ. (2561). *พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของคนไทยเจเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าแบบอิสระ]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปุณณดา จิตรกัญญาติ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการบริการ การตระหนักรู้ในตราสินค้า กับความพึงพอใจด้าน ราคาของ บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 25(2), 208-223.

มาเก็ตเธียร์. (2564). สรุปลำดับเลขตลาดอีคอมเมิร์ซ 2020 พร้อมเทรนด์ 2021.

<https://marketeeronline.co/archives/207221>

_____. (2564). ตลาดขนส่งพัสดุเดปโต แต่ละแบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์สปีดหนีคู่แข่ง
ทั้ง ‘ราคา-ความเร็ว’. [https://marketeeronline.co/archives/](https://marketeeronline.co/archives/222852)
222852

มาฆมาส กาญจนกร. (2549). “สมรรถนะที่จำเป็นและที่มีอยู่ในปัจจุบันของเภสัชกรซึ่ง
ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขตาม
พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ในเขต ภาคเหนือ” [การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศา
สตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ราณี ศรีไพบูลย์. (2563). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้า
ของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด . ใน ดวงสมร รุ่งสวรรค์โพธิ์ (บ.ก.),
การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11.
(น. 605-611). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. ม.ป.พ.

Author

Mr. Nuttaphol Monphetch

Faculty of Humanities, Chiangmai University

239, Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai Thailand, 50200

Tel: 086-6593530

Email: sci.cnx2@gmail.com, nuttaphol.m@cmu.ac.th