



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2568

ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรี

ของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย

**SATISFACTION IN SERVICE QUALITY OF SERVICE USERS OF PRIVATE
TRANSPORT COMPANIES FOR DELIVERING BAKERY AND PASTRY
IN THAILAND**

อนุรักษ์ ทองขาว^{*1}, สยานนท์ สหุพันธ์², พรรณภัทร แซ่ท้าว³

Anurak Tongkaw^{*1}, Sayanon Sahunan², Phannaphat Saethow³

^{*1}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ออนไลน์) สาขาวิชาการเป็นผู้นำธุรกิจการบริการยุคใหม่
วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา

^{2,3}คณะการจัดการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา

^{*1}Master of Business Administration (Online Program), Next-Gen Hospitality Business
Leadership, Dusit Thani College, Pattaya

^{2,3}Faculty of the Hospitality Management, Dusit Thani College, Pattaya

^{*1}Corresponding Author e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th

(Received: 2025, August 4; Revised: 2025, September 19; Accepted: 2025, September 27)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและเปรียบเทียบความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงโดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคคือ .98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเอฟ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบเชิงซ้อน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ที่ “พึงพอใจ” ในทุก ๆ มิติ และ 2) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยในด้าน การตอบสนองต่อผู้บริการที่รวดเร็ว น้อยที่สุด ดังนั้น บริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยควรพัฒนาบุคลากร



ให้มีความพร้อมและเต็มใจในการให้ข้อมูลต่าง ๆ และพัฒนากระบวนการ และเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการกรณีเร่งด่วน สำหรับการขนส่งสินค้าประเภทเบเกอรี่และเพสตรี

คำสำคัญ: เบเกอรี่และเพสตรี; การขนส่ง; คุณภาพการให้บริการ

ABSTRACT

This research aims to study the level of satisfaction and compare the satisfaction in the service quality of service users of private transport companies for delivering bakery and pastry in Thailand. This research was survey research by collecting data from 400 service users of private transport companies for delivering bakery and pastry in Thailand using stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire that was reviewed by three experts and tested for reliability with a Cronbach's alpha coefficient of .98. The data analysis, according to the objectives of this research, included mean, standard deviation, *F* test, one-way ANOVA of variance, and multiple comparisons test.

The research results found that: 1) The service users of private transport companies for delivering bakery and pastry in Thailand have a satisfaction level of satisfied with the service quality in every dimension. and 2) The service users were satisfied with the service quality of bakery and pastry delivery services provided by private transport companies in Thailand, in terms of the responsiveness, which was the least satisfying. Therefore, private transport companies in Thailand should develop their personnel to be ready and willing to provide various information and develop processes and technologies for the needs of users in urgent cases for delivering bakery and pastry in Thailand.

Keywords: bakery and pastry; delivering; service quality

บทนำ

เบเกอรี่ (bakery) คืออาหารประเภทขนมปัง ซึ่งมีส่วนผสมระหว่างแป้ง ยีสต์ หรือเบกกิ้งโซดา อาจมีการผสมผลไม้และน้ำตาล เช่น บริยอช ขนมปังฝรั่งเศส ขนมปังปอนด์ ครั้วชองด์ เพรดเซล และเพสตรี (pastry) คือเป็นขนมอบที่มีส่วนผสมของแป้ง น้ำตาล ไข่ นม และไขมัน ซึ่งแป้งของเพสตรีจะมีความกรอบร่วนมากกว่าขนมปัง เช่น ชูครีม แป้งพาย มาการอง เค้ก บราวน์ มิลเพย (Le Cordon Bleu Dusit, Online, 2021) ในปัจจุบันตลาดของอาหารประเภทเบเกอรี่มีแนวโน้มที่จะมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยคาดว่าจะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6 ในช่วงปี พ.ศ.2564-2568 เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ มีความสะดวกในการรับประทาน และจัดว่าเป็นอาหารคอมฟอร์ทฟู้ด หรืออาหารที่รับประทานแล้วช่วยให้



รู้สึกสบายใจ มีความสุขอิมเมม และปลอดภัย (DPO International, ออนไลน์, 2568) ธุรกิจเบเกอร์รี่ และเพสตรีนั้นมีทั้งรูปแบบที่เปิดร้าน และรูปแบบที่สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีความสะดวกในการสั่งซื้อและการขนส่ง จากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ที่ผ่านมามีผู้บริโภคที่มีความนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักส่งผลให้การแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน (สถาพร โอภาสานนท์, ออนไลน์, 2563) ทำให้มีบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยเปิดให้บริการจำนวนมาก

การวิจัยครั้งนี้สนใจศึกษาบริษัทขนส่งภาคเอกชนที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย 3 บริษัท คือ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส (J&T express) เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (kerry express) และแฟลช เอ็กซ์เพรส (flash express) (เถาเป่าพวย, ออนไลน์, 2564) ซึ่งในปัจจุบันยังพบปัญหาในการใช้บริการบริษัทขนส่งภาคเอกชนในการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่และเพสตรีอยู่บ่อยครั้ง เช่น สินค้าหมดอายุ สินค้าขึ้นราคาก่อนถึงมือผู้รับจากการส่งที่ล่าช้า เสียหายแตกหัก สินค้าถูกแกะก่อนถึงมือผู้รับ (ทศเดช ปิขวิวิ, ออนไลน์, 2564) และจากงานวิจัยของ ธนภัทท์ ทองน้อย, ปองพล บุญสงค์ และประจักษ์ เฉิดโฉม (2567, หน้า 54-57) ที่พบว่าเคอรี่เอ็กซ์เพรสในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ควรพัฒนาเรื่องคุณภาพและความรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อให้ความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มขึ้น เอกนรี ทุมพล, นันทน์ภัส สว่างการ, ชวลวิทย์ ไตจิต และอาภัสรา ไชยคาม (2566, หน้า 410-411) ที่พบว่าแฟลช เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการบริหารจัดการด้านเวลาในการให้บริการที่ครอบคลุมทุกอาชีพ ให้สามารถเข้าใช้บริการในทุก ช่วงเวลา และฉัตรอ่อน (2568, หน้า 173-174) ที่พบว่าเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ลูกค้า จัดสถานที่ให้เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ สร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า

ดังนั้นจากข้อมูลงานวิจัยและงานวิชาการต่าง ๆ ที่ผ่านมามีการขนส่งสินค้าประเภทของเบเกอร์รี่และเพสตรีผ่านบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย ยังคงต้องพัฒนาการให้บริการเพื่อแก้ไขปัญหาในหลากหลายมิติที่อยู่ในคุณภาพการให้บริการ ดังนี้ การพัฒนาเรื่องคุณภาพของพนักงานและความสมบูรณ์ของสินค้าก่อนถึงมือผู้รับเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ การพัฒนาความรวดเร็วในการให้บริการเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว การพัฒนาให้มีการบริการที่ครอบคลุมช่วงเวลาที่เหมาะสมกับทุกอาชีพเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล และการพัฒนาการสื่อสารและให้ข้อมูลที่ชัดเจนเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากที่กล่าวมาข้างต้นสิ่งที่ควรพัฒนาในการขนส่งสินค้าประเภทของเบเกอร์รี่และเพสตรีผ่านบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย นั้นเป็นเหตุให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำคัญที่สามารถใช้พัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าประเภทของเบเกอร์รี่และเพสตรีได้อย่างตรงจุดและเหมาะสม ซึ่งมิติของคุณภาพการให้บริการที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย 5 มิติที่สะท้อนคุณภาพของการให้บริการขนส่งเอกชนในการส่งสินค้าเบเกอร์รี่และเพสตรีคือ 1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) 2) การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (assurance) 3) ความเป็นรูปธรรม

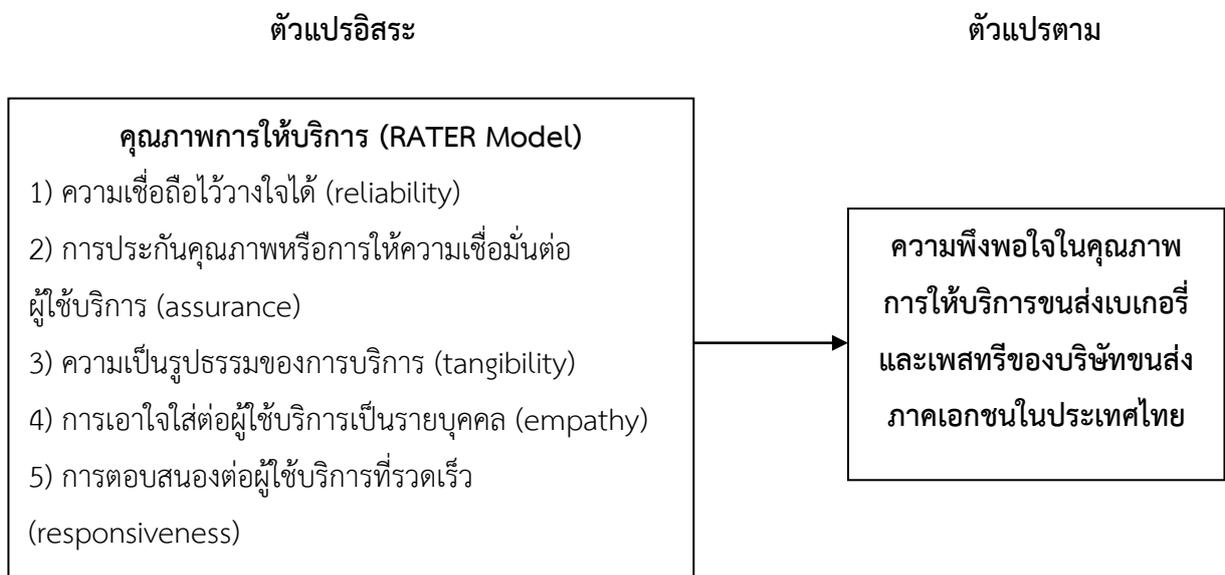


ของการบริการ (tangibility) 4) การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล (empathy) และ 5) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว (responsiveness) หรือเรียกว่า “RATER Model” (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, pp. 12-23) การวิจัยนี้ใช้การเชิงสำรวจความพึงพอใจจากผู้ให้บริการและผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่สามารถชี้แนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าประเภทเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย เพื่อให้ธุรกิจการขนส่งและธุรกิจเบเกอรี่และเพสทรี มีการเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในแต่ละมิติของคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ใช้บริการขนส่งขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความ



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2568

เชื่อมั่น 95% จากตารางของยามาเน (Yamane, 1967, pp. 886-887) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) ตามบริษัทการขนส่งเอกชนในประเทศไทย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะครบถ้วนตามบริษัทที่เลือกใช้จาก 3 บริษัท ได้แก่ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส (J&T express) เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (kerry express) และแฟลช เอ็กซ์เพรส (flash express) จนครบ และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างคือ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส 148 คน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส 166 คน และแฟลช เอ็กซ์เพรส 86 คน ตามลำดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตรวัด 5 ระดับ ซึ่งเป็นข้อคำถามความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสตรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย และเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่ใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจประยุกต์ใช้จากเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2556, หน้า 100) ดังนี้ 4.50-5.00 หมายถึงผู้ให้บริการพึงพอใจอย่างยิ่ง 3.50-4.49 หมายถึงผู้ให้บริการพึงพอใจ 2.50-3.49 หมายถึงผู้ให้บริการไม่แน่ใจ 1.50-2.49 หมายถึงผู้ให้บริการไม่พึงพอใจ และ 1.00-1.49 หมายถึงผู้ให้บริการไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง ในการประเมินคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ในทุกมิติของคุณภาพการให้บริการทุกข้อคำถามได้ค่า IOC มีค่ามากกว่า .50 และสำหรับการประเมินความเที่ยงใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) จากการทดลองเก็บข้อมูลกับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชคือ .98

การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มเฟสบุ๊กในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเบเกอรี่และเพสตรี ช่วงเดือนเมษายน ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2567 โดยในการเก็บข้อมูลมีการชี้แจงขอบเขตการวิจัย รายละเอียดต่าง ๆ ของการวิจัย และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามผู้วิจัยเพิ่มเติมตามหลักจริยธรรมการวิจัยตามที่ได้การรับรองจริยธรรมวิจัยจากมหาวิทยาลัยรังสิต เอกสารรับรองเลขที่ COA. NO. RSUERB2024-042

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) สถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าเอฟ (F test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (multiple comparison test) กำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.30 รองลงมาเพศชาย และ LGBTQ ส่วนใหญ่อายุ 22-25 ปี ร้อยละ 36.80 รองลงมา 26-29 ปี 18-21 ปี 30-33 ปี และ 33 ปี ขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 30.80 รองลงมา 10,001-20,000 บาท น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป การศึกษาส่วนใหญ่ไม่เกินประถมศึกษา ร้อยละ 31.30 รองลงมามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรีขึ้นไป



พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่ 3-5 ครั้ง ร้อยละ 51.20 รองลงมามากกว่า 5 ครั้ง และไม่เกิน 2 ครั้ง และจำนวนชิ้นที่ส่งต่อครั้งส่วนใหญ่ 3-6 ชิ้น ร้อยละ 40.50 รองลงมาไม่เกิน 2 ชิ้น 7-10 ชิ้น และมากกว่า 10 ชิ้น

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสตรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย

คุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	F	p
1. ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.31 ^a	0.56	พึงพอใจ		
2. การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ	3.80 ^{bc}	0.66	พึงพอใจ		
3. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.73 ^{cd}	0.61	พึงพอใจ	77.53*	.00
4. การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล	3.68 ^{cd}	0.62	พึงพอใจ		
5. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว	3.64 ^e	0.63	พึงพอใจ		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	0.66	พึงพอใจ		

* $p < .05$ และ a, b, c, d, และ e เป็นลำดับค่าเฉลี่ยที่ได้จากการทดสอบเชิงซ้อนด้วยวิธี Duncan

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ที่กล่าวว่าเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสตรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับพึงพอใจ ($\bar{X}=3.83$, $SD=0.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเชื่อถือไว้วางใจได้มากที่สุด ($\bar{X}=4.31$, $SD=0.56$) การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.66$) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.61$) การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.62$) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว ($\bar{X}=3.64$, $SD=0.63$)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในแต่ละมิติของคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสตรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ($F=77.53^*$, $p=.00$) พบว่ามีคุณภาพการให้บริการอย่างน้อย 1 มิติของคุณภาพการให้บริการที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างจากมิติอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ จากนั้นทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเชิงซ้อนด้วยวิธี Duncan เมื่อตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (test of homogeneity of variances) (Levene statistic=8.78, $p=.00$) แล้วพบว่าไม่มีความเท่ากันของความแปรปรวน จึงใช้วิธีของ Duncan ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในมิติของความ



เชื่อถือไว้วางใจได้มากที่สุด รองลงมาการประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล และการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็วตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยอยู่ในระดับที่พึงพอใจนั้น แสดงได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจใน 5 มิติของคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย ดังนี้ 1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้มากที่สุดคือ บุคลากรมีความน่าเชื่อถือ การขนส่งมีมาตรฐานของกระบวนการขนส่ง และการขนส่งมีมาตรฐานการดำเนินการในระดับสากล 2) การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการคือ การขนส่งมีการแจ้งการรับผิดชอบอย่างชัดเจนในการดูแลสินค้า มีการให้คำมั่นสัญญาในการดูแลสินค้า 3) ความเป็นรูปธรรมของการบริการคือ การขนส่งแหล่งให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ชัดเจน มีการแจ้งกระบวนการหรือขั้นตอน การจัดส่งที่ชัดเจน และติดตามได้ง่าย มีศูนย์บริการประชาชนสัมพันธ์ที่ดี 4) การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคลคือ การขนส่งมีความใส่ใจต่อสินค้า และมีความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการที่ดี และ 5) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็วคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้ข้อมูลต่าง ๆ และมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ พนักงานให้บริการทันทีที่ผู้ใช้บริการขอความช่วยเหลือ การมีระบบหรือ กระบวนการต่าง ๆ ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการกรณีเร่งด่วน สอดคล้องกับ ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา (2564, หน้า 26-27) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เนื่องจากแฟรช เอ็กซ์เพรส จำกัด มุ่งให้ความสำคัญกับการบริการและมีการตอบสนองที่รวดเร็วเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ และจากผลการวิจัยนี้การที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการในบริบทของการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรี เนื่องจากแต่ละบริษัทการขนส่งนั้นมีนโยบายต่าง ๆ ที่พยายามสร้างความพอใจให้กับผู้ใช้บริการที่ดี รวมทั้งปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงเพื่อให้ได้ฐานผู้ใช้บริการหรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดี จึงส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจที่ดี อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยนี้ยังไม่มีมิติของคุณภาพการให้บริการด้านใดที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างยิ่งในการขนส่งสินค้าประเภทเบเกอรี่และเพสทรี และมีความจำเป็นต้องหาวิธีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในทุก ๆ มิติต่อไป

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในแต่ละมิติของคุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอรี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย พบว่ามีมิติของคุณภาพการให้บริการที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดสามอันดับ หรือเป็นมิติของคุณภาพการให้บริการที่ควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน อันดับแรก การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว และรองลงมาการเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล และความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการขนส่ง



เบเกอร์รี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทย ต้องเร่งพัฒนาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ 1) ความพร้อมของพนักงาน การพัฒนาระบบ การใช้เทคโนโลยี หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการกรณีเร่งด่วน 2) การพัฒนาการดูแลสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าใจความต้องการ ความรู้สึกของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง 3) การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาระบบการแจ้งเตือนและกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ใช้ได้ง่ายและติดตามได้ง่ายมากขึ้น สอดคล้องกับ ปณิธาน คำมณี และศิริระ ศรีโยธิน (2566, หน้า 101) ที่พบว่าบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยการสนับสนุนด้านการจัดอบรมบุคลากรในองค์กร พัฒนาความรู้ให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานเกิดการพัฒนาตัวเองจนนำไปสู่การให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้นไป และสอดคล้องกับ ทิพย์มณฑา เหล่ากสิการ และชิมิโสณ วิสิฐนิจิกิจา (2564, หน้า 45-46) ที่พบว่าเจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ควรพัฒนาด้านบุคลิกภาพของพนักงาน ทักษะการสื่อสาร และควรเน้นการพัฒนาการให้บริการและการดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง จากผลการวิจัยนี้ที่ศึกษาในบริบทของการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสทรีที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมานั้นแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาพนักงานให้มีความพร้อมในการให้บริการ และการมีกระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพดีขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจการขนส่งต่อไป ผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการขึ้นนโยบายต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจการขนส่งสินค้าและธุรกิจเบเกอร์รี่และเพสทรีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจการขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยควรมีนโยบายในการพัฒนาการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสทรี ดังนี้

1. การอบรมความพร้อมของพนักงานในการให้บริการเกี่ยวกับเบเกอร์รี่และเพสทรี การพัฒนาระบบการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสทรีโดยเฉพาะ และการพัฒนาระบบการให้บริการผู้ใช้บริการกรณีผู้ใช้บริการต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน เช่น ช่องทางพูดคุยออนไลน์ตลอดเวลาสำหรับสินค้าเบเกอร์รี่และเพสทรี หรือมีการแสดงการดำเนินการขนส่งพร้อมมีภาพถ่ายของสินค้าเป็นระยะ ๆ ในระบบออนไลน์

2. การอบรมพนักงานในการดูแลสินค้าเบเกอร์รี่และเพสทรี เช่น อุณหภูมิที่เหมาะสมในการจัดเก็บ ความชื้นที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง การป้องกันการกระแทกที่เหมาะสม และการอบรมการให้บริการด้วยหัวใจการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ

3. การอบรมการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาระบบการแจ้งเตือน การประชาสัมพันธ์การแจ้งการประกันสินค้าที่ชัดเจน และการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้เข้าถึงและใช้งานได้ง่าย



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2568

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการที่คุณภาพการให้บริการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสทรีของบริษัทขนส่งภาคเอกชนในประเทศไทยว่าจะมีอิทธิพลต่อสิ่งใด เช่น การตัดสินใจในการใช้บริการ การบอกปากต่อปาก การกลับมาใช้บริการซ้ำ ภาพลักษณ์ของการขนส่งในมิติของการขนส่งเบเกอร์รี่และเพสทรี

บรรณานุกรม

- ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง และชินโสณ วิสิฐนิจิภา. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(1), หน้า 17-29. เถาเป่าทฤษฎี. (2568, 22 เมษายน). *รวม 15 บริษัทขนส่งในประเทศไทยส่งไวการันตีความมีอาชีพ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.taobao2you.com/15-shipping-company/> [2568, 24 กรกฎาคม].
- ทิพย์มณฑา เหล่ากลีกร และชินโสณ วิสิฐนิจิภา. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการขนส่งสินค้า และพัสดุระหว่าง เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(1), หน้า 45-57.
- ทุเคย์ ปิชีวี. (2564, 27 กรกฎาคม). “พัสดุล้น ส่งช้า” เช็กสถานะขนส่งไทย วิกฤตโควิดที่กระทบหนักกว่าทุกระลอก (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://workpointtoday.com/thai-express-business-status01/> [2567, 10 ตุลาคม].
- ธนภัทร์ ทองน้อย, ปองพล บุญสงค์ และประจักษ์ เฉิดโฉม. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 11(2), หน้า 41-60.
- ธิติสุดา จันทร์อ่อน. (2568). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(3), หน้า 164-175.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปภินดา คำมณี และศิริระ ศรีโยธิน. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), หน้า 101-114.
- สถาพร โอบาสนนนท์. (2563). *การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤต โครonavirus* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2020/04/การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤต โครonavirus.pdf> [2567, 31 ตุลาคม].
- เอกนรี ทุมพล, นันทน์ภัส สว่างการ, ชวัลวิทย์ โตจิต และอภัสรา ไชยคาม. (2566). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 9(1), หน้า 403-412.



DPO International. (2568). *เทรนด์เบเกอรี่* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://dpointernational.com/wp-content/uploads/2023/01/GLOBAL-MARKET-TRENDS-2022-BAKERY-TH-Translation.pdf> [2568, 18 กันยายน].

Le Cordon Bleu Dusit. (2021). *Bakery vs. Pastry* (Online). Available:

<https://www.instagram.com/p/CWdOVLfsrt/> [2025, July 24].

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-37.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.