คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย

Service Quality and Satisfaction Affecting Decision – Making Process in Parcel Delivery Business Services in Southern Thailand

อักษราภัค ห้องโสภา[1] วัลลภา พัฒนา[1] และอรพรรณ จันทร์อินทร์[1]

Augsarapak Hongsopa[1], Wanlapa Phattana[1] and Oraphan Chanin[1]

[1] สาขาวิชาการจัดการธุรกิจขนาดขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 90000

[1] Faculty of Business, AdministrationRajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, 90000, Thailand

* Corresponding author, E-mail: augsarapak001@gmail.com

(Received: February 7, 2023; Revised: June 11, 2023; Accepted: June 14, 2023)

https://doi.org/10.55164/pactj.v36i3.263358

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ (2) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ และ (3) ศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวก จากผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ จำนวน 385 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับมาก คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ในทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ร้อยละ 88.00 และความพึงพอใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ร้อยละ 81.60 ดังนั้น การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้จึงเกิดจากคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจที่มีต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

The purposes of this research were to study (1) to study the relationship between service quality and satisfaction of parcel delivery businesses in Southern Thailand, (2) to study the quality of service that affects the decision process to use parcel delivery business in Southern Thailand, and (3) to study the satisfaction that affects the decision process to use the parcel delivery business in Southern Thailand. This study was quantitative research. The data were collected by using a questionnaire. Using a convenience sampling technique, the samples included 385 consumers who have experienced using parcel delivery services in Southern Thailand. The statistics used involved frequency, percentage, means, standard deviations, pearson's correlation and the multiple regression analysis. The results of the study revealed that the perception of service quality was at a high level, the satisfaction with the service of parcel delivery business was at a high level, and the level of opinions in deciding to use the parcel delivery service was also at a high level. Service quality correlated with satisfaction with parcel delivery business in Southern Thailand was found in the same direction. The quality of service that affected the decision to use parcel delivery business services in Southern Thailand was at 88.00 percent. And the satisfaction that affected the decision to use parcel delivery business services in Southern Thailand was at 81.60 percent. Therefore, the decision to use the service in South Thailand was caused by the service quality and the satisfaction towards the parcel delivery service.

Keywords: Service quality, Satisfaction, Decision to use the service

บทนำ

การขนส่งในภาคใต้ปัจจุบันพบว่า ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตเพิ่มขึ้นตามการซื้อสินค้า และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 คือการซื้อสินค้าที่มากขึ้น ทำให้พฤติกรรมนี้ถูกนำมาวิเคราะห์ให้เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่กลายเป็นความปกติใหม่ หรือ New Normal ส่งผลให้ภาพรวมการซื้อสินค้าในตลาดมากขึ้นและการซื้อขายสินค้าในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมาเติบโตขึ้น ทำให้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โตขึ้น ทำให้ธุรกิจขนส่งพัสดุโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในส่วนของรายได้ และปริมาณการขนส่ง การเปิดรับพนักงานขนส่งพัสดุของแต่ละผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก [1] ธุรกิจที่ให้บริการส่งของภายในประเทศโดยใช้เวลาประมาณ 1-5 วันทำการ เหมาะกับผู้ใช้บริการทุกประเภทที่ต้องการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยมีผู้ให้บริการรายใหญ่ของประเทศไทย ที่ให้บริการด้านนี้ ได้แก่ ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส แฟลช เอ็กซ์เพรส และ เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส เป็นต้น ธุรกิจการจัดส่งพัสดุในประเทศเป็นรูปแบบหนึ่งในปัจจุบันที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากรองรับผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการเจริญเติบโตค่อนข้างสูงรวมทั้งธุรกิจองค์กรต่าง ๆ ต้องการใช้บริการการขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งอีกด้วย ดังนั้นในด้านของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ [2]

การขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคจำเป็นต้องมีคนกลางในการส่งต่อ จึงส่งโอกาสของธุรกิจขนส่งในรูปแบบไปรษณียภัณฑ์และรับส่งสินค้า จะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของการขนส่งพัสดุในไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี 2563 มูลค่าตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุของไทยมีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 35 มูลค่าตลาดประมาณ 6.6 หมื่นล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการซื้อขายสินค้าผ่านการตลาดออนไลน์ ที่มูลค่าตลาดยังเติบโตต่อเนื่อง โดยตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุ (Parcel delivery) มีการเติบโตต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2560-2562) ที่ขยายตัวได้เฉลี่ยร้อยละ 40 ต่อปี สอดคล้องกับตลาดออนไลน์ของไทยที่เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี การเติบโตดังกล่าวเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (online platform) มากยิ่งขึ้น ทำให้คาดว่าการขนส่งพัสดุในปี 2563 จะมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 4 ล้านชิ้นต่อวัน ธุรกิจขนส่งพัสดุมีแนวโน้มแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น จากการมีส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ขณะเดียวกันผู้ให้บริการขนส่งพัสดุรายเดิมแข่งขันให้บริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-Demand Delivery) นอกจากการแข่งขันด้านราคา ธุรกิจขนส่งพัสดุต้องแข่งขันในด้านบริการทั้งในแง่คุณภาพการบริการและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า โดยในด้านคุณภาพการบริการผู้ประกอบการได้ยกระดับความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกับผู้ประกอบการได้โดยตรงผ่านหลายช่องทางทั้งข้อความหรือบนพื้นที่สาธารณะทางออนไลน์ อีกทั้งผู้ใช้บริการยังสามารถตรวจสอบสถานะพัสดุได้ทุกช่วงเวลา ทำให้สามารถแก้ปัญหาการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน การขนส่งที่ล่าช้า และการละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค [3]

อย่างไรก็ดีการใช้บริการขนส่งพัสดุอาจจะเกิดปัญหาในระหว่างการจัดส่งขึ้นได้ การคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง จึงเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่ผู้ใช้บริการการขนส่งนำมาใช้ประกอบการพิจารณา ได้แก่ คุณภาพการบริการซึ่งเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด ซึ่งคุณภาพการบริการมีความสำคัญ

ต่อเศรษฐกิจโลก และภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการดำรงอยู่รอดในธุรกิจ [4]

จากการศึกษาถึงสถานการณ์ปัจจุบัน จะเห็นว่าธุรกิจจัดส่งพัสดุมีภาวการณ์แข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จะต้องหันมาแข่งขันด้านบริการโดยจะต้องเน้นคุณภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย ผลการวิจัยจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและประเมินผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในด้านคุณภาพการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยมีการส่งมอบบริการที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการ ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงในฐานะองค์การที่มีการจัดการทางด้านการบริการที่ดีที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์งานวิจัยที่กล่าวมาแล้วผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิรวิทธ์ สิระวิทยาวานิช [5] ศึกษาเรื่องความพึงใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม ผลจากการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจที่สูงสุดด้านคุณกระบวนการให้บริการและมีค่าความพึงพอใจระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพการบริการส่วนที่ลูกค้าพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาดระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันเมื่อลูกค้ามี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ [6] ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคาภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ณิชาภัทร บัวแก้ว [7] ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพลส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของเคอรี่เอ็กซ์เพสของเคอรี่เอ็กซ์เพรส คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย

กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม [8] ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นและด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

Wang, Zhang, Zhu, & Wang [9] ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน มีวัตถุประสงค์ในการใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อประเมินมิติที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชน ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยในเชิงปริมาณ โดยการศึกษา

1. ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มของประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ดังนั้นจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 การวิจัยในครั้งนี้คือ สูตรของ Cochran [10] ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ p = 0.5 โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 385 คน

2. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเลือกแบบกลุ่ม โดยแบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดระนอง และจังหวัดสตูล กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา [11]

ขั้นที่ 2 การเลือกอย่างง่าย ด้วยการจับฉลากจากพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยจำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต และกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ขั้นที่ 3 การเลือกตามสะดวก โดยเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้บริการส่งพัสดุจากบริษัทขนส่งต่าง ๆ ที่ให้บริการ ภายในระยะเวลา 6 เดือนของจังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดยะลา จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (กูเกิ้ลฟอร์ม) ด้วยการแจกแบบสอบถามผ่านกลุ่มสังคมออนไลน์ จากผู้ใช้บริการส่งพัสดุของบริษัทต่าง ๆ โดยการใช้คำถามคัดกรองจากผู้ตอบแบบสอบถาม หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบเคยใช้บริการส่งพัสดุในพื้นที่จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดยะลาให้ดำเนินการตอบข้อถัดไป และหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่เคยใช้บริการถือว่ายุติการทำแบบสอบถาม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยมีการค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) และให้ค่าคะแนนมาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.961

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ และศาสนา ผู้วิจัยใช้สถิติแสดงผลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ผู้วิจัยใช้สถิติแสดงผลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Coefficient Correlation) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

สรุปผล

ผลการวิจัยด้านข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 385 คน จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายร้อยละ 43.50 เพศหญิงร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่อายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมาอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 และช่วงอายุสูงกว่า 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.60 เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.10 รองลงมาการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.90 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.80 รองลงมาสถานภาพสมรส ร้อยละ 21.50 และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 28.40 และรายได้ 45,001 – 60,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 3.60

ผลการวิจัยคุณภาพการบริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 3.90) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ($\bar{X}$ = 3.96) รองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.93) การให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.92) การตอบสนองของผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.87) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือที่ไว้วางใจได้ ($\bar{X}$ = 3.85) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ผลการวิจัยความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 3.92) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X}$ = 4.00) รองลงมาคือ การให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X}$ = 3.96) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X}$ = 3.93) การให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X}$ = 3.92) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง($\bar{X}$ = 3.83) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

Table 1 The analysis of service quality data for parcel delivery businesses. It is presented in the form of a mean and a standard deviation.

Service Quality	n = 385			
	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Level
1. Tangibles	3.96	0.719	Much	1
2. Reliability	3.85	0.749	Much	5
3. Responsive	3.87	0.757	Much	4
4. Assurance	3.92	0.737	Much	3
5. Empathy	3.93	0.716	Much	2
Total	**3.90**	**0.735**	**Much**	

Table 2 The analysis of the level of satisfaction in the use of parcel delivery business services. It is presented in the form of a mean and a standard deviation.

Service satisfaction	n = 385			
	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Level
1. Equitable Service	4.00	0.718	Much	1
2. Timely service	3.96	0.723	Much	2
3. Ample Service	3.92	0.704	Much	3
4. Continuous Service	3.83	0.762	Much	5
5. Progressive Service	3.93	0.731	Much	4
Total	**3.92**	**0.727**	**Much**	

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับความสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 3.87) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คิดว่าธุรกิจจัดส่งพัสดุมีการบริการที่มีคุณภาพอย่างครบถ้วนตรงตามความต้องการ ($\bar{X}$ = 3.95) รองลงมาคือ มีการค้นหาข้อมูลของธุรกิจจัดส่งพัสดุก่อนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ $\bar{X}$= 3.90) เมื่อได้ผลลัพธ์จากการประเมินทางเลือก จะตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยไม่มีความลังเล ($\bar{X}$ = 3.88) มีการนำข้อมูลจากที่ได้ค้นหามาประเมินเปรียบเทียบเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ $\bar{X}$= 3.87) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ หลังจากใช้บริการ มีการแนะนำและบอกต่อไปยังผู้อื่นเมื่อรู้สึกพึงพอใจ ($\bar{X}$ = 3.79) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ผลการวิจัย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.975 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4

Table 3 The mean and standard deviation of the level of opinion in decision – making process the service.

Decision – Making Process	n = 385			
	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Level
1. Parcel delivery business offers complete, quality services.	3.95	0.746	Much	1
2. Search for information about the parcel delivery business before making a decision.	3.90	0.723	Much	2
3. Evaluate and compare before making a decision.	3.87	0.734	Much	4
4. Make a decision to use without hesitation.	3.88	0.757	Much	3
5. Recommend and tell when satisfied after using the service.	3.79	0.702	Much	5
Total	**3.87**	**0.732**	**Much**	

Table 4 The analysis of the relationship between service quality affecting the satisfaction of using parcel delivery services of consumers in the southern region.

	Service Satisfaction
Service Quality	0.975**
	Same Direction (positive)

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเป็นประเด็นที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ พบว่า คุณภาพการบริการและความพึงพอใจใช้บริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.975 โดยสอดคล้องกับกันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม [8] ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในบริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wang, Zhang, Zhu, & Wang [9] ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะกลับมาใช้รถไฟขนส่งมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะการรับรู้คุณภาพการบริการ ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพของการบริการ ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการการขนส่ง และการสร้างความมั่นใจในการขนส่งพัสดุของผู้บริโภคไปยังปลายทางว่าจะไม่ได้รับความเสียหายมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และตัดสินใจใช้บริการในที่สุด ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในบริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ

2. คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค รวม 3 ด้าน เป็นตัวแปรร่วมกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ ได้ร้อยละ 88.00 โดยด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค และด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ตามลำดับ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชาภัทร บัวแก้ว [7] ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพลส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่กล่าวว่า คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และคุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ [6] ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการ

การตระหนักถึงราคาภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการรับรู้คุณภาพการบริการ ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพของการบริการไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือของธุรกิจ พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการการขนส่ง การสร้างความมั่นใจในการขนส่งพัสดุของผู้บริโภคไปยังปลายทางว่าจะไม่ได้รับความเสียหายมีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการมากน้อยต่างกันได้ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

3. ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุในภาคใต้ พบว่า ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชาภัทร บัวแก้ว [7] ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพลส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าความพึงพอใจในบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้ และสอดคล้องกับนิรวิทธ์ สิระวิทยาวานิช [5] ศึกษาเรื่องความพึงใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการจัดส่งพัสดุอย่างรวดเร็วทันใจ สะดวก และมีการก้าวหน้าในการให้บริการ แสดงให้เห็นถึงความมั่นใจและความน่าเชื่อถือของธุรกิจนั้น ๆ ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุได้ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุของผู้บริโภคในภาคใต้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากการวิจัยผู้วิจัยเสนอแนะให้ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจ และกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

1.1 ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการบริการที่รู้จักและเข้าใจผู้บริโภค มีความเสมอต้น เสมอปลายในการให้บริการ ควรเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสม สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของผู้บริโภค เช่น เปิดให้เช้ากว่าเดิม และปิดให้ดึกกว่าเดิม เป็นต้น มีการบริการอย่างมืออาชีพในการบริการมีความชัดเจน จัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ไว้สำหรับบริการลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

1.2 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรเน้นการให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภค ให้การฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้ที่มีความรู้ สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน น่าเชื่อถือ รวมทั้ง มีระบบคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง

1.3 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการรู้จักเข้าใจผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการบริการที่รู้จักและเข้าใจผู้บริโภค มีความเสมอต้น เสมอปลายในการให้บริการ ควรเปิดให้บริการในเวลาที่เหมาะสม สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของผู้บริโภค เช่น เปิดให้เช้ากว่าเดิม และปิดให้ดึกกว่าเดิม เป็นต้น มีการบริการอย่างมืออาชีพ ในการบริการมีความชัดเจน จัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ไว้สำหรับบริการลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

1.4 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรมุ่งเน้นการขยายจำนวนสาขาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารมีความหลากหลาย เช่น ติดต่อโดยตรงทางโทรศัพท์ อีเมล หรือทาง Social Media เป็นต้น และการเลือกสถานที่ตั้งควรมีความเหมาะสมและมองเห็นได้ชัดเจน เช่น ตั้งอยู่ใกล้บริเวณที่พักอาศัย ที่ทำงานหรือใจกลางเมือง เป็นต้น

1.5 ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุควรเน้นการให้บริการอย่างทันเวลา มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคที่ใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ รวมทั้งมีการให้บริการที่มีมาตรฐานส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ไม่ให้เกิดความผิดพลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในการให้บริการ

1.6 ผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งพัสดุต้องเน้นคุณภาพการให้บริการ การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้ผู้บริโภครับรู้มากที่สุด เสนอจุดเด่น ข้อได้เปรียบ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง อาจจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้บริการได้ในเวลาอันเหมาะสม เพื่อเป็นการรักษาเวลาของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจเพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้ศึกษาควรศึกษาเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้เข้าใช้บริการ หรือผู้ประกอบการ ถึงปัญหาและสาเหตุในการให้บริการ และรับบริการ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่แม่นยำและเป็นธรรมกับทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการ และนำผลไปปรับปรุงอย่างตรงจุดมากขึ้น

2.2 ผู้ศึกษาควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในภาคอื่น ๆ ครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย อาจมีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจ ของผู้บริโภคธุรกิจจัดส่งพัสดุได้ เพื่อจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในทุก ๆ ภาค ของประเทศไทย

2.3 ผู้ศึกษาควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจจัดส่งพัสดุ เพื่อให้ทราบว่าผู้ส่วนใช้ใหญ่มีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

2.4 ผู้ศึกษาควรศึกษาเฉพาะเจาะจงหน่วยงาน เพื่อให้ได้ทราบผลการศึกษาที่ชัดเจน และแก้ไขปัญหาของหน่วยงานนั้น ๆ อย่างตรงจุด เนื่องจากแต่ละธุรกิจอาจมีความแตกต่างในการบริหารจัดการการให้บริการ จึงอาจทำให้ผลที่ได้รับไม่ครอบคลุมเพียงพอ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่เป็นหน่วยงานต้นสังกัดของผู้วิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ.ดร.วัลลภา พัฒนา และ ผศ.ดร.อรพรรณ จันทร์อินทร์ ที่สนับสนุนในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

References

[1] Bunditkul, O. (2020). *Parcel delivery in Thailand*. https://marketeeronline.co/archives/169839

[2] Department of International Trade Promotion. (2012). *Opportunities and directions for trade and investment in Malaysia*. Commercial News Agency Department of Export Promotion. (In Thai)

[3] Chaiwat, W. (2020). *Parcel delivery business competition trends.* https://brandinside.asia/thailand-gdp-2019-2-4-percent-lower-than-analyst-forecast-and-nesdc-view-2020-just-1-5-to-2-5-percent/

[4] Suasuri, T. (2015). *Factors influencing service quality. having on trust Satisfaction, word-of-mouth and repeat service of five-star hotel customers*. [Master's thesis, Bangkok University]. (In Thai)

[5] Sirawithayawanich, N. (2016). *Satisfaction with the service of domestic transport companies Kerry Express in Nong Khaem District.* [Master's thesis, Siam University]. (In Thai)

[6] Tengwongwattana, W. (2016). *Service quality price awareness brand image and the word of mouth that affects the decision to choose a parcel delivery service of a private company. Within Thailand of consumers in Bangkok*. [Master's thesis, Bangkok University]. (In Thai)

[7] Buakaew, N. (2018). *Behavior of service use, quality and efficiency received that affect repeat use of services compared between companies Kerry Express Transport Co., Ltd. and Thailand Post Company Limited*. [Master's thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi]. (In Thai)

[8] ChanLiam, K., & Phrommetchit, P. (2020). *Satisfaction in trucking business services of Maxcore Logistics Co., Ltd.*. [Master's thesis, Krirk University]. (In Thai)

[9] Wang, Zhang, Zhu, & Wang. (2020). *The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse Intention in Urban Rail Transit in Tianjin,China.* https://www.researchgate.net/publication/338469875.

[10] Cochran, W.G. (1977). Sampling techniques (3rd ed). John Wiley and Sons Inc.

[11] Office of the Public Sector Development Commission. (2020). Statistics for production standards. https://std.smp.nso.go.th/Media/Default/nontalee/provincial standards.pdf