

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ
และเอกสารตัวไปต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร
(Factors Influencing the Decision to Choose International Express Parcel
and Document Delivery Service Providers in Bangkok)

สุภาวดี สายสนิท¹ และ กัญญารัตน์ นิมตระกูล²
Suphawadee Saisanit¹ and Kanyarat Nimtrakool²

Received: January 10, 2025

Revised: May 1, 2025

Accepted: May 13, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ และเอกสารตัวไปต่างประเทศและ 2) เปรียบเทียบปัจจัยระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการต่างๆ โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.75 วิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการผ่านการวิเคราะห์เชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ในการส่งมอบ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.69) ตามด้วยปัจจัยด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.76) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.80) นอกจากนี้ ผลการศึกษาสมมติฐานชี้ให้เห็นว่า ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน รวมถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมและเหตุผลในการเลือกใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยปัจจัยด้านราคาค่าบริการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันสูงสุดที่ 0.804 แสดงให้เห็นว่าราคาค่าบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รองลงมาคือปัจจัยด้าน

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Lecturer, Faculty of Business and Technology Information, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok.

E-mail: Suphawadee_sa@rmutto.ac.th

² ผู้ประพันธ์บรรณกิจ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Corresponding Author, Lecturer, Faculty of Business and Technology Information, Rajamangala University of

Technology Tawan-Ok. E-mail: Kanyarat_ni@rmutto.ac.th

ความเอาใจใส่ในการบริการ 0.791 และการสร้างความประทับใจ 0.789 โดยทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากผลการวิจัยข้อค้นพบนี้ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุไปต่างประเทศในกรุงเทพฯ เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาคุณภาพ และกลยุทธ์การให้บริการ ตลอดจนสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายของหน่วยงานรัฐในอนาคต

คำสำคัญ: ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ บริการขนส่งจดหมายและพัสดุส่งด่วน การขนส่งระหว่างประเทศ การตัดสินใจ

ABSTRACT

This research aimed to 1) investigate the factors influencing the decision to use international express parcel and document delivery services, and 2) compare these factors among different user groups. The study employed a quantitative approach, with data collected from a sample of Bangkok residents who have used international shipping services, selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire, with content validity indices (IOC) ranging from 0.66 to 1.00 and a reliability coefficient (Cronbach's Alpha) of 0.75. Data analysis was conducted using descriptive statistics, including frequency distribution, mean, percentage, standard deviation, and one-way ANOVA at a significance level of 0.05.

The results revealed that the most influential factor in the decision to use these services was the reliability of delivery ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.69) followed by the organizational characteristics of the logistics service provider ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.76) and the service process ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.80). Additionally, hypothesis testing indicated that demographic factors such as education level and monthly income, as well as behavioral factors and reasons for choosing the service, significantly influenced the decision to use international shipping services at 0.05. Among these factors, the price of services had the highest Pearson correlation coefficient of 0.804, suggesting that price was the most strongly correlated with the decision to use the service, followed by service attentiveness of 0.791 and impression creation of 0.789. All these factors exhibited moderate correlations in the same direction. The findings enhance the understanding of user behavior and service needs in the context of international parcel delivery in Bangkok. These insights are valuable for logistics service providers in improving service quality and strategic development, and also serve as important input for public policy formulation by governmental agencies in the future.

Keywords: logistics service provider, logistics service quality, international express parcel and document delivery, international transport, decision

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญยิ่งสำหรับการค้าไปต่างประเทศเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศผู้ขายไปยังประเทศผู้ซื้อ โดยเฉพาะผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญในเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเป็นลำดับต้นๆ ของกระบวนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งพิจารณาได้จากการส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 มีมูลค่า 22,791.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (795,824 ล้านบาท) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ที่ร้อยละ 4.7 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 2.1 การส่งออกของไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับหลายๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนแต่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากการชะลอตัวของภาวะเงินเฟ้อสูงซึ่งส่งผลดีต่ออุปสงค์และความเชื่อมั่นในการบริโภคของประเทศต่างๆ ทั่วโลก (กระทรวงพาณิชย์, 2567)

ในปี พ.ศ. 2565 ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีมูลค่ารวม 2,382.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2564 ร้อยละ 5.8 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.7 ต่อ GDP อันประกอบด้วย ต้นทุนการขนส่งสินค้าเป็นองค์ประกอบใหญ่ที่สุด มีมูลค่า 1,152.6 พันล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.1 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product, GDP) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการขนส่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมโลจิสติกส์อื่นๆ ดังนั้น การให้ความสำคัญกับต้นทุนและการให้บริการด้านการขนส่งจึงมีความสำคัญ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด

เช่นเดียวกันในช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2567 ที่ผ่านมา ธุรกิจขนส่งพัสดุเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทกับการดำเนินงานของธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2563 - 2564 ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตมากกว่าร้อยละ 30 โดยมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมขนส่งพัสดุในปัจจุบันกำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ (1) ความคาดหวังของลูกค้าคนสุดท้ายที่สูงขึ้น อาทิ ด้านความเร็วในการขนส่ง ความแม่นยำ และความโปร่งใสในการติดตามสถานะพัสดุ (2) ความผันผวนของต้นทุนโดยเฉพาะค่าขนส่ง เนื่องจากราคาน้ำมันที่ส่งผลต่อกำไรของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุโดยตรง (3) การแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการขนส่งทั้งรายใหญ่และคู่แข่งรายใหม่ระดับท้องถิ่น (4) การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ด้านกฎระเบียบและมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และ (5) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อความจำเป็นในการลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (World Economic Forum, 2023) ดังนั้น ธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์จึงให้ความสำคัญ และมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ DHL, UPS, FedEx และ ไปรษณีย์ไทยเริ่มให้ความสำคัญกับบริการจัดส่งจดหมายและพัสดุไปต่างประเทศกับตลาดลูกค้ารายย่อยหรือบุคคลทั่วไปมากขึ้น (Mordor Intelligence, 2024) โดยหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้คือการเน้นคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) (Sharma and Kumar, 2015)

เหตุผลข้างต้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่สำคัญ

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งมอบพัสดุ (Parcel Delivery)

การคัดกรองพัสดุถูกกำหนดโดยคณะกรรมการยุโรป โดยให้คำจำกัดความ พสดุ ว่าหมายถึง กล่องที่มีน้ำหนักน้อยกว่า 30 กิโลกรัมและสามารถยกและจัดการเคลื่อนย้ายได้โดยใช้บุคคลเดียว และได้มีการจำแนกพัสดุดอกเป็น เมลเลอร์ (Mailer) น้ำหนัก 0-3 กิโลกรัม พสดุขนาดเล็ก 3-6 กิโลกรัม และการจัดส่งพัสดุขนาดใหญ่ มากกว่า 6 กิโลกรัม (European Commission, 2012) โดยพัสดุประเภทเมลเลอร์เป็นพัสดุที่มีจำนวนมากที่สุด หากรวมกับพัสดุนขนาดเล็กจะคิดรวมเป็นราวร้อยละ 80 ของปริมาณการจัดส่งทั้งหมด แสดงให้เห็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอีคอมเมิร์ซ ทำให้การจัดส่งสินค้าขนาดเล็กมีปริมาณมากและมีความถี่มากขึ้น (Perboli and Rosano, 2019)

2. คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality)

ปัจจุบันคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (LSQ) มีความสำคัญโดยเฉพาะสำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSP) ตลอดจนลูกค้า (Sharma and Kumar, 2015) เนื่องจากคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่สูงจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และรับประกันตำแหน่งที่ปลอดภัยในตลาดให้กับองค์กรตลอดไปจนถึงรายได้ขององค์กร (Meng et al., 2011) โดยคุณภาพการบริการโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้วัดคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อนำไปใช้ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้า อิทธิพลของความพึงพอใจต่อการเพิ่มขึ้นของความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน และช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและประสิทธิภาพของการบริการ (Daugherty et al., 1998)

3. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers)

การคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในวรรณกรรมมักอ้างอิงการใช้แบบจำลองการตัดสินใจเชิงเหตุผลแต่นักวิชาการหลายแหล่งสรุปว่ากระบวนการตัดสินใจไม่ชัดเจน (Ding et al., 2005) วรรณกรรมต่างๆ ได้มีการระบุลักษณะสำคัญของการบริการโลจิสติกส์ที่หลากหลาย เพื่อเป็นการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยดังตารางที่ 1 และงานวิจัยที่มาของคุณลักษณะสำคัญดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะสำคัญของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์

งานวิจัยที่มาของปัจจัย	ราคา	การสร้างความประทับใจ	ระยะเวลา	กระบวนการให้บริการ	ข้อเสียขององค์กร	เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ	ความเข้าใจในการบริการ	ความน่าเชื่อถือ	ลักษณะขององค์กรให้บริการ	ความสามารถของบุคลากร
1	✓			✓						
2	✓			✓	✓		✓		✓	
3	✓	✓					✓			✓
4	✓			✓				✓		
5	✓			✓		✓		✓		
6		✓					✓	✓	✓	
7	✓		✓				✓	✓		
8		✓					✓	✓		✓
9				✓	✓		✓	✓		
10	✓			✓					✓	
11	✓			✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓			
13						✓	✓	✓	✓	
14	✓	✓	✓				✓	✓		
15	✓			✓					✓	
16	✓			✓					✓	✓
17	✓	✓		✓	✓					✓
18		✓	✓					✓		
รวม	13	6	4	10	4	3	9	10	6	4

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 2 งานวิจัยที่ทำการวิเคราะห์คุณลักษณะสำคัญของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์

ลำดับที่	งานวิจัยที่มาของปัจจัย	ลำดับที่	งานวิจัยที่มาของปัจจัย
1	รัชนิการ จุลคนานุกิจ (2565)	10	ฐานกร โจรณ์ประเสริฐ (2562)
2	สุริยันธ์ ปลาเงิน (2559)	11	นริศรา สุวรรณหงษ์ (2564)
3	พัชรา ศรีพระบะและคณะ (2562)	12	ชุลีกร ชูโชติถาวร (2565)
4	วรพรรณ โลศิริ (2562)	13	มณีนรัตน์ คงเวียง (2565)
5	ดวงใจ จันทร์ดาแสง (2558)	14	เกรียงศักดิ์ ทองสุข (2563)
6	นภัสกร จันทองและคณะ (2565)	15	ชวัลทิพย์ อินทรศักดิ์ (2564)
7	กนกกาญจน์ อัญพวงศาและคณะ (2565)	16	นาฏยา โพธิมากุล (2561)
8	ธันยธร ตินภพ (2565)	17	Gardiner et al. (2019)
9	ปภินดา คำมณี (2565)	18	Jung et al. (2019)

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่ใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวนไปต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การเลือกกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การค้า และโลจิสติกส์ของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคบริการขนส่งระหว่างประเทศมีปริมาณความต้องการใช้บริการสูงจากทั้งภาครัฐกิจและบุคคลทั่วไป นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของผู้ให้บริการขนส่งระดับประเทศและนานาชาติ อาทิ DHL FedEx UPS และไปรษณีย์ไทย (DHL, 2024; FedEx, n.d.) โดยใช้สูตรการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นร้อยละ 5 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-Z)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ

n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96
ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น กำหนดไว้เท่ากับ .05

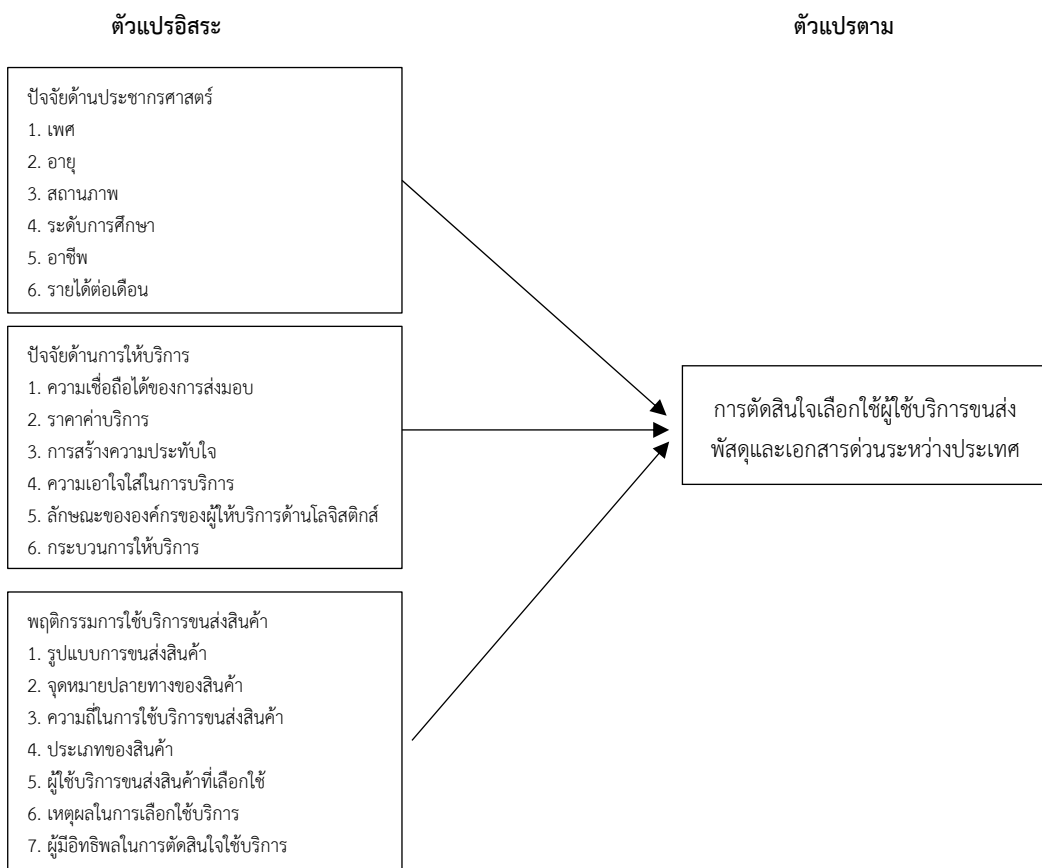
$$\text{แทนค่า สูตร } n = \frac{(.05)(1-.5)1.96^2}{.05^2} = 384.16$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมมีจำนวนอย่างน้อย 385 คน เพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นขณะเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) จากการเก็บข้อมูล 400 ตัวอย่าง ได้รับกลับคืนมา 367 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ และ 6) รายได้ต่อเดือน ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ ได้แก่ 1) รูปแบบการขนส่งสินค้า 2) จุดหมายปลายทางของสินค้า 3) ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า 4) ประเภทของสินค้า 5) ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ 6) เหตุผลในการเลือกใช้บริการ 7) ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ และ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ ได้แก่ 1) ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ 2) ราคาค่าบริการ 3) การสร้างความประทับใจ 4) ความเอาใจใส่ในการบริการ 5) ลักษณะขององค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ 6) กระบวนการให้บริการ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะในการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2567

การวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา: จากการศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

H₀: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศ

H₁: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. **เครื่องมือในการวิจัย** รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสำรวจ โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศ และส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศโดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) (Tanujaya et al., 2022) แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ ที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบที่สุด คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด (บุญใจ ศรีสถิตยนากร, 2550)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าการแปลความหมายจากการคำนวณหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์ประเมินดังกล่าว สามารถกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.66–1.00 (Rovinelli & Hambleton, 1977) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามทดลองกับกลุ่มนอกตัวอย่าง 30 คน วิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งต้องมากกว่า 0.7 (Lavrakas, 2008) ผลการทดสอบพบว่าค่าแอลฟาเท่ากับ 0.75 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่น และโครงการวิจัยผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก รหัสโครงการ 047/2567

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ครั้งนี้มีการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่ใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่านทาง เพชบุ๊ก, Line และ e-mail จำนวน 305 ตัวอย่าง และวิธีลงพื้นที่ขอความร่วมมือ จำนวน 95 ตัวอย่าง โดยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถาม รวมทั้งวิธีการตอบแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร วารสารวิชาการ งานวิจัย และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายสัดส่วนของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย (Mean) วัดแนวโน้มศูนย์กลางของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วัดการกระจายของข้อมูลจากค่าเฉลี่ย การทดสอบค่าที (t-Test) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณ 2 ตัว ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.67 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 35.42 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 59.67 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.49 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.69 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 38.42

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการขนส่งสินค้าทางทะเล ร้อยละ 40.05 จุดหมายปลายทางของสินค้าส่วนใหญ่คือ เอเชีย ร้อยละ 61.58 ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 26.43 ส่วนใหญ่ส่งพัสดุประเภทสินค้าแฟชั่น ร้อยละ 26.70 ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าที่เลือกใช้มากที่สุดคือ FedEx ร้อยละ 29.43 มีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการคือ ความสะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 35.97 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการส่วนใหญ่คือ ตัวเอง ร้อยละ 47.68

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัย	$\bar{X}$	S. D.	แปลผล
ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ	4.43	0.69	มากที่สุด
ราคาค่าบริการ	4.09	0.82	มาก
การสร้างความประทับใจ	4.11	0.82	มาก
ความเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.11	0.80	มาก
ลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์	4.16	0.76	มาก
กระบวนการให้บริการ	4.14	0.80	มาก
รวม	4.17	0.78	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.43 จาก 5 ระดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.69 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.16 จาก 5 ระดับและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.76 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.14 จาก 5 ระดับและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.80 ปัจจัยด้านการสร้างความประทับใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.11 จาก 5 ระดับและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.82 ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.11 จาก 5 ระดับและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.80 และ ปัจจัยด้านราคาค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.09 จาก 5 ระดับและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) เท่ากับ 0.82

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ค่าสถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ	การยอมรับสมมติฐาน
เพศ	t = 2.123	0.034*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
อายุ	F = 0.789	0.533	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปฏิเสธ
สถานภาพ	F = 1.923	0.148	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	F = 2.104	0.099	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปฏิเสธ
อาชีพ	F = 6.712	0.001*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
รายได้ต่อเดือน	F = 6.635	0.001*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้ใช้การทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) สำหรับตัวแปรเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรอื่นๆ ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. เพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ การที่เพศมีผลต่อการตัดสินใจอาจสะท้อนถึงความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ การให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ และความเชื่อมั่นในแบรนด์ที่แตกต่างกัน
2. อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะของงานและความต้องการในการใช้บริการขนส่งที่แตกต่างกันตามประเภทของอาชีพ โดยเฉพาะในกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ
3. รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ระดับรายได้ที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อความสามารถในการจ่ายค่าบริการ การให้ความสำคัญกับต้นทุนการขนส่ง และการเลือกประเภทของบริการที่เหมาะสมกับงบประมาณ
4. อายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อายุที่ต่างกันอาจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในบริบทของการขนส่งระหว่างประเทศ ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลมากกว่า
5. สถานภาพที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถานภาพสมรสอาจไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการในการใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศ

6. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอาจไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา แต่อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความเร่งด่วนของสินค้า หรือความคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการ

จากผลการทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ในขณะที่อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ

พฤติกรรมการใช้บริการ	ค่าสถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ	การยอมรับสมมติฐาน
รูปแบบการขนส่ง	F = 6.412	0.002*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
จุดหมายปลายทาง	F = 3.992	0.004*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
ความถี่ในการใช้บริการ	F = 3.015	0.011*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
ประเภทของสินค้า	F = 0.630	0.677	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปฏิเสธ
ผู้ให้บริการขนส่ง	F = 3.777	0.002*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	F = 3.624	0.003*	มีผลต่อการตัดสินใจ	ยอมรับ
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	F = 1.198	0.311	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปฏิเสธ

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ ได้ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. รูปแบบการขนส่งที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ใช้บริการที่เลือกรูปแบบการขนส่งที่แตกต่างกัน เช่น ทางอากาศทางเรือ หรือแบบเร่งด่วน มีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันตามปัจจัยด้านความเร่งด่วน ต้นทุน และวัตถุประสงค์ของการขนส่ง

2. จุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันอาจมีผลต่อการเลือกใช้บริการเนื่องจากระยะทาง กฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออกที่แตกต่างกัน หรือความพร้อมของผู้ให้บริการในพื้นที่นั้นๆ

3. ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ที่ใช้บริการบ่อยครั้งอาจมีความคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการรายเดิม ได้รับสิทธิ

พิเศษจากการใช้บริการเป็นประจำ หรือมีความเข้าใจในกระบวนการขนส่งมากกว่า ส่งผลให้มีการตัดสินใจที่แตกต่างจากผู้ที่ใช้บริการนานๆ ครั้ง

4. ประเภทของสินค้าที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ส่ง แต่อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ มากกว่า เช่น ความเร่งด่วน หรือต้นทุนการขนส่ง

5. ผู้ให้บริการขนส่งที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ใช้บริการอาจมีความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น หรือประสบการณ์ที่แตกต่างกันกับผู้ให้บริการแต่ละราย ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน

6. เหตุผลในการเลือกใช้บริการที่ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน เช่น ราคาถูก ความรวดเร็ว ความปลอดภัย หรือความน่าเชื่อถือ มีพฤติกรรมการตัดสินใจที่แตกต่างกันตามความต้องการและความคาดหวังของตน

7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อาจตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่าได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารตัวไปต่างประเทศ ได้แก่ รูปแบบการขนส่ง จุดหมายปลายทาง ความถี่ในการใช้บริการ ผู้ให้บริการขนส่ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ ในขณะที่ประเภทของสินค้า และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 6 ผลทดสอบความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตัวแปรอิสระ (X)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	P-Value (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
X ₁ ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ	0.666**	<0.001	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
X ₂ ราคาค่าบริการ	0.804**	<0.001	สูง	ทิศทางเดียวกัน
X ₃ การสร้างความประทับใจ	0.789**	<0.001	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
X ₄ ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.791**	<0.001	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
X ₅ ลักษณะขององค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์	0.787**	<0.001	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
X ₆ กระบวนการให้บริการ	0.754**	<0.001	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา: จากการศึกษา

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ (ตัวแปรอิสระ X_1 - X_6) กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ (ตัวแปรตาม Y) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ $r(Y, X_1) = 0.666 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทิศทางบวก
2. ราคาค่าบริการ $r(Y, X_2) = 0.804 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ทิศทางบวก
3. การสร้างความประทับใจ $r(Y, X_3) = 0.789 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทิศทางบวก
4. ความเอาใจใส่ในการบริการ $r(Y, X_4) = 0.791 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทิศทางบวก
5. ลักษณะขององค์กรของผู้ให้บริการ $r(Y, X_5) = 0.787 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทิศทางบวก
6. กระบวนการการให้บริการ $r(Y, X_6) = 0.754 \rightarrow$ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทิศทางบวก

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการบริการทั้ง 6 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์สูงที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า และความเหมาะสมของราคาเป็นอย่างมากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ค่าความสัมพันธ์ที่เป็นบวกแสดงให้เห็นว่าเมื่อความพึงพอใจต่อราคาค่าบริการเพิ่มขึ้น การตัดสินใจเลือกใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้นด้วย
2. ความเอาใจใส่ในการบริการ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงแสดงให้เห็นว่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การตอบสนองต่อความต้องการอย่างรวดเร็ว และความเต็มใจให้บริการมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ
3. การสร้างความประทับใจ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงซึ่งชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ดี และความประทับใจในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ
4. ลักษณะขององค์กรของผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ
5. กระบวนการการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางสะท้อนให้เห็นว่าขั้นตอนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวก และความรวดเร็วในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
6. ความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ แม้จะมีค่าความสัมพันธ์น้อยที่สุดในบรรดาปัจจัยทั้งหมด แต่ยังคงอยู่ในระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือในการส่งมอบพัสดุยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service Quality) และพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและคุณภาพการบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการขนส่งระหว่างประเทศที่ผู้ใช้บริการต้องการความคุ้มค่า ความน่าเชื่อถือ และการบริการที่มีคุณภาพ

การอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุและเอกสารด่วนไปต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือได้ของการส่งมอบ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการต่างต้องการให้สินค้าส่งถึงผู้รับปลายทางอย่างรวดเร็วโดยที่สินค้านั้นไม่เกิดความเสียหาย และจำนวนครบถ้วน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริย์นที ปลาเงิน (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้รับจัดการขนส่งไปต่างประเทศ กรณีศึกษา บริษัท คอบร้าอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้ากับผู้ประกอบการแต่ละราย ประกอบด้วยเรื่องของพัสดุถึงมือผู้รับในระยะเวลาที่บริษัทแจ้งไว้ พัสดุอยู่ในสภาพสมบูรณ์ และราคาเหมาะสมกับการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่จึงมีการพัฒนาการให้บริการในด้านต่างๆ เหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีขนาดธุรกิจใหญ่และเป็นที่รู้จักหรือมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือจะได้รับความไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ จันทราแสง (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการกรณีศึกษาท่าเรือกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า ความปลอดภัย ความเป็นมาตรฐานถือเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำ ด้านกระบวนการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ให้บริการมีความคาดหวังและให้ความสำคัญการส่งมอบการบริการที่รวดเร็ว เช่น การมีขั้นตอนในการเข้าใช้บริการที่รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน สะดวก มีขั้นตอนการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ มีการติดต่อผู้รับสินค้าก่อนทำการจัดส่งสินค้า และมีระบบติดตามสถานการณ์จัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ Madhani (2019) ได้กล่าวว่า กระบวนการจัดการโดยองค์กรควรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยประกอบด้วยหลายปัจจัยย่อย ประกอบด้วย การจัดส่งสินค้าที่ถูกต้อง ในปริมาณที่เหมาะสม มีบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้อง พร้อมเอกสารที่ถูกต้อง ตรงเวลา และไปยังลูกค้าปลายทางที่ถูกต้อง โดยยิ่งระดับคุณภาพของกระบวนการโดยรวมนี้มีระดับสูงเท่าใด ระดับความพึงพอใจของลูกค้าปลายทางก็จะสูงยิ่งขึ้นไปด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของนภัสกร จันทอง และชินโสณ วิสิฐนิจกิจจา (2565) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ในการใช้บริการขนส่งสินค้าผู้บริโภคมักต้องการได้รับบริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว มีขั้นตอนการเข้าใช้บริการที่ไม่ซับซ้อน สินค้าส่งถึงมือผู้รับอย่างสมบูรณ์ มีระบบข้อมูลการตรวจสอบสถานะแบบ Real Time มี Application หรือ Website สำหรับการติดตามสถานะสินค้า เพื่อลดความยุ่งยากในการติดต่อกับบริษัทผู้ให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในครั้งต่อไป ด้านการสร้างความประทับใจ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในงานบริการพนักงานถือเป็นด่านแรกของการพบปะลูกค้า หรือผู้ให้บริการโดยตรง ดังนั้นพนักงานจึงต้องยิ้มแย้ม กล่าวทักทายผู้ใช้อย่างสุภาพ มีอัธยาศัยดี ดูแลผู้ใช้อย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูล คำแนะนำการใช้บริการ หรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของฐาปนี แก้วเสนห์โน (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์

ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่ถูกค่า ต้องการนอกเหนือจากคุณภาพการให้บริการนั้น คือ การบริการด้วยพนักงานที่มีอัธยาศัยดี มีความเต็มใจมอบบริการให้ เพื่อส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้า พนักงานที่มีใจรักงานบริการและสอดคล้องกับแนวคิดของ Gupta et al. (2023) กล่าวว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของบริการโลจิสติกส์ ที่ได้รับจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในส่วนของคุณภาพด้านปฏิบัติการและคุณภาพการติดต่อของบุคลากรและคุณภาพของทรัพยากรขององค์กรมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า องค์ประกอบของคุณภาพข้อมูลมีผลกระทบ ที่มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าสถานที่หรือจุดให้บริการรับสินค้า มีความเป็นมาตรฐานการตกแต่งมีความเป็นเอกลักษณ์ บรรยากาศภายในไม่แออัด มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและมีสิ่งอำนวยความสะดวกสอดคล้องกับ Xuan and Deng (2023) เสนอแนะในทางปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ต้องการปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ก่อนอื่นผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรให้ความสำคัญกับด้านต่างๆ เช่น การส่งมอบที่รวดเร็วและแม่นยำ การแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ข้อมูลที่ชัดเจนและครอบคลุม และการสื่อสารที่สุภาพและเป็นมิตร และสอดคล้องกับงานวิจัยของมณีรัตน์ คงเวียง (2565) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งด่วนของบริษัท KERRY EXPRESS ในอำเภอคลองหลวง กรณีศึกษา สาขาปิ่นสุทศภัทลโยธิน กม. 37 ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้นอกจากการให้บริการอาจหมายถึงสัญลักษณ์ต่างๆ เอกลักษณ์ของสถานที่ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายในการรับข้อมูล ด้านราคาค่าบริการ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ประกอบการให้บริการขนส่งสินค้ามีราคาค่าบริการที่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Le et al. (2020) พบว่าราคาของบริการ ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และพื้นที่โดยรอบของที่ตั้งองค์กร ขั้นตอนการดำเนินการสินค้าหรือคุณภาพของความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงศักดิ์ ทองสุข (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีกรุ๊ป จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีกรุ๊ป จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างกลยุทธ์ทางที่ทันสมัยเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ดังนี้

1.1 ด้านการส่งมอบ ควรมีการพัฒนาระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้มีความรวดเร็วและสามารถการันตีระยะเวลาในการจัดส่ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทราบถึงระยะเวลาที่สินค้าจะจัดส่งถึงผู้รับปลายทาง

1.2 ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนและจัดการกระบวนการในการให้บริการ มีระบบการจัดการคิวที่รวดเร็วและมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกและรู้สึกประทับใจอยากที่จะใช้บริการในครั้งต่อไป

1.3 ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการควรมีการจัดการกระบวนการ มีการฝึกอบรมพนักงาน และตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าความรู้ความเข้าใจในงานของพนักงานถูกต้องครบถ้วนและแม่นยำ สามารถให้คำแนะนำผู้ให้บริการได้ รวมถึงหมั่นตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน

1.4 ด้านราคา เนื่องจากในปัจจุบันการให้บริการขนส่งสินค้ามีการแข่งขันด้านราคาสูง ประกอบกับอัตราค่าบริการขนส่งหรือราคาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการคำนวณต้นทุนการให้บริการขนส่งสินค้าและหาแนวทางการลดต้นทุนในด้านการจัดส่งเพื่อที่จะสามารถปรับลดอัตราค่าบริการขนส่งสินค้าเพื่อจูงใจผู้ให้บริการ

1.5 ด้านการสร้างความประทับใจ ต้องมีการฝึกให้พนักงานรู้จักการบริการจากใจจริงและให้บริการอย่างเท่าเทียมกันดูแลและบริการลูกค้าให้เปรียบเสมือนกับดูแลคนที่บ้านเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจในการเข้าใช้บริการทำให้เพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

1.6 ด้านกระบวนการการให้บริการ ควรมีการแนะนำ ขั้นตอนการปฏิบัติในการเข้าใช้บริการที่เอื้ออำนวยให้ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติได้ด้วยเวลารวดเร็ว โดยต้องทำให้ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกสบาย รู้สึกว่าการมาใช้บริการกับทางขนส่งไม่ได้เป็นการเสียเวลาถึงแม้จะมีเวลาเพียงเล็กน้อยในระหว่างวันก็สามารถแวะมาส่งของได้จึงจะสามารถเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากลูกค้าได้

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 ส่งเสริมการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพบริการ ภาครัฐควรกำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดขนส่งไปต่างประเทศโดยส่งเสริมผู้ให้บริการรายใหม่ และควบคุมไม่ให้ผู้ให้บริการรายใหญ่ผูกขาด ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

2.2 สนับสนุนระบบติดตามพัสดุแบบเรียลไทม์ ควรมีมาตรฐานกลางด้านระบบติดตามสถานะพัสดุที่แม่นยำและเข้าถึงง่าย เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

2.3 พัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้า ภาครัฐสามารถร่วมมือกับเอกชนจัดอบรมเพื่อยกระดับทักษะการบริการลูกค้าของบุคลากรในธุรกิจขนส่ง โดยเน้นความรวดเร็ว ความสุภาพ และการให้ข้อมูลที่ชัดเจน

2.4 อำนวยความสะดวกด้านเอกสารศุลกากรและขั้นตอนการส่งออก ควรลดความซับซ้อนของขั้นตอนการจัดส่งไปต่างประเทศโดยเฉพาะสำหรับผู้ส่งรายย่อยหรือวิสาหกิจขนาดเล็ก เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดโลก

2.5 ส่งเสริมการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลเปรียบเทียบบริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคา ความเร็ว และความน่าเชื่อถือของแต่ละผู้ให้บริการได้สะดวกยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการขยายพื้นที่ในการวิจัย เพื่อให้ได้รับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจได้อย่างหลากหลายในแต่ละพื้นที่ และนำมาพัฒนาการบริหารตามรูปแบบการให้บริการของแต่ละพื้นที่ได้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่นั้นๆ

3.2 ควรเจาะจงรูปแบบการขนส่ง เช่น การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางอากาศ ทางเรือหรือทางถนน เพื่อให้ได้รับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น และนำมาพัฒนาบริหารตามรูปแบบการเลือกใช้บริการขนส่งนั้นๆ

3.3 ควรทำการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อรับฟังและวิเคราะห์ความต้องการการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนได้โดยตรง และสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

3.4 ควรมีการศึกษาถึงเรื่องระดับความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ เนื่องจากจำนวนของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่มีการแข่งขันกันในตลาดโลจิสติกส์ ดังนั้นควรมีการศึกษาระดับความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำและเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าไว้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2567). *ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนธันวาคม และทั้งปี 2566*.

[รายงานประจำปี]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.moc.go.th/th/gallery/article/detail/id/5/iid/370>

เกรียงศักดิ์ ทองสุข. (2563). ปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งกับบริษัทเอสซีกรุ๊ป จำกัด. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15*.

ฐาปนี แก้วเสนห์ไณ. (2564). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

ดวงใจ จันทระแสง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกของผู้ประกอบการกรณีศึกษา ท่าเรือกรุงเทพ. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 5(3), (52-65).

นภัสกร จันทอง และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจจา. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. รายงานการวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

บุญใจ ศรีสถิตย่นรากร (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนิรัตน์ คงเวียง. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งด่วนของบริษัท KERRY EXPRESS ในอำเภอคลองหลวง กรณีศึกษา สาขาปั้มชัสโกฟพลโยธิน กม. 37. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา*.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2565*. [รายงานประจำปี]. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2567 จาก www.nesdc.go.th/download/logistics/report/2565/LogisticsReportTH.pdf

- สุริยันธ์ ปลาเงิน. (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศของบริษัท
คอปร้าอินเตอร์ เนชั่น แนนลจำกัด. *สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 2(1), 30-35.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Daugherty, P.J., Stank, T.P. & Ellinger, A.E. (1998). Leveraging logistics/distribution capabilities:
the effect of logistics service on market share, *Journal of Business Logistics*, 19(2), 35-51
- DHL Global Forwarding Thailand. (2024). DHL Global Forwarding Thailand launches DHL
International Multimodal Hub. Retrieved April 15, 2025, from <https://www.dhl.com/th-en/home/press/press-archive/2024/dhl-global-forwarding-thailand-launches-dhl-international-multimodal-hub.html>
- Ding, J.-F., Liang, G.-S., Yeh, C.-H., & Yeh, Y.-C. (2005). A fuzzy multi-criteria decision-making
model for the selection of courier service providers: An empirical study from shippers' perspective in Taiwan. *Maritime Economics & Logistics*, 7(3), 250-261.
- European Commission. (2012). *Green Paper. An integrated parcel delivery market for the growth of e-commerce in the EU*. Retrieved July 1, 2024, from <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ba34cbf-6168-436d-9e4b-f8a534c671ee>
- FedEx. (n.d.). *FedEx World Service Center – 99/348 Chaengwattana Soi 10 Chaengwattana Rd*. Retrieved April 15, 2025, from <https://local.fedex.com/en-th/bangkok/snoa>
- Gupta, A., Singh, R. K., Mathiyazhagan, K., Suri, P. K., & Dwivedi, Y. K. (2023). Exploring
relationships between service quality dimensions and customers satisfaction: empirical study in context to Indian logistics service providers. *The international Journal of logistics management*, 34(6), 1858-1889.
- Lavrakas, P.J. (2008). *Encyclopedia of survey research methods*. SAGE Publications, Thousand Oaks.
- Le, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- Madhani, P.M. (2019). Building a customer-centric supply chain strategy: Enhancing competitive advantages. *IUP Journal of Business Strategy*, 16(2), 28-42.
- Meng, Q., Zhou, N., Tian, J., Chen, Y., & Zhou, F. (2011). Analysis of logistics service attributes based on quantitative Kano model: a case study of express delivering industries in China. *Journal of Service Science and Management*, 4(1): 42-51.

- Mordor Intelligence. (2024). *Thailand Courier, Express, and Parcel (CEP) Market–Growth, trends, and forecast (2024–2029)*. Retrieved April 15, 2025, from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-courier-express-and-parcel-cep-market>
- Perboli, G., & Rosano, M. (2019). Parcel delivery in urban areas: Opportunities and threats for the mix of traditional and green business models. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 99, 19-36.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sharma, S., & Kumar, V. (2015). Optimal selection of third-party logistics service providers using quality function deployment and Taguchi loss function, *Benchmarking: An International Journal*, 22(7): 1281–1300.
- Tanujaya, B., Prahmana, R. C. I., & Mumu, J. (2022). Likert scale in social sciences research: Problems and difficulties. *FWU Journal of Social Sciences*, 16(4), 89-101.
- World Economic Forum. (2023). *Strategic Trends in Global Parcel Logistics*. Geneva, Switzerland: Author.
- Xuan, W., & Deng, M. (2023). Logistics service quality sentiment analysis with deeper attention LSTM model with aspect embedding. *Tehnički vjesnik*, 30(2), 634-641.