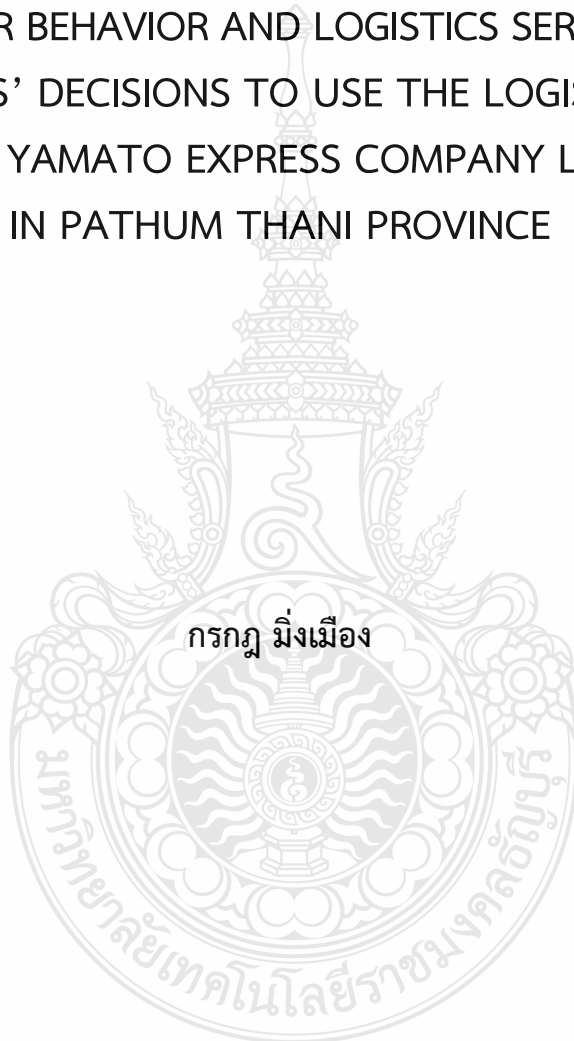


อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

EFFECTS OF USER BEHAVIOR AND LOGISTICS SERVICE EFFICIENCY
ON CONSUMERS' DECISIONS TO USE THE LOGISTICS SERVICES
OF SCG YAMATO EXPRESS COMPANY LIMITED
IN PATHUM THANI PROVINCE



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการ
ด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เกิดจากการค้นคว้าและวิจัย ขณะที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ในคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้นงานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถือเป็น
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และข้อความต่าง ๆ ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่มีการคัดลอกหรือนำงานวิจัยของผู้อื่นมานำเสนอในชื่อของข้าพเจ้า

This independent study consists of research materials conducted at Faculty of
Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi and hence
the copyright owner. I hereby certify that the independent study does not contain any
forms of plagiarism.

.....
(นางสาวกรกฎ มิ่งเมือง)



หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการ
ด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี
Effects of User Behavior and Logistics Service Efficiency on
Consumers' Decisions to Use the Logistics Services of SCG
Yamato Express Company Limited in Pathum Thani Province

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวกรกฎ มิ่งเมือง

วิชาเอก

การจัดการโลจิสติกส์

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร พุทธวงค์, ปร.ด.

ปีการศึกษา

2563

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยอดยิ่ง ธนทวี, Ph.D.)

..... กรรมการ

(อาจารย์กฤษดา เขียววัฒนสุข, D.B.A.)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร พุทธวงค์, ปร.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นารถพี ต้นโซ, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ - นามสกุล

วิชาเอก

อาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา

อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการ
ด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

นางสาวกรกฎ มิ่งเมือง

การจัดการโลจิสติกส์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร พุทธิวงศ์, ปร.ด.

2563

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (2) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด และ (3) ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษา พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป มีความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาการใช้บริการ 15-30 นาที ใช้บริการในช่วงเวลา 16.00 น. จนถึงเวลาปิดทำการ ใช้บริการในวันเสาร์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 100 บาท ใช้บริการประเภทการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วน เนื่องจากสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา และประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านประเภทของผู้มาใช้บริการ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ด้านประเภทการบริการขนส่ง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด แตกต่างกัน และ (3) ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บริการ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์

Independent Study Title	Effects of User Behavior and Logistics Service Efficiency on Consumers' Decisions to Use the Logistics Services of SCG Yamato Express Company Limited in Pathum Thani Province
Name - Surname	Miss Korrakot Mingmueang
Major Subject	Logistics Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Daungporn Puttawong, Ph.D.
Academic Year	2020

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate: (1) consumers' use of the logistics service and logistics service efficiency of SCG Yamato Express Company Limited, (2) the effects of personal factors and user behavior on consumers' decisions to use the logistics services of SCG Yamato Express Company Limited, and (3) the influence of logistics service efficiency on consumers' decisions to use the logistics services of SCG Yamato Express Company Limited.

The sample group used in this study comprised 400 people who use the logistics services of SCG Yamato Express Company Limited in Pathum Thani province. They were selected by using the multi-stage random sampling method. The instrument used to collect data was a questionnaire. Statistical methods used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, one-way ANOVA and multiple linear regression analysis at the statistically significant level of .05.

The study results made 3 findings. First, the majority of respondents were the general public, used the service 1-3 times a month, used the service for shipments of 15-30 minutes, used the service from 4:00 p.m. to closing time, used the service on Saturdays, spent less than 100 Baht on shipment costs, and used the express delivery service due to the ability to track their shipment at any time. Furthermore, the overall and individual dimensions of logistics service efficiency delivered by SCG Yamato Express Company Limited in Pathum Thani province were rated at a high level. Second, the personal factors of educational level and monthly income, together with the dimensions of user behavior including type of user, time using the service and type of logistics service all affected consumers' decisions to use the logistics services of SCG Yamato Express Company Limited. Third, the logistics service efficiency dimensions of adequate service, equitable service, continuous service and progressive service demonstrated influences on consumers' decision to use the logistics services of SCG Yamato Express Company Limited at a statistically significant level of .05.

Keywords: user behavior, logistics service efficiency, decision to use logistics service

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงพร พุทธรังค์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข ที่ได้ให้ความกรุณา ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ ขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ท่านได้กรุณาเสียสละให้ข้าพเจ้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการค้นคว้าอิสระ

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่เป็นแรงผลักดัน สนับสนุนการศึกษา รวมไปถึงเพื่อน ๆ พี่ ๆ ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโลจิสติกส์ และเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ช่วยเหลือทั้งการศึกษา และยังคงคอยให้คำแนะนำต่อการดำเนินการเก็บข้อมูล สำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปศึกษาต่อยอด หากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยขอกราบอภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรกฎ มิ่งเมือง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(12)
บทที่ 1 บทนำ.....	13
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	13
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	17
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	17
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	17
1.5 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	19
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ.....	22
2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์.....	25
2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์.....	28
2.4 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขนส่ง และรูปแบบการให้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส.....	33
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
3.1 ประเภทของงานวิจัย.....	42
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	80
5.2 อภิปรายผล.....	83
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	88
ภาคผนวก.....	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	94
ประวัติผู้เขียน.....	100



สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	รีวิวนโยบายขนส่งในช่วง COVID-19.....	14
ตารางที่ 1.2	ราคาค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด.....	15
ตารางที่ 1.3	ราคาค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท อินเตอร์เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์.....	16
ตารางที่ 1.4	ราคาค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท นิ้มเอ็กซ์เพรส.....	16
ตารางที่ 1.5	จำนวนการแจกแบบสอบถามในแต่ละอำเภอ.....	19
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรทั้ง 7 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี.....	43
ตารางที่ 3.2	การแบ่งสัดส่วนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 อำเภอ.....	43
ตารางที่ 3.3	บริเวณที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามทั้ง 4 อำเภอ.....	44
ตารางที่ 3.4	แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	47
ตารางที่ 3.5	แสดงการกระจายข้อมูล.....	47
ตารางที่ 4.1	จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการในแต่ละอำเภอ.....	50
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	51
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	51
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	55
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	52
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	53
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภท การใช้บริการ.....	53
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่.....	54
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ.....	54
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา.....	55
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัน ในการใช้บริการ.....	55
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายการ ใช้บริการต่อครั้ง.....	56
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทบริการ.....	56
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลการ ใช้บริการ.....	57
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็น เกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา.....	58
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ.....	59
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง.....	60
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า.....	61
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด.....	62
ตารางที่ 4.21 แสดงการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามเพศ.....	64
ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามอายุ.....	65
ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามอาชีพ.....	66
ตารางที่ 4.25 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามอาชีพ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	66
ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	68
ตารางที่ 4.27 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	68
ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทของผู้มาใช้บริการ.....	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามประเภทของผู้มาใช้บริการที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	70
ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ.....	71
ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง.....	71
ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ.....	72
ตารางที่ 4.33 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	72
ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามวันเข้าใช้บริการ.....	73
ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้ง.....	74
ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทการบริการขนส่ง.....	74
ตารางที่ 4.37 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามประเภทการบริการขนส่ง ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	75
ตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี.....	77
ตารางที่ 4.40 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการใช้บริการ.....	78
ตารางที่ 4.41 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์.....	79



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 เปรียบเทียบบริการขนส่งยอดนิยม.....	14
ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจ.....	28
ภาพที่ 2.2 การให้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศทั้งหมดของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด.....	34
ภาพที่ 2.3 แสดงราคาค่าบริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด.....	36
ภาพที่ 2.4 แสดงพื้นที่การให้บริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด.....	36



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อธุรกิจทั้งหมด โดยพบว่าธุรกิจจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตครั้งนี้แตกต่างกันไป ซึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ธุรกิจผลิตอากาศยาน ธุรกิจขนส่งทางอากาศและท่องเที่ยว และธุรกิจที่ได้รับผลกระทบน้อย คือ ธุรกิจบริการผู้บริโภค ธุรกิจยา ธุรกิจด้านสุขภาพ และธุรกิจค้าปลีก เป็นต้น และเมื่อย้อนดูผลกระทบต่อธุรกิจขนส่งในไทย พบว่าการลดการเดินทางลงทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เนื่องจากคนจำนวนมากต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมากขึ้น จากเคยทำงานที่บริษัทต้องทำงานที่บ้านแทน เพื่อหลีกเลี่ยงการระบาดของโรค แต่การอุปโภคบริโภคยังคงเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้หลายคนจึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น โดยหันมาใช้ธุรกิจบริการมากขึ้น เช่น การซื้อของใช้หรือสินค้าผ่านแอปพลิเคชันก็สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว เพื่อตอบสนองต่อความสะดวกสบายและการประหยัดเวลาของผู้บริโภค (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการที่สถานการณ์ COVID-19 เป็นตัวเร่ง และคาดว่าจะสามารถเติบโตขึ้นไปได้อีกในอนาคต คือ ธุรกิจ e-Commerce หรือธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ ซึ่งธุรกิจ e-Commerce นั้นก็เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายระดับหนึ่ง แต่สัดส่วนของยอดขายอาจไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีสัดส่วนยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าการซื้อขายออนไลน์นั้นสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง ทำให้เกิดความชอบหรือพึงพอใจของการซื้อขายออนไลน์จนกลายเป็นปกติ ธุรกิจ e-Commerce นั้นมีมากมาย โดยบริษัทที่ผู้บริโภครู้จักและใช้บริการอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ได้แก่ LAZADA, SHOPEE, JDCENTRAL, SHOPBACK เป็นต้น และหากธุรกิจ e-Commerce มีการเติบโตมากขึ้น ก็จะทำให้เกิดธุรกิจที่มีเกี่ยวข้องซึ่งนั่นคือ ธุรกิจในรูปแบบสังคมไร้เงินสด เพราะเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อขายออนไลน์แล้วจะสามารถชำระค่าสินค้า/บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบัตรเครดิต โอนเงิน หรือการจ่ายผ่านธุรกรรมในแอปพลิเคชันบนมือถือ ก็สามารถทำได้อย่างสะดวกสบาย เนื่องจากสังคมไร้เงินสดช่วยตอบสนองทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ไวขึ้น เมื่อได้มีการซื้อ/ขายสินค้าแล้วในขั้นตอนต่อไปก็คือ การจัดส่งสินค้า ดังนั้นจะเห็นว่าธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดส่งสินค้าก็คือ ธุรกิจ Logistics ซึ่งในปัจจุบันก็มีบริษัทที่ให้บริการในด้านการขนส่งสินค้ามากมาย อาทิเช่น ไปรษณีย์ไทย, Kerry, Lazada Express, SCG Logistics และบริษัทอื่น ๆ อีกรวมถึง Industrial warehouse เป็นต้น (TMB Advisory, 2563)

โดยพบว่าบริษัทขนส่งโลจิสติกส์แบบพัสดุและเอกสารที่ยอดนิยมในปีพ.ศ. 2563 จากในช่วงของสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา E-Commerce เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการกระจายสินค้าสู่มือผู้บริโภค โดยล่าสุดได้มีการเปรียบเทียบบริการขนส่งยอดนิยมว่าบริษัทขนส่งใดที่ให้บริการคุ้มค่าคุ้มราคากว่ากัน ดังภาพที่ 1.1

เปรียบเทียบ
ขนส่งยอดนิยม!

บริษัท	ค่าบริการเริ่มต้น		น้ำหนักไม่เกิน (kg.)	พื้นที่	ระยะเวลาขนส่ง(วัน)		เช็คสถานะ	ชำระเงิน	คุณภาพรวม
	ปิ่นนทล	ค่างจังหวัด			ปิ่นนทล	ค่างจังหวัด			
KERRY	30.-	45.-	25	ทั่วไทย	1-2	2-3	✓	✓	4.5
ไปรษณีย์ไทย	18.-	-	2	ทั่วไทย	2-5	5-7	✓	✓	3
EMS	32.-	-	20	ทั่วไทย	1-2	2-3	✓	✓	4
SCG EXPRESS	40.-	50.-	25	ทั่วไทย	1-2	2-3	✓	✓	5
FLASH	25.-	35.-	50	ทั่วไทย	1-2	2-3	✓	✓	4
DHL	45.-	50.-	30	ทั่วโลก	1-2	2-3	✓	✓	4.5
J&T EXPRESS	30.-	45.-	30	ทั่วไทย	1-2	2-3	✓	✓	3.5
alpha	38.-	-	3	กรุงเทพ ปิ่นนทล นนทบุรี และ สมุทรปราการ	1-2	1-2	✓	✓	4.5

ภาพที่ 1.1 เปรียบเทียบบริการขนส่งยอดนิยม (Sale Here Editor, 2563)

รวมถึงได้มีการรื้อฟื้นถึงบริษัทขนส่งแบบพัสดุและเอกสารในช่วงของ COVID-19 ว่าแต่ละบริษัท มีการรับมือต่อการให้บริการในช่วง COVID-19 เป็นอย่างไร ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 รื้อฟื้นบริษัทขนส่งในช่วง COVID-19

บริษัทขนส่ง	รื้อฟื้นช่วง COVID-19
Kerry Express	ในช่วง COVID ทาง Kerry เป็นหนึ่งบริษัทแก้ปัญหาได้แย่มากที่สุด ทั้งไม่สามารถติดต่อได้เลย สินค้าบางเขตล่าช้า แต่ในช่วงต้นเมษายนทาง Kerry เริ่มปรับตัวได้อัตราการส่งสินค้า 1 วัน สำเร็จมากขึ้น แต่ก็ยังมีกว่า 30% ที่ยังล่าช้า 2-3 วัน
ไปรษณีย์ไทย	มีสินค้าเพียงน้อยชิ้นที่ตกหล่น แต่หากตกหล่นแล้ว เรียกได้ว่านาน ถึงนานมากที่สุด แต่ก็ยังมีบางพัสดุที่ถึงเร็วเหมือนเดิม การติดต่อตามพัสดุยังถือยากกว่าเดิม
SCG Express	ในช่วงเริ่มต้นเดือนเมษายน SCG รับมือได้ดีมาก พัสดุดกหล่นในอัตราที่น้อยมา แต่พอผ่านไปจนถึงกลางเดือนการตกหล่นเริ่มมีมาให้เห็นมากขึ้น แต่ยังมีดีที่สามารถติดต่อตามสินค้าได้
Flash Express	ทางบริษัทได้ปรับตัวอย่างรวดเร็วและมีสินค้าล่าช้าเพียงบางส่วนและยังสามารถติดต่อ ขอความช่วยเหลือด้วย
DHL	เริ่มมีสินค้าล่าช้าในช่วงกลางเดือนเมษายนแต่ยังคงติดต่อผู้ดูแลได้อย่างง่ายดาย
J&T Express	บริษัทได้ปรับตัวอย่างรวดเร็วและมีสินค้าล่าช้าบ้างบางส่วน

ที่มา: Dearcowboy (2563)

เนื่องจากธุรกิจโลจิสติกส์มีบริษัทที่ให้บริการขนส่งสินค้าจำนวนมาก ดังนั้นการที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการในธุรกิจ e-Commerce จะต้องเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ดี โดยต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งผู้ที่ทำการส่งสินค้าต้องเลือกบริษัทที่ให้บริการขนส่งสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มักจะมีเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่มีความเหมาะสม นั่นคือ การบริการที่จะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (สยามรัฐ, 2562) และจากการวิจัยบริษัทขนส่งข้างต้นจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาในบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัดที่ได้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2561 ที่ถือเป็นน้องใหม่ที่กำลังมาแรงในธุรกิจขนส่งนี้ โดยผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการอาหาร ซึ่งผู้บริหารได้กล่าวว่าบริษัทพร้อมจะส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าทุกคนของบริษัท และให้ลูกค้าทุกคนไว้วางใจในเรื่องคุณภาพการให้บริการ โดยบริษัทจะมีการส่งพัสดุตรงตามเวลา พัสดุจะไม่เสียหายระหว่างการขนส่งและการบริการที่เป็นมิตรของพนักงานทุกคน อีกทั้งทางบริษัทจะมีห้อง Logistics Command Center (LCC) ที่คอยติดตาม GPS ของตัวรถยนต์ ว่ารถขนส่งกำลังเคลื่อนที่จากจุดไหนไปจุดไหน โดยบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีสาขาหรือจุดที่เปิดให้บริการแล้ว 1200 จุด ในทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย (SCG LOGISTIC, 2563) และมีอัตราค่าบริการ คือ ถ้าส่งสินค้าแบบธรรมดา น้ำหนักไม่เกิน 25 กิโลกรัม/กล่อง ราคาจะเริ่มต้นที่ 40 บาท แต่ถ้าใช้บริการตู้แช่ต่าง ๆ จะเสียค่าบริการเริ่มต้น 140 บาทต่อน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม รวมถึงมีระยะเวลาในการจัดส่ง 1-3 วันทำการ (Phattarasaya, 2563)

จากข้อมูลในปัจจุบันของบริษัทขนส่งที่ให้บริการขนส่งในรูปแบบแช่แข็ง แช่เย็น พบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบในด้านของอัตราค่าจัดส่งสินค้าของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในตารางที่ 1.2 กับบริษัท อินเตอร์เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ ในตารางที่ 1.3 และบริษัท นิมเอ็กซ์เพรส จำกัด ในตารางที่ 1.4 พบว่าบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัดมีอัตราค่าจัดส่งที่มากกว่าทั้ง 2 บริษัท แต่เนื่องจากบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีฟรีค่าบริการเข้ารับพัสดุและต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 1 วัน ภายในเวลา 17.00 น. และมีการคุ้มครอง กรณีพัสดุเสียหายหรือสูญหายสูงสุดถึง 3,000 บาท เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด

ตารางที่ 1.2 อัตราค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG LOGISTICS, 2563)

ขนาดพัสดุ A + B + C กว้าง ยาว สูง	ค่าส่งพัสดุ แบบ COOL		
	ภายในกรุงเทพฯ/ ปริมณฑล และภายใน จังหวัดเดียวกัน	กรุงเทพฯ/ปริมณฑล ↔ จังหวัดที่ระบุ	จังหวัดที่ระบุ ↔ จังหวัดที่ระบุ
S40 ไม่เกิน 40 cm.	140	190	230
S60 ไม่เกิน 60 cm.	160	210	250
S80 ไม่เกิน 80 cm.	190	240	300
S100 ไม่เกิน 100 cm.	220	270	350
S120 ไม่เกิน 120 cm.	250	300	450

ตารางที่ 1.3 ราคาค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท อินเทอร์เน็ตเอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ (IEL, 2563)

ขนาดพัสดุ		ค่าส่งพัสดุ	
น้ำหนัก/กล่อง	Chilled หรือ แช่เย็น (0-8 °C)		Frozen หรือ แช่แข็ง (<-15 °C)
	S1	น้ำหนักไม่เกิน 5 กก.	120
S2	น้ำหนักไม่เกิน 10 กก.	140	160
A1	น้ำหนักไม่เกิน 15 กก.	170	190
A2	น้ำหนักไม่เกิน 20 กก.	200	220
B1	น้ำหนักไม่เกิน 25 กก.	230	250
B2	น้ำหนักไม่เกิน 30 กก.	260	280

ตารางที่ 1.4 ราคาค่าขนส่งแบบแช่เย็น แช่แข็ง ของบริษัท นิมเอ็กซ์เพรส (Nim Express, 2563)

อัตราค่าบริการส่งพัสดุ Cold Chain			
ขนาดพัสดุ	น้ำหนักรวม (กก./บิล)	ค่าขนส่งภายในจังหวัด	ค่าขนส่งข้ามจังหวัด
C1	3	100	120
C2	5	120	150
C3	10	150	200
C4	15	165	250
C5	20	180	300
C6	25	220	330
C7	30	140	360
C8	35	280	420

ดังนั้นสถานการณ์การแข่งขันของผู้ให้บริการการขนส่งโลจิสติกส์ในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจ ในหลาย ๆ ธุรกิจมีความจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเกี่ยวกับ อะไรที่ก็ตามที่เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการทั้งหมด ซึ่งรวมถึงธุรกิจบริษัทขนส่งด้วย ว่าผู้ใช้บริการมี เหตุผลในการเข้ามาใช้บริการเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ (พงศธร บูรณศิลป์, 2553) นอกจากจะทราบเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้ว ธุรกิจจะต้องทราบเกี่ยวกับประสิทธิภาพการ บริการด้านโลจิสติกส์ ว่าประสิทธิภาพการบริการของการขนส่งโลจิสติกส์แต่ละด้านนั้น ส่งผลต่อการเข้ามา ใช้บริการของผู้บริโภคอย่างไร และนำไปทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ต่าง ๆ จากการทบทวนวรรณกรรม บางส่วนพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์โดยรวมที่อยู่ในเกณฑ์ดี และการเปรียบเทียบ องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัท ขนส่งโลจิสติกส์สามารถใช้เป็นวิธีที่จะดึงดูดผู้ที่มาใช้บริการให้เข้ามาเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งโลจิสติกส์ ของตนได้เช่นกัน (ณิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษดา เขียววัฒน์สุข, 2561; บุญยวีร์ วชิรวงศ์ภิญโญ, 2554)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่าพฤติกรรมผู้ใช้บริการ และประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ รวมทั้งปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ มีความจำเป็นต่อผู้ประกอบการในธุรกิจขนส่งเป็นอย่างมาก เนื่องจากทั้ง 3 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันทางด้านธุรกิจกับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรายอื่น ๆ และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับบริษัทขนส่งอีกด้วย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน รวมถึงทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่มีการให้บริการขนส่งสินค้าและบริการต่าง ๆ อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาหรือสนใจ รวมถึงผู้ประกอบการ และผู้บริหาร สามารถนำไปปรับใช้หรือนำไปพัฒนาในด้านของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด และประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.2.3 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

1.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.3.3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ใช้บริการการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่อาศัยอยู่ใน 4 อำเภอ ของจังหวัดปทุมธานี

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากจังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดใหญ่ และมีจำนวนประชากรค่อนข้างมาก ทำให้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่มีความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ในการคำนวณ จึงได้ขนาดตัวอย่างของจำนวนประชากรเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.2.1 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้ใช้บริการบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี

1.4.2.2 ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการใช้บริการ และประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

ประเด็นย่อยที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่

- 1) ประเภทการให้บริการ
- 2) ความถี่
- 3) จำนวนเวลาที่ใช้บริการ
- 4) ช่วงเวลาที่ใช้บริการ
- 5) วันที่มาใช้บริการ
- 6) จำนวนเงินที่ใช้บริการ
- 7) สาเหตุในการใช้บริการ

ประเด็นย่อยที่ 2 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ได้แก่

- 1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
- 2) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
- 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ
- 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
- 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม คือ จุดให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ทั้งหมด 4 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี ดังตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 จำนวนการแจกแบบสอบถามในแต่ละอำเภอ

บริเวณที่เก็บแบบสอบถาม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอเมืองปทุมธานี (2 สาขา)	85
เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอลองหลวง (10 สาขา)	115
เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอธัญบุรี (5 สาขา)	86
เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอลำลูกกา (16 สาขา)	114
รวม	400

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือนกันยายน 2563 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563

1.5 คำนียามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

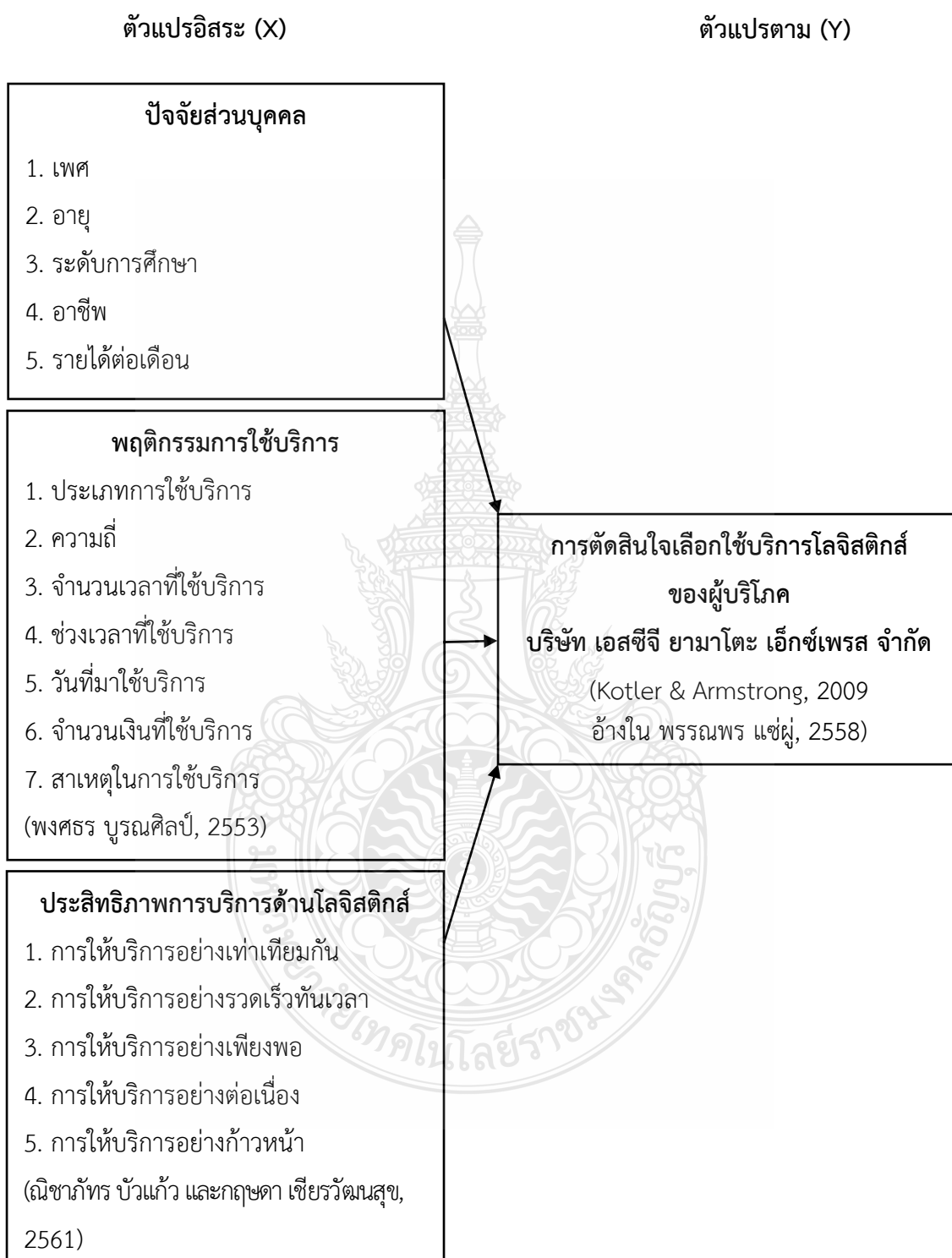
1.5.1 พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการบริษัทขนส่งและความพึงพอใจต่อการใช้บริการและเหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และระยะเวลาที่ใช้ในการบริการตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้น

1.5.2 ประสิทธิภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานหรือความสามารถในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการขนส่ง ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จไปตามเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภค

1.5.3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานที่มีระบบการจัดการการขนส่งสินค้า ข้อมูล และทุกอย่างที่มีการขนส่ง โดยเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดปลายทางตามความต้องการของลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นต้น

1.5.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง การตัดสินใจเลือกแนวทางในการปฏิบัติเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้หรือการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง ในการตัดสินใจมักจะมีปัญหาที่ยุ่งยากเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงต้องมีวิธีแก้ไขปัญหามาให้ตัดสินใจมากกว่าหนึ่งอย่างเสมอ โดยต้องตัดสินใจว่าจะแก้ไขปัญหาวัยวิธีใด จึงจะบรรลุเป้าหมายและดีที่สุด นอกจากนี้การตัดสินใจใช้บริการยังหมายรวมถึง การคิดอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่บริษัทใดบริษัทหนึ่ง การมีความตั้งใจที่จะใช้บริการขนส่งพัสดุ โดยที่การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่บริษัทใดบริษัทหนึ่งมีความสำคัญมาก รวมทั้งการมีโอกาสที่จะใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนในอนาคต และมีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจใช้บริการขนส่งพัสดุ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ดังนี้ คือ

1.7.1 ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการการทำงานด้านโลจิสติกส์ให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อให้มีเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่มากขึ้นของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี โดยส่งผลทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ และเกิดความมั่นใจที่จะใช้บริการโดยไร้ข้อกังวลว่าสินค้าจะได้รับความเสียหาย และเมื่อเกิดความพึงพอใจ หรือเกิดประทับใจจะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำได้

1.7.2 ผลวิจัยในครั้งนี้ ทางบริษัทสามารถนำผลจากการสำรวจพฤติกรรมนี้ ไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาที่ทางบริษัทยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น แก้ไขปัญหาในส่วนของการดูแลเอาใจใส่สินค้าของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

1.7.3 บริษัทสามารถนำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับธุรกิจการขนส่งอื่น ๆ โดยการปรับปรุงการแก้ไขในการให้บริการ และปรับปรุงระบบการขนส่งให้เป็นระบบมากขึ้น

1.7.4 ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นตัวอย่งในกรณีศึกษา สำหรับผู้ที่มีความสนใจงานวิจัยที่เกี่ยวกับ เรื่อง โลจิสติกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและการทำงานวิจัยต่อไปในอนาคตได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิผลการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัด ปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวความคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ
- 2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริการด้านโลจิสติกส์
- 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
- 2.4 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขนส่ง และรูปแบบการให้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

Blackwell, Miniard and Engle (2001 อ้างถึงใน สาธิต จจรรัฐ, 2551) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคได้จากการประเมินผล การใช้ และการใช้จ่าย ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ

Schiffman and Kanuk (2007 อ้างถึงใน กนกพรรณ สุขฤทธิ, 2557) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงในการค้นหา ซื้อใช้ ประเมิน กำจัดผลิตภัณฑ์และบริการที่พวกเขาคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการของพวกเขา พฤติกรรมของผู้บริโภคมุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (เวลา, เงิน, ความพยายาม) กับสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค ซึ่งรวมถึงสิ่งที่พวกเขาซื้อทำไม พวกเขาซื้อเมื่อไหร่ พวกเขาซื้อที่ไหน พวกเขาซื้อบ่อยเพียงใด พวกเขาใช้บ่อยเพียงใด พวกเขาประเมินผลหลังการซื้ออย่างไร และนำผลกระทบของการประเมินดังกล่าวไปใช้ประเมินการซื้อในอนาคต และยังอธิบายถึงเอกลักษณ์ในการบริโภคที่แตกต่างกัน 2 ประเภท ได้แก่ ผู้บริโภคส่วนบุคคลและผู้บริโภคในองค์กร ประเภทแรกผู้บริโภคส่วนบุคคล คือ บุคคลซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้เอง เพื่อใช้ในครัวเรือน หรือเป็นของขวัญให้เพื่อน ในแต่ละบริบทเหล่านี้ผลิตภัณฑ์จะถูกซื้อเพื่อการใช้งานขั้นสุดท้ายโดยบุคคลซึ่งเรียกว่า ผู้ใช้ปลายทางหรือผู้บริโภคขั้นสูงสุด ประเภทที่สองของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่เป็นองค์กร รวมถึงธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรและไม่แสวงหาผลกำไรหน่วยงานของรัฐ และสถาบัน ซึ่งทั้งหมดนี้ ต้องซื้อผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และบริการเพื่อบริหารองค์กรของตน ซึ่งการบริโภคปลายทางอาจเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แพร่หลายมากที่สุดเนื่องจากเกี่ยวข้องกับทุกคนทุกวัยและเป็นภูมิหลังในบทบาทของผู้ซื้อหรือผู้ใช้หรือทั้งสองอย่าง โดยที่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์โดยมีแนวคิดที่แต่ละคนมีการกระทำอย่างมีเหตุผลเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด (หรือความพึงพอใจ) ในการซื้อสินค้าและบริการ การวิจัยในภายหลังพบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อ

อย่างหุ่นหันปล้นแล่นและไม่เพียงแต่จะได้รับอิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน แต่ยังรวมถึงอารมณ์และสถานการณ์ด้วย ปัจจัยเหล่านี้ทำรวมกันเพื่อสร้างแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อความครอบคลุมซึ่งสะท้อนทั้งด้านความรู้ความเข้าใจและอารมณ์ของการตัดสินใจของผู้บริโภค

Berkowitz, Kerin and Rudelius (1989 อ้างถึงใน วรรณนิภา เกตุสมใจ, 2546) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยพฤติกรรมผู้บริโภคจะให้คำตอบของคำถามที่ว่าทำไมคนต้องเลือกซื้อสินค้านั้นๆ ทำไมถึงเลือกใช้บริการของที่นี่หรือซื้อยี่ห้ออื่นมากกว่ายี่ห้ออื่น ไม่ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจทางเลือกอย่างไร จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ ในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการได้รวดเร็วขึ้น

อีกทั้ง Schiffman and Kanuk ยังพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ทางออนไลน์มากมาย ตั้งแต่รองเท้าผ้าใบไปจนถึงคอมพิวเตอร์และหลาย ๆ คนได้เปลี่ยนจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นการอ่านด้วยสื่อออนไลน์แทน และรับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลออนไลน์มากขึ้นเรื่อย ๆ นักศึกษาที่จะเลือกหาข้อมูลการเข้าศึกษามหาวิทยาลัยไม่ต้องพึ่งพาข้อมูลจากแคตตาล็อกทางไปรษณีย์อีกต่อไป แต่พวกเขาสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเกี่ยวกับหลักสูตรและอาจารย์ของมหาวิทยาลัยได้ทางออนไลน์ได้ทันที โดยวิธีการขายสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภคในช่วงสิบห้าปีที่ผ่านมา และเป็นผลมาจากเทคโนโลยีดิจิทัล สิ่งเหล่านี้ที่มีอยู่ในปัจจุบันเพราะสะท้อนถึงความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2546) อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และการบริโภคของผู้บริโภคซึ่งพฤติกรรมในขณะที่ทำการซื้อที่พบเห็นทั่วไปนั้น เป็นเพียงขั้นตอนสุดท้ายหรือปลายเหตุของกระบวนการพิจารณาตัดสินใจซื้อ โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แท้จริงจะประกอบด้วย อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น ความต้องการการเรียนรู้ทัศนคติและความเข้าใจ รวมทั้งอิทธิพลจากกลุ่มทางสังคมตลอดจนวัฒนธรรมซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้ส่งสมผ่านทางกระบวนการทางความคิดและจิตวิทยาของบุคคลรวมทั้งสภาพสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้คุณลักษณะที่แท้จริงภายในของผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงช่วยให้ผู้บริหารการตลาดสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการตลาดให้บรรลุเป้าหมายได้ดีขึ้น ซึ่งนอกจากสามารถทราบถึงความแตกต่างในลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ และสามารถจัดทำกลยุทธ์ให้ครอบคลุมลูกค้าได้ครบถ้วนในเชิงปริมาณแล้วยังสามารถช่วยให้เข้าใจถึงกลไกการตัดสินใจที่นักการตลาดจะสามารถเอาชนะในเชิงคุณภาพหรือการชักจูงใจจนประสบความสำเร็จได้อีกด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาพฤติกรรมและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์เพื่อสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยใช้ 7 คำถามค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อที่จะหาคำตอบ 7 ประการ

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากร ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์

2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามถึงสิ่ง que ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้ออะไร (Why does the consumer buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบวัตถุประสงค์ que ผู้บริโภคซื้อสินค้า (Objectives) ผ่านระบบช่องทางการจัดจำหน่ายใด ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและทางด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้าง (Who participants in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ริเริ่มในการที่จะซื้อ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง (Outlet) que ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ฯลฯ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

คำตอบที่ได้มาเหล่านี้ จะช่วยให้การตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและประสบความสำเร็จทางการตลาดได้เป็นอย่างดี

โชคชัย ชยธวัช (2547) กล่าวว่าเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ จะทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ดังนั้นการค้นหาและเข้าใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากการรับรู้ที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและการตัดสินใจของผู้ซื้อ ว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นผลรวมที่เกิดจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อ ค่านิยม และประเพณี ซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคมใดสังคมหนึ่ง 2) ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อ มักจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ

สาธิต จรจรรย์ (2551) กล่าวว่าสรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการของตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อจึงมีการเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยเหตุหลากหลาย ดังนั้น การที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้ชัดเจนนั้น ควรมุ่งศึกษาพฤติกรรมการซื้อและกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2537) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นขบวนการในการตัดสินใจที่มีผลออกมาทางการแสดงออกเพียงเท่านั้น

จุฑาลักษณ์ กุประดิษฐ์ และ เฉลิมพร เย็นเยือก (2563) กล่าวว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองกับความต้องการของตนเอง หรือเพื่อตอบสนองความต้องการภายในในครัวเรือนและองค์กร ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการใช้การประเมินผลในสินค้าและบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการเพื่อวัตถุประสงค์เช่นว่านี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันในลักษณะด้านประชากรศาสตร์อยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองกับความต้องการของตนเอง โดยผู้บริโภคมุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (เวลา, เงิน, ความพยายาม) ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภค ยังอธิบายถึงเอกลักษณ์ในการบริโภคที่แตกต่างกัน 2 ประเภท ได้แก่ ผู้บริโภคส่วนบุคคลและผู้บริโภคในองค์กร โดยผู้บริโภคนั้นคือ บุคคลที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้เองและผู้บริโภคที่เป็นองค์กรทั้งหมดรวมถึงธุรกิจหรือองค์กรที่แสวงหาผลกำไรและไม่แสวงหาผลกำไรหน่วยงานของรัฐ ซึ่งทั้งหมดนี้ ต้องซื้อผลิตภัณฑ์อุปกรณ์และบริการเพื่อบริหารองค์กรของตน และพฤติกรรมของผู้บริโภคตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์โดยมีแนวคิดที่ว่าแต่ละคนมีการกระทำอย่างมีเหตุผลเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด (หรือความพึงพอใจ) ในการซื้อสินค้าและบริการ

2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

บุญญภณ เทพประสิทธิ์ (2558) กล่าวถึงประสิทธิภาพโดยทั่วไปไว้ว่าเป็นความสามารถในการใช้ทรัพยากรขององค์กรที่มีอยู่อย่างเหมาะสมเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร สำหรับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ สามารถกล่าวได้ว่าเป็นความสามารถของการดำเนินงานตามกิจกรรมด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนขององค์กร ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การควบคุมและการประเมินผลภายใต้ทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัด ในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นต่อองค์กรทั้ง ด้านการเงิน (Financial) และที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Financial) รวมไปถึงคุณค่าต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กร เช่น สังคม ชุมชน เป็นต้น

โดยทั่วไปคำว่าประสิทธิภาพ (efficiency) ในการปฏิบัติงานมักจะแยกไม่ออกกับคำว่าประสิทธิผลในการปฏิบัติงานเพราะการปฏิบัติงานนั้นจะมีประสิทธิภาพดีไปไม่ได้ถ้าหากว่าการปฏิบัติงานนั้นไม่มีประสิทธิผล ซึ่งนั่นก็หมายความว่า การปฏิบัติงานนั้น ๆ ก็จะไม่บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้แต่ในขณะเดียวกันการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลก็ อาจไม่จำเป็นว่าการปฏิบัติงานจะต้องมีประสิทธิภาพเสมอ เป็นเพราะว่าความหมายของคำว่าประสิทธิภาพนั้นมีผู้กล่าวไว้หลายท่านด้วยกัน

Millet (อ้างถึงใน สถิติ คำลาเลี้ยง, 2544, น. 13) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่มวลชน และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงานนั้น ๆ ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการที่ได้ให้กับผู้บริโภค โดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression service)

ควรรคิด ซโลธรังสี (2542) กล่าวว่าประสิทธิภาพ คือ ผลของการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการให้กับผู้บริโภค โดยพิจารณาได้ ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานที่ทุกคนเกิดมาล้วนมีความเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกันในการให้บริการกับผู้บริโภค จะได้รับการปฏิบัติในมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา หมายถึง การให้บริการที่ต้องคำนึงถึงความตรงเวลา และรวดเร็วต่อเหตุการณ์ ผลการปฏิบัติงานจะถือว่าไม่มีประสิทธิผล ถ้าไม่มีการให้บริการที่ตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการจะต้องมีจำนวนการให้บริการของสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ว่าด้วยความเสมอภาคหรือการตรงเวลา ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ หรือสถานที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรม อาจทำให้ผู้มารับบริการเกิดความไม่พอใจ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการที่มีความเสมอภาค เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดถึงประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ และควรมีการจัดอบรมเพื่อชักชวนความพร้อมความเข้าใจ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการให้บริการให้มีความเหมาะสม กระชับ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สมรรถนะหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ให้ได้ดีมากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เท่าเดิม

รพี แก้วเจริญ (2510, น. 5) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ ซึ่งไม่ได้หมายถึงปัจจัยการนำเข้าหรือความพึงพอใจ และยังพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ มีดังต่อไปนี้

สมยศ นาวิการ (2544, น. 14) ได้กล่าวว่าปัจจัย 7 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร คือ

1. กลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจ การพิจารณาจุดอ่อน จุดแข็งภายในองค์กร โอกาส และอุปสรรคภายนอก
2. โครงสร้าง (structure) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมจะช่วยให้การปฏิบัติงาน
3. ระบบ (Systems) ระบบขององค์กรที่จะบรรลุเป้าหมาย
4. แบบ (styles) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

5. บุคลากร (Staff) ผู้ร่วมองค์การ
6. ความสามารถ (Skill) ทักษะในการปฏิบัติงาน
7. ค่านิยม (Shared values) ค่านิยมร่วมของคนในองค์การ

บุญญภณ เทพประสิทธิ์ (2558) กล่าวว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance: LP) มักจะมีความสำคัญต่อการประเมินความสามารถหรือคุณภาพการดำเนินงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้ององค์กร เพื่อที่จะนำไปสู่การเปรียบเทียบประยุทธ์ (Benchmarking) กับองค์กรคู่แข่งชั้นที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะองค์กรชั้นเลิศ (Best-in-Class Company: BICC) เป็นตัวอย่างขององค์กรขนาดใหญ่หรือองค์กรที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ ที่มีการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance: LP) อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนประยุกต์ใช้เพื่อการวัดประเมินความสามารถของคู่แข่งชั้น

พลิชฐ์ ศักดิ์วานิชกุล (2561) กล่าวว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ คือ ผู้ให้บริการภายนอกเป็นกลุ่มของบุคคลหรือผู้ประกอบการภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานหนึ่งงานใด ซึ่งมีความสามารถเฉพาะด้านที่จะเข้ามารับบทบาทในการทำงานนั้น ๆ ได้ดีกว่าที่องค์กรจะดำเนินการด้วยตนเอง และจะทำภายใต้สัญญาเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าธรรมเนียมหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นการตอบแทน โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก ควรจะดีกว่าองค์กรที่ดำเนินการเอง ทั้งในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรือ อีกนัยหนึ่งก็คือ การให้ผู้ประกอบการที่ให้บริการภายนอกรับงานที่มีความสำคัญน้อยกว่าไปทำ โดยองค์กรเลือกที่จะดำเนินงานเฉพาะงานที่มีความสำคัญและคุ้มค่ากว่า การเลือกใช้ผู้ให้บริการภายนอก เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการจัดการความสมดุลของต้นทุน เวลา กับเงินที่ต้องจ่าย โดยทั่วไปผู้ให้บริการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ

1. ผู้ให้บริการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ (LSP) หรือ (2PL) ก็คือ การจัดการด้านการปฏิบัติงานโลจิสติกส์แบบดั้งเดิม เช่น การขนส่งและคลังสินค้า บริษัทที่ไม่มียานพาหนะหรือคลังสินค้าเป็นของตนเอง หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือโครงสร้างพื้นฐาน เหตุผลหลัก คือ เพื่อลดต้นทุนหรือลดการลงทุนในการซื้อสินทรัพย์

2. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 3PL (3PL/TPL) คือ การให้บริการกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำโดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในนามของผู้ส่งของโดยจะประกอบไปด้วย การบริการ การจัดการและการปฏิบัติการทางด้านการขนส่งรวมถึงการจัดการสินค้าคงคลัง

3. การบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างผู้นำ (LLM) คือ แนวคิดที่มีการวิวัฒนาการมาจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 3PL สำหรับการตอบสนองในด้านการให้บริการที่ดีกว่า ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถจัดการและบริหารงานโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนได้มากกว่า การควบคุมและการแจ้งข้อมูลในห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมไปถึงการให้บริการด้านเทคโนโลยี และการจัดการด้านธุรกิจด้วย

4. รูปแบบการจัดการแบบร่วมกัน (JOM) เป็นการให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน มีการกระจายความเสี่ยง มีแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุงอย่างลึกซึ้ง มีระบบเทคโนโลยีก้าวหน้า หัวใจหลักของความสำเร็จในส่วนนี้คือ เทคโนโลยีทางด้านข่าวสาร ข้อมูล และระบบ

สามารถสรุปความหมายของประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ได้ว่าเป็นการทำงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีความเชี่ยวชาญในงานนั้น ๆ เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เพิ่มขึ้นโดยใช้วิธีการวัดผลของการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการกับผู้บริโภค ซึ่งจะวัดได้จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบสนองต่อประสิทธิภาพเหล่านี้ เช่น การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นต้น

2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์

ปิยะนุช เหลืองงาม (2552) กล่าวว่าทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจจำแนกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทฤษฎีบรรทัดฐาน เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะต้องคำนึงถึงว่าแนวทางในการตัดสินใจ น่าจะเป็นหรือควรจะเป็นไปในทิศทางไหน จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งหากพิจารณาว่า แนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้นย่อมขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีตัดสินใจ จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ที่จะเป็นเครื่องกำหนดว่าปัญหานั้น ๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด

2. ทฤษฎีพรรณนา คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระความสำคัญที่ว่าด้วยการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่งๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะเป็นสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ชื่นชอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดหรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ กรรมวิธีหรือการเรียงลำดับของการกระทำ ซึ่งดำเนินการกระทำต่อไปจนสำเร็จในระยະหนึ่ง และก่อนหน้าทีผู้บริโภคจะแสดงความต้องการในการซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจออกมาเป็นแบบย่อยๆ อย่างเป็นกระบวนการ โดยจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการอยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539)

1. การรับรู้ถึงความต้องการ คือ การที่ผู้บริโภครู้ว่าตัวเองใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์อะไร
2. การค้นหาข้อมูล คือ ผู้บริโภคได้มีการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น แหล่งข้อมูลจากครอบครัว เพื่อน รวมถึงข้อมูลจากการสืบค้นต่าง ๆ เป็นต้น
3. การประเมินค่าทางเลือก ทำเพื่อการวัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมา ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดคุณสมบัติที่ผู้บริโภคเกิดความพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ได้ โดยบางครั้งการประเมินทางเลือกนี้ก็ไม่อาจประเมินเป็นตัวเลขเพื่อมาคำนวณได้ อาจต้องใช้สัญชาตญาณในการพิจารณา
4. การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการโดยประเมินทางเลือกเป็นการตัดสินใจ
5. การประเมินผลภายหลังการซื้อหรือใช้บริการ หลังจากที่ผู้บริโภคใช้บริการแล้ว บริการนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

Kotler & Armstrong (2009) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจข้อมูลของผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

1. การตระหนักถึงปัญหา (Need Recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการทางร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนาอันเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เช่น บุคคลที่เกิดความหิวมองเห็นร้านอาหารและเข้าไปซื้ออาหารบริโภคทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้ถูกสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการสนองความต้องการ เขาจะพยายามค้นหาข้อมูลจากการโฆษณา หรือจากคำแนะนำของเพื่อน ปริมาณข้อมูลที่ค้นหาขึ้นกับว่าบุคคลเผชิญกับการปัญหาามากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการถือเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลซึ่งผู้บริโภคแสดงหา และอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเลือก แหล่งข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ

- 2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เป็นต้น
- 2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า เป็นต้น
- 2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) ได้แก่ การควบคุม และการตรวจสอบการใช้สินค้า เป็นต้น

2.5 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สอง ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่ายและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่ว่าผู้บริโภคทุกคนหนึ่งในทุกสถานการณ์ซื้อกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน เช่น เบียร์มีคุณสมบัติปกติ คือ รสกลมกล่อม มีแอลกอฮอล์สูงหรือต่ำ ความขม ปริมาณบรรจุ และราคา เป็นต้น

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แต่ละตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องมี 2 ด้าน คือ ทัศนคติด้านบวก และทัศนคติด้านลบ ซึ่งจะมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated Situational Factors) ผู้บริโภคจะคาดคะเนปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายได้ที่คาดคะเนของครอบครัว การคาดคะเนต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และการคาดคะเนผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated Situational Factors) ขณะที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อนั้น ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนจะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคไม่ชอบลักษณะของพนักงานขาย หรือผู้บริโภคเกิดอารมณ์เสียหรือวิตกกังวลจากรายได้ นักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยที่ไม่ได้คาดคะเนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาด

จะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้คือ ความพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นฟังก์ชันของการคาดคะเน (Expectation = E) และการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ (Performance = P) ดังนั้นจะหาความพอใจภายหลังการซื้อ (Satisfaction = S)

5.1 ความพึงพอใจภายหลังการซื้อ (Post Purchase Satisfaction) เป็นระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลังจากที่ได้ซื้อสินค้าไปแล้ว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นหลายระดับ เช่น พึงพอใจอย่างมาก รู้สึกเฉยๆ หรือรู้สึกไม่พอใจ

5.2 การกระทำภายหลังการซื้อ (Post Purchase Actions) มีความพึงพอใจหรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมต่อเนื่องของผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ ก็จะมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง

5.3 พฤติกรรมการใช้และการกำจัดภายหลังการซื้อ (Post Purchase Use and Disposal) เป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องคอยติดตามว่าผู้บริโภคใช้และกำจัดสินค้านั้นอย่างไร ถ้าผู้บริโภคเก็บผลิตภัณฑ์ไว้โดยไม่ใช้ก็อาจเป็นไปได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่เป็นที่พึงพอใจ

ซซ์ หะซาเล็ม (2540) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาโดยใช้ข้อมูล หลักการ วิเคราะห์และเหตุผล เพื่อทำการวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุด ที่เหมาะสมที่สุด จากหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อนำมาประกอบและตอบสนองต่อเป้าหมายของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีจุดมุ่งหมายอย่างแน่นอนว่าตัดสินใจไปเพื่ออะไร

ตรีสุนันท์ อูปรมัย (2560) กล่าวว่า การตัดสินใจคือกระบวนการขั้นตอนสุดท้ายของการคิดพิจารณาอย่างมีเหตุผล และมีการวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุด โดยองค์ประกอบในการตัดสินใจจะต้องอาศัยปัจจัยทั้งภายในและภายนอก โดยมีการกำหนดพฤติกรรมทั้งหมด 6 อย่าง คือ ความจำเป็น/ความต้องการ สิ่งที่น่าสนใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การเรียนรู้ การรับรู้ ตลอดไปจนถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

บุญยวีร์ วชิรวงศ์ภิญโญ (2554) หลักเกณฑ์และแนวทางในการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

1. ประวัติการให้บริการและความน่าเชื่อถือของบริษัท

บริษัทผู้เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ มักจะให้ความสำคัญในเรื่องประวัติการทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ความน่าเชื่อถือของบริษัท ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท เงินทุนจดทะเบียนของบริษัท รายงานลูกค้าที่บริษัทเคยให้บริการ ฐานะทางการเงินของบริษัท และจำนวนบุคลากรของบริษัท ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่บริษัทต่าง ๆ ใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

2. ความสามารถในการให้บริการ รูปแบบและเครือข่ายการให้บริการ

ปัจจุบัน บริษัทผู้เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ เริ่มให้ความสำคัญกับบริการในลักษณะของ "Integrated Services" หรือการใช้บริการโลจิสติกส์หลายด้านที่เกี่ยวข้องกัน ไม่ว่าจะเป็นการขนส่ง การจัดเก็บดูแลสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า และการบริการนำเข้าสู่ส่งออก บริษัทต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดียวมากขึ้น ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับรูปแบบและบริการที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์นำเสนอ นอกจากนี้ยังเริ่มให้ความสำคัญกับเครือข่ายในการให้บริการ ไปยังแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคต่าง ๆ โดยมุ่งไปที่ขีดความสามารถในการให้บริการในภูมิภาคต่างจังหวัด และในต่างประเทศ เป็นสำคัญ

3. ระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่รองรับการให้บริการ

บริษัทจำนวนมาก ต้องการระบบสนับสนุนและช่วยเหลือให้การทำงานโลจิสติกส์ต่าง ๆ ที่ยุ่งยากเสียเวลา ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และง่ายต่อการปฏิบัติงานมากขึ้น ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์นำมาประยุกต์ใช้กับงานของตน เช่น ระบบ GPS (Global Positioning System) ในงานด้านการขนส่งและระบบซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการบริหารงาน เช่น ระบบ WMS (Warehouse Management System) ที่ใช้ในงานคลังสินค้า นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับระบบบาร์โค้ด หรือ ระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ที่ใช้ในการรับส่ง ตรวจสอบเช็คสินค้าต่าง ๆ

4. บริการเสริมต่าง ๆ ที่ช่วยให้บริษัทดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจุบันบริษัทจำนวนมาก จะให้ความสำคัญกับบริการเสริมอื่น ๆ ที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถช่วยเหลือ หรือดำเนินการแทนบริษัทได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานโลจิสติกส์ เช่น การรวบรวมข้อมูลหรือการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต รายงานการปฏิบัติงาน รายงานความเคลื่อนไหวของสต็อก หรือรายงานที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ดัชนีชี้วัดการทำงานต่าง ๆ ซึ่งบริการเสริมเพิ่มเติมเหล่านี้ นับวันจะเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับงานด้านโลจิสติกส์มากขึ้น

5. ราคาและความคุ้มค่าในการใช้บริการ

บริษัทส่วนใหญ่จะพิจารณาราคาค่าบริการ ในหลากหลายลักษณะ ทั้งในแบบเหมารวมหรือแยกตามรายการใช้บริการ ทั้งนี้ทั้งนั้นจะให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการใช้บริการมากขึ้น โดยจะพิจารณาถึงคุณภาพของบริษัท และความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการเป็นสำคัญ ราคาแม้เป็นปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ หรือตัดสินใจเลือกเอารายใดรายหนึ่ง แต่เริ่มมีความสำคัญน้อยลง และมีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยราคาค่าบริการส่วนมากที่ใช้ในปัจจุบันจะไม่ใช้การกำหนดตายตัว แต่จะมีการเปิดโอกาสให้มีการปรับขึ้นหรือปรับลงได้ ในกรณีที่มีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง เช่น กรณีที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ก็จะสามารถปรับราคาได้ เมื่อราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น หรือลดลง

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปการตัดสินใจใช้บริการ ว่าเป็นกระบวนการสุดท้ายที่มีการประมวผลทางความคิดออกมาอย่างเป็นเหตุเป็นผลเพื่อทำการเลือกแนวทางที่ถูกต้องและดีที่สุดต่อสถานการณ์ ขณะนั้นโดยให้บรรล่วัตถุประสงค์ตามที่บุคคลนั้น ๆ ตัดสินใจ หลักการวิเคราะห์และเหตุผล เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ทำได้จากการวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุด ที่เหมาะสมที่สุด จากหลาย ๆ ทางเลือกที่นำมาประกอบและตอบสนองต่อเป้าหมายของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีจุดมุ่งหมายอย่างแน่นอนว่าตัดสินใจไปเพื่ออะไร โดยมีการกำหนดพฤติกรรมทั้งหมด 6 อย่าง เพื่อตอบสนองต่อการตัดสินใจ คือ ความจำเป็น/ความต้องการ สิ่งที่จูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การเรียนรู้ และการรับรู้ เป็นต้น

2.4 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขนส่ง และรูปแบบการให้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท SCG Express

บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG Express) เป็นบริการขนส่งหน้าใหม่ไฟแรงที่ขึ้นชื่อในเรื่องคุณภาพการจัดส่ง โดยเป็นการทำสัญญาการร่วมมือกันระหว่างบริษัท เอสซีจี ซีเมนต์ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (SCG Cement-Building Materials) และ Yamato Asia Pte. Ltd. ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทอันดับหนึ่ง ในการให้บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน ในประเทศญี่ปุ่น จุดเด่นของพวกบริษัท คือ ความหลากหลายในด้านการบริการ สามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย พร้อมเปิดให้บริการในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์การขนส่ง คือ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG EXPRESS) ซึ่ง เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG EXPRESS) เป็นการให้บริการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วน (Small Parcel Delivery) มีทั้งในรูปแบบ B2B (ธุรกิจ ถึง ธุรกิจ) และ C2C (ผู้บริโภค ถึง ผู้บริโภค) โดยได้มีการขยายพื้นที่การให้บริการให้มีครอบคลุม ทั่วประเทศไทย ในปี 2018 และยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีที่สุดนอกเหนือจาก Lazada และ Kerry Express โดยเอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG EXPRESS) ยังพร้อมส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าทุกคน ที่ไว้วางใจเลือกใช้บริการของบริษัท และให้ความเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพการให้บริการ การส่งพัสดุดตรงตามเวลาที่กำหนด พัสดุไม่เกิดการเสียหายชำรุดระหว่างการขนส่ง และบริษัทมีการบริการที่เป็นมิตรของพนักงานทุกคน ภายใต้สโลแกน “Deliver Your Happiness” อีกทั้งบริษัท SCG EXPRESS ยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าพัสดุทุกชิ้นจะถูกจัดส่งถึงมือผู้รับอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ และตรงตามเวลากำหนด ด้วยระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย บริษัทจึงให้สัญญาว่า จะดูแลพัสดุของลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ “เสมือนแม่แมว คาบลูกแมวเอาไว้อย่างทะนุถนอม” (SCG EXPRESS, 2560)

วิสัยทัศน์ของบริษัท

ภายในปี 2564 วิสัยทัศน์ของบริษัท คือการเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ภายนอกที่โดดเด่นที่สุดด้วยเครือข่ายที่แข็งแกร่งและครอบคลุมมากที่สุดในประเทศไทย ตอนนี้เรามุ่งเน้นไปที่การให้บริการในกลุ่มอุตสาหกรรมและจะเร่งการเติบโตของเราโดยขยายไปสู่กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มการเกษตรและชิ้นส่วนยานยนต์

บริการโลจิสติกส์ของเราครอบคลุมการขนส่งและคลังสินค้าภายในประเทศ / ต่อเนื่องหลายรูปแบบและบริการเสริมใด ๆ ที่ลูกค้าเป้าหมายของเราต้องการ เรากำลังขยายบริการของเราไปยังผู้ใช้ปลายทางและการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศแบบ end-to-end

บริษัทจะขยายสถานะเข้าไปในประเทศ GMS และอินโดนีเซียโดยใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญของเราตลอดจนเครือข่ายลูกค้าและผู้ให้บริการ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างมูลค่าผ่านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งไปที่การดำเนินงานและการบริการที่เป็นเลิศและระบบไอทีที่ครบวงจรเพื่อสนับสนุนธุรกิจของลูกค้าของเราอย่างเต็มที่

อีกทั้งบริษัท เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าเราสามารถรักษาธุรกิจของเราได้โดยการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานและผู้ให้บริการของเราตลอดจนการยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของเราและทำงานอย่างใกล้ชิดกับชุมชนท้องถิ่นที่เราดำเนินงาน (SCG LOGISTIC, 2563)

บริการทั้งหมดของ SCG Logistics

โดย SCG Logistics มีการบริการให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภายในและต่างประเทศแบบครบวงจรของบริษัททั้งหมด 7 ประเภท ดังนี้

1. บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ได้แก่ การขนส่งแบบเต็มเที่ยว รวมเที่ยวขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ขนส่งและติดตั้งสินค้าขนาดใหญ่ และขนส่งพัสดุด่วน
2. บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ บริการนำเข้าส่งออก ขนส่งสินค้าข้ามแดน ขนส่งสินค้าในต่างประเทศ และบริการท่าเรือ
3. บริการคลังสินค้า ได้แก่ บริการพื้นที่และบริหารจัดการคลังสินค้าทั่วไป คลังสินค้า GMP และคลังสินค้าสำหรับนำเข้าส่งออก
4. บริการ Fulfillment: ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ทำ E-Commerce คอยจัดการเรื่องการเก็บ การแพ็ค ส่งสินค้าให้กับลูกค้า
5. บริการคลัง และขนส่งสินค้าห้องเย็น
6. บริการโซลูชันธุรกิจ ได้แก่ บริการที่ปรึกษา บริการด้านซอฟต์แวร์
7. บริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และบริการจัดหาบุคลากรในด้านโลจิสติกส์ (SCG LOGISTIC, 2563)

รูปแบบการให้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศ

บริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG Express)



ภาพที่ 2.2 การให้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศทั้งหมดของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (SCG EXPRESS, 2560)

SCG EXPRESS มีบริการขนส่งพัสดุภายในประเทศด้วยกัน 5 ประเภท ดังนี้

1. บริการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน นอกจากนี้ยังมีบริการเสริม อาทิ บริการส่งพัสดุให้ใหม่ในกรณีผู้รับไม่อยู่บ้าน โดยลูกค้าสามารถติดตามสถานะสินค้าได้ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งบริการนี้เป็นบริการส่งสินค้าทั่วไปที่น้ำหนักไม่เกิน 25 กิโลกรัม และขนาด กว้างXยาวXสูง รวมกันแล้วต้องไม่เกิน 160 เซนติเมตร

2. บริการส่งพัสดุแบบควบคุมอุณหภูมิทั้งแบบแช่เย็นและแช่แข็ง โดยพัสดุที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ เช่น ของสด อาหารทะเล ผลไม้ ซึ่งสามารถควบคุมให้พัสดุอยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมได้ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง จะมีรูปแบบการให้บริการระบบควบคุมอุณหภูมิ 2 แบบ ที่สามารถช่วยเก็บรักษาความสดและรสชาติให้กับสินค้าของคุณ คือ บริการส่งสินค้าแช่เย็น > ระบบควบคุมอุณหภูมิที่รักษาความเย็นได้ที่ 0-8 องศาเซลเซียส และบริการส่งสินค้าแช่แข็ง > ระบบควบคุมอุณหภูมิที่รักษาความเย็นได้ต่ำกว่า -15 องศาเซลเซียส โดยขนาดสินค้า 40-120 เซนติเมตร ราคาเริ่มต้นที่ 140-250 บาท

3. บริการส่งเอกสารด่วน ระหว่างบริษัทถึงบริษัทโดยให้บริการครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

4. บริการเก็บเงินปลายทาง (Cash on Delivery หรือ COD) คือ บริการเก็บเงินค่าสินค้าที่ปลายทาง ทั้งในรูปแบบเงินสดและบัตรเครดิต

5. บริการขนส่งสินค้าที่บริษัทพร้อมจะไปรับ พืช ผัก ผลไม้ หรือ อาหารทะเลจากหน้าฟาร์ม และส่งตรงถึงมือผู้บริโภค โดยระยะเวลาการจัดส่งที่รวดเร็ว พร้อมกับระบบการจัดส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะได้สัมผัสกับรสชาติที่สดใหม่เหมือนไปทานอยู่ที่ฟาร์ม นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยให้เกษตรกรไทย มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เนื่องจากระบบ Farm to table เป็นระบบการจัดส่งและการซื้อขายสินค้าแบบใหม่ที่เกษตรกรไม่จำเป็นต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางอีกต่อไป (SCG EXPRESS, 2560)

ข้อดี-ข้อเสียของบริษัท

ข้อดี

1. เป็นการบริการส่งของที่มีความหลากหลาย อาทิเช่น ทั้งแบบ B2B (ธุรกิจ ถึง ธุรกิจ) B2C (ธุรกิจ ถึง ผู้บริโภค) และ C2C (ผู้บริโภค ถึง ผู้บริโภค)

2. มีจุดบริการรับของจำนวนมาก

3. SCG เป็นบริษัทขนส่งที่นำเข้าด้านนวัตกรรมการส่งของแบบที่เรียกว่า “การควบคุมอุณหภูมิ” ทำให้แม่ค้าพ่อค้าที่ขายของสด อาทิเช่น อาหารทะเลสด ทุเรียน หรือของใด ๆ ที่ต้องอยู่ในอุณหภูมิก็สามารถใช้บริการขนส่งของ SCG ได้

4. หากต้องการส่งของแบบขนาดใหญ่หรือของจำนวนมาก สามารถเรียกใช้บริการให้มารับถึงหน้าบ้านได้ ถือว่าสะดวกมาก ๆ

ข้อเสีย

1. เนื่องจากยังเป็นบริษัทส่งของหน้าใหม่ ระบบจัดการต่าง ๆ ยังไม่ดีพอและยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนเท่าที่ควร ซึ่งพื้นที่กำกับจะมีแค่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

2. พนักงานส่งของยังมีในเรื่องของการไม่ชำนาญในพื้นที่ในการจัดส่ง

3. จากประสบการณ์ส่วนตัว บางครั้งก็มาส่งเร็วมาก บางครั้งก็มาส่งล่าช้ามาก ยังคงไม่มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีและเสถียรเท่าที่ควร

4. พัสดุทุกชิ้นจะต้องไปคัดแยกที่ศูนย์บางนา กรุงเทพฯ เนื่องจากยังไม่มีศูนย์คัดแยกของแต่ละภูมิภาค สิ่งนี้ทำให้เกิดความล่าช้า (true ID, 2563)

ราคาค่าบริการของ SCG Express





ราคาขนส่ง กล่องพัสดุ



ขนาดไม่เกิน	แบบปกติ	แบบควบคุมอุณหภูมิ
40 ซม.	40.-	—
60 ซม.	70.-	140.-
80 ซม.	90.-	160.-
100 ซม.	130.-	210.-
120 ซม.	180.-	260.-
140 ซม.	240.-	—
160 ซม.	270.-	—

ราคาค่าบริการ

- กรุงเทพฯ <-> ภาคตะวันออก
- ภายในภาคตะวันออก

ขนาดไม่เกิน	ราคาค่าบริการ TA-Q-BIN (บาท/กล่อง)
S 40 / Document	50.-
S 60	85.-
S 80	105.-
S 100	145.-
S 120	210.-
S 140	270.-
S 160	300.-

***ราคาค่าบริการ - กรุงเทพฯและปริมณฑล

• ราคาค่าขนส่งในจังหวัดอื่น เช่น กาฬสินธุ์ ได้รับส่วนลดเพิ่ม 50 บาท 100บาทต่อส่ง 3 วัน ขึ้นจากวันจัดส่ง (2-3)

ภาพที่ 2.3 แสดงราคาค่าบริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (true ID, 2563)

พื้นที่การให้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศ

ต้นทาง	ปลายทาง	
กรุงเทพฯ ปริมณฑล (Bangkok & Vicinity)	ทั่วประเทศ <small>ได้รับวันถัดไป *ยกเว้นพื้นที่ทางไกล (ได้รับภายใน 2-4 วัน)</small>	
ต่างจังหวัด (Provincial)	กรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดภายในภาคเดียวกัน <small>ได้รับวันถัดไป</small>	จังหวัดอื่น ๆ ข้ามภาค <small>ได้รับภายใน 2-3 วัน</small>

*บริการขนส่งวันถัดไปในการเปลี่ยนแปลงโดยไม่มีคำสั่งแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ส่ง ทั่วประเทศ แล้ววันนี้!

ภาคเหนือ



- ลำปาง
- ลำพูน
- น่าน
- แม่ฮ่องสอน
- จุฬารัตน์
- อุทัยธานี
- กำแพงเพชร
- ตาก
- เชียงใหม่

ภาคอีสาน

- พิษณุโลก
- เพชรบูรณ์
- พิจิตร
- พะเยา
- เพชรบูรณ์
- แม่ฮ่องสอน*
- สุโขทัย
- เชียงราย

ภาคตะวันออก

- ศรีสะเกษ
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง
- อ่างทอง

Update 11/12/2562

ภาพที่ 2.4 แสดงพื้นที่การให้บริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด (true ID, 2563)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎา เครือชาลี (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยหลัก คือ จัดกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการหรือกำลังตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งพัสดุ 1 ครั้งต่อเดือน ผู้ใช้บริการนำส่งพัสดุมากที่สุดและสินค้าประเภทของใช้ทั่วไปจะเป็นที่นิยมรองลงมา ผู้ใช้บริการมักจะพิจารณาการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงานขนส่งพัสดุและความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ อีกทั้งยังพิจารณาถึงการมีความรู้เกี่ยวกับการบริการและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนรวมถึงความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความถูกต้องและตรงเวลามากถึง 56% และให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคามากถึง 44% ดังนั้นบริษัทขนส่งจึงต้องให้ความสำคัญในด้านความถูกต้องและเวลาประกอบกับต้องมีราคาที่เหมาะสมกับบริการ

กฤษฎา เขียววิวัฒนสุข และ สมพล พุ่มหว่า (2562) ทำการศึกษาผลของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ให้บริการขนส่ง โดยทำการศึกษาระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการวิจัยสรุปว่า สำหรับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรม และในด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าผู้ให้บริการ ส่วนบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด มีคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ และในด้านการเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าผู้ให้บริการ สำหรับบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด พบว่าคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าผู้ให้บริการ

กรชนก นภากรวัฒนนนท์ และ นพปฏิล สุวรรณทรัพย์ (2558) การศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ส่วนมากจะเข้ามาใช้เดือนละ 1-3 ครั้ง เนื่องจากผู้ค้าออนไลน์จะมีการกำหนดวันที่จะเข้ามาใช้ในการส่งสินค้า อีกทั้งบริษัทไปรษณีย์ไทย ควรมีการให้บริการแบบออนไลน์เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และเมื่อมีการให้บริการในรูปแบบออนไลน์ กลุ่มผู้ค้าออนไลน์จึงต้องการให้มีการฝากส่งแบบ Door to Door โดยเมื่อทำการลงทะเบียนฝากส่งทางออนไลน์แล้ว จากนั้นพนักงานควรมารับสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของผู้ค้าออนไลน์จากหน้าบ้านของผู้ที่ลงทะเบียนฝากส่ง ไปยังบ้านผู้รับ หรือจุดหมายปลายทาง โดยวิธีการนี้ จะทำให้กลุ่มของผู้บริโภคลดต้นทุนในการเดินทางไปส่งสินค้าด้วยตนเอง และยังลดการชำระค่าฝากส่งอีกด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มากขึ้นอีกด้วย

ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งแบ่งตัวอย่าง เป็น 2 กลุ่มคือ บริษัท DHL และ FedEx ผลการศึกษาความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ครั้งนี้ พบว่าปัจจัยการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ ปัจจัยการทำงานด้วยความโปร่งใสมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจใช้บริการ โดยพบว่าบริษัทมีการให้บริการ แบบไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ปลูกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมและมีความสุจริตในการทำงาน เพื่อให้ผู้บริโภค เกิดความประทับใจในการใช้บริการ ด้านการบูรณาการภายในส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ ของผู้บริโภค การบูรณาการภายในเป็นการประสานงานกันในแต่ละแผนกภายในบริษัท โดยองค์กรได้ให้ ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้ทำงาน ได้ดียิ่งขึ้น ปัจจัยด้านระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการของผู้บริโภค เป็นผลมาจากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการเพิ่ม มากขึ้น และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยบริษัท FedEx และ DHL มีการให้บริการรับคืนสินค้าในกรณีต่าง ๆ หรือการให้บริการแก่ผู้บริโภคนอกสถานที่ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการจะรู้สึกสะดวกต่อการเข้ารับบริการ พร้อมทั้งยังกลับมาใช้ บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอด้วยความพึงพอใจ

ฉาไลศา กำจัดภัย (2554) ได้ทำการศึกษา การจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การให้บริการของลูกค้าภายนอกองค์กร โดยกรณีศึกษาที่ใช้ศึกษาเป็นบริษัท NML ผลของการวิจัยนี้ พบว่าปัญหาจากการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ปัจจัยหลักที่เป็นปัญหาของการให้บริการคือ การให้ บริการหลังการขายต่อผู้บริโภค ยังไม่สามารถตอบเจตจำนงของผู้บริโภคได้ พร้อมทั้งยังขาดคุณภาพ ความเร็ว และมาตรฐานในการบริการอีกด้วย รวมถึงพนักงานยังขาดทักษะในการทำงาน ความรู้ความสามารถ และยังมีขั้นตอนในการทำงานที่มากมายหลายขั้นตอน จากปัญหาที่พบนั้น ทางผู้วิจัยจึงเห็นว่า บริษัท NML ควรแก้ไขที่ปัญหภายในก่อน ซึ่งก็คือการบริการที่ขาดคุณภาพ ดังนั้น บริษัท NML จำกัด จึงควร หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาซึ่งเป็นสาเหตุจากภายใน คือ การบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ และปรับเปลี่ยน กระบวนการทำงาน เพื่อลดต้นทุนในด้านโลจิสติกส์ได้อีกด้วย

ญูธาธิณี เหลืองทรัพย์ทวี (2560) ได้ทำการศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอกซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ศึกษาคุณภาพ การให้บริการในทุกด้านที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเช่นเดียวกับภาพลักษณ์ ตราสินค้า ที่โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อนำไปพิจารณากับระดับการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจใช้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอกซ์เพรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ ผู้ใช้ คุณสมบัติ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และคุณค่า ซึ่งทั้ง 4 อย่างนี้ สามารถนำมาร่วมกันเพื่อใช้พยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่ง เอกชนเคอรี่ เอกซ์เพรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ร้อยละ 59.40 ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ .01

ณิชมาภัทร บัวแก้ว และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยการวิจัย ศึกษาผู้ใช้บริการเคอรี่ เอ็กซ์เพรส และ ไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส แตกต่างกันในด้านอายุ แต่ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย แตกต่างกันในด้านเพศและรายได้ และในส่วนของคุณภาพที่คาดหวัง และคุณภาพที่ได้รับก็มีคิดเห็นแตกต่างกันทั้ง 2 บริษัท นอกจากนี้ยังพบว่า คุณภาพที่ได้รับในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของไปรษณีย์ไทย ซึ่งประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเพียงพอของผู้ใช้บริการส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี

ณิชมน สาริพันธ์ และ รุ่งนภา กิตติลาภ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่ง ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าส่งศูนย์การค้าส่งประตูน้ำขอนแก่นและศูนย์การค้าส่งอู่ฟู่จำนวน 291 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการลูกค้ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และความสะดวกในการรับสินค้าอยู่ในอันดับที่ 2 ซึ่งในด้านราคาและเวลาในการให้บริการที่เหมาะสมจะมีความสำคัญมากสำหรับที่ลูกค้าจะเลือกบริษัทขนส่ง รวมไปถึงความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทบวกกับบริษัทที่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการค้าส่งศูนย์การค้าส่งประตูน้ำขอนแก่นและศูนย์การค้าส่งอู่ฟู่ จะเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ค้าส่ง เป็นประเภทธุรกิจส่วนตัวซึ่งเป็นของเล่นของใช้ มีการจัดส่งสินค้า 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และจะอยู่ช่วงเวลาในการส่งสินค้า 14.00-17.00 น. ซึ่งบริการขนส่งที่ใช้บริการ คือ Kerry มีค่าใช้จ่ายประมาณอยู่ที่ไม่เกิน 1,000 บาท/ครั้ง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้าตามเวลา รองลงมาเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องความมีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องการตรวจสอบรายการส่งสินค้าถึงจุดหมายปลายทางได้ตลอดระยะทาง

บุญยวีร์ วชิรวงศ์ภิญโญ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัท นิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จากการศึกษาผลการวิจัยพบว่า กลุ่มบริษัทในนิคมอมตะนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ อยู่ในระดับดี ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นด้าน ๆ โดยเรียงจากด้านมากไปด้านน้อยพบว่า ความคิดเห็นด้านราคาและความคุ้มค่าในการให้บริการของกลุ่มบริษัทอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านความสามารถในการให้บริการ รูปแบบและเครือข่ายการให้บริการ ด้านบริการเสริมต่าง ๆ ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่รองรับการให้บริการ และสุดท้ายจะเป็นด้านประวัติการให้บริการและความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยพบว่าระยะเวลาดำเนินการ โครงสร้างของผู้บริหาร และจำนวนพนักงานมีระดับความคิดเห็นในด้านประวัติการให้บริการและความน่าเชื่อถือที่ต่างกัน ซึ่งกลุ่มของบริษัทที่มีพนักงานในองค์กรต่างกัน จะให้ความคิดเห็นในด้านความสามารถในการให้บริการ รูปแบบและเครือข่ายการให้บริการที่ต่างกันอีกด้วย

เบญจพร สุวรรณแสนทวี (2559) ได้ศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.940 ผลการศึกษาพบว่า การบริการลูกค้าด้านการขนส่งตรงตามเวลา และการมีบริการที่อำนวยความสะดวกหลังการขาย เช่น หากพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีมารยาท และถ้ามีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในกรณีเร่งด่วนในการส่งมอบสินค้า จึงเป็นอีกเหตุผลในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ ต้องมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ และลักษณะองค์กรผู้ให้บริการจะต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจในองค์กรโดยมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนในองค์กร จึงจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการใช้เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เหมาะสม

ปรีชา วิทยาภรณ์ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนส่ง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้บริการ จำนวน 440 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลจำนวนเงินทุนจดทะเบียน 5,000,000-10,000,000 บาท ประเภทขนส่งบรรจุหีบห่อ ประเภทของสินค้าที่ใช้บริการเป็นสินค้าที่ยากต่อการเสียหาย และใช้บริการจำนวน 5-10 ครั้งต่อเดือน และในส่วนผู้ให้บริการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา และด้านสภาพรถบรรทุก ผู้ใช้บริการให้อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ใช้บริการใช้พิจารณาในการตัดสินใจ ให้อยู่ในระดับปานกลาง อีกทั้งผู้ใช้บริการที่มีประเภทขององค์กรธุรกิจ จำนวนเงินทุนจดทะเบียนประเภทขนส่งบรรจุประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสภาพรถบรรทุก และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ไม่แตกต่างกัน

วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์นะ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพ การให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจ เพราะพนักงานที่ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านกรให้ความมั่นใจทั้ง 2 ด้านนี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และการตระหนักถึงราคาก็สามารถส่งผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชน ภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยได้ทำพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 โดยในส่วนของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ในด้านของด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่น ๆ มากกว่า

Ana I, Israel R and Santiago Broncano (2017) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกรูปแบบการขนส่ง: กรณีศึกษา การเดินทางใน toledo กรุงมาดริด พบว่าการบริโภคสินค้าหรือบริการ

การในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลเกี่ยวข้องกับทางเลือกระหว่างชุดทางเลือกที่ไม่ต่อเนื่อง เช่น การเลือกรูปแบบการขนส่ง ซึ่งวิธีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแบบจำลอง แบบจำลองเหล่านี้ยังระบุถึงการตัดสินใจของกลุ่มบุคคลที่ได้มีการกำหนดอย่างเป็นทางการ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ บริการขนส่งและการเดินทางระยะสั้นใน Toledo กรุง Madrid การเดินทางใน Toledo กรุง Madrid มีลักษณะเป็นระยะทางสั้น ๆ โดยจะมีรถไฟความเร็วสูงให้เลือกในการเดินทางที่จะเดินทางไปสนามบินพร้อม และมีรถบัสและรถยนต์เป็นอีกทางเลือก โดยการใช้แบบจำลองการขนส่งแบบแยกส่วนกับข้อมูลการสำรวจความชอบ พบว่าความต้องการของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกและการเตรียมการชำระเงินของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจที่สุด เนื่องจากข้อกำหนดการชำระเงินเหล่านี้อาจกำหนดเงื่อนไขการใช้บริการขนส่งบางประการเพื่อส่งเสริมการใช้การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่กรมกล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยในหน้าที่ 22



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำศึกษา จากจำนวนของกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน รุจิรา ตันเทอดทิตย์, 2559) ที่มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

กำหนดให้ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด 986,190 คน
e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดให้
ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05

$$= \frac{986,190}{1+986,190(0.05)^2}$$

$$= 399.84 \quad \text{หรือประมาณ 400 ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2.3 การสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 7 อำเภอ ให้เหลือเพียง 4 อำเภอ ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด โดยดูจากตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรทั้ง 7 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี (การเคหะแห่งชาติ, 2562)

ชื่ออำเภอ	จำนวนประชากร
อำเภอเมืองปทุมธานี	208,118
อำเภอลองหลวง	284,647
อำเภอธัญบุรี	212,308
อำเภอหนองเสือ	54,153
อำเภอลาดหลุมแก้ว	67,674
อำเภอลำลูกกา	281,117
อำเภอสสามโคก	55,587
รวม	1,163,604

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากอำเภอที่เลือกในขั้นตอนที่ 1 โดยใช้เกณฑ์ประชากรทั้งหมดที่จะทำการสุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะได้สัดส่วนของจำนวนตัวอย่างแต่ละอำเภอ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การแบ่งสัดส่วนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 อำเภอ

ชื่ออำเภอ	จำนวนประชากรทั้งหมด	คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
อำเภอเมืองปทุมธานี	208,118	$208,118 \times 400 / 986,190$	85
อำเภอลองหลวง	284,647	$284,647 \times 400 / 986,190$	115
อำเภอธัญบุรี	212,308	$212,308 \times 400 / 986,190$	86
อำเภอลำลูกกา	281,117	$281,117 \times 400 / 986,190$	114
รวม	986,190		400

ผู้วิจัยได้ศึกษาพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ โดยพบว่าจุดให้บริการของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส ใน 4 อำเภอ มีทั้งหมด 33 สาขา ผู้วิจัยได้จำแนกจำนวนที่ใช้แจกแบบสอบถาม ซึ่งจำแนกตามอำเภอ ให้ความสะดวกต่อการวิเคราะห์และประมวลผล ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 บริเวณที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามทั้ง 4 อำเภอ

ชื่ออำเภอ	บริเวณที่เก็บแบบสอบถาม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
อำเภอเมืองปทุมธานี	เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอเมืองปทุมธานี (2 สาขา)	85
อำเภอคลองหลวง	เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอคลองหลวง (10 สาขา)	115
อำเภอธัญบุรี	เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอธัญบุรี (5 สาขา)	86
อำเภอลำลูกกา	เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในอำเภอลำลูกกา (16 สาขา)	114
รวม		400

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดให้อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอคลองหลวง อำเภอธัญบุรี และอำเภอลำลูกกา ในจังหวัดปทุมธานีไม่มีความแตกต่างกันในด้านของข้อมูลและด้านลักษณะของประชากร รวมทั้งทุกคนมีโอกาที่จะถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรเท่ากัน โดยกำหนดให้อำเภอเมืองปทุมธานีจำนวน 85 ตัวอย่าง อำเภอคลองหลวง จำนวน 115 ตัวอย่าง อำเภอธัญบุรีจำนวน 86 ตัวอย่าง และอำเภอลำลูกกา จำนวน 114 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบด้วย 4 ส่วน พร้อมทั้งอธิบายวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ มีจำนวน 5 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ในส่วนพฤติกรรมผู้ใช้บริการโดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ มีจำนวน 8 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ โดยลักษณะเป็นคำถามปลายปิดมีทั้งหมด 18 ข้อ โดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยน้อยที่สุดถึงเห็นด้วยมากที่สุด โดยข้อคำถามแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2) การให้บริการอย่างรวดเร็ว 3) ทัศนวิสัย

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งเป็นคำถามแบบ Likert Scale ใช้ระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับการให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

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

โดยเป็นกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยของการประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์
1.00 - 1.80	ระดับประสิทธิภาพการบริการน้อยที่สุด
1.81 - 2.61	ระดับประสิทธิภาพการบริการน้อย
2.62 - 3.42	ระดับประสิทธิภาพการบริการปานกลาง
3.43 - 4.23	ระดับประสิทธิภาพการบริการมาก
4.24 - 5.00	ระดับประสิทธิภาพการบริการมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยลักษณะเป็นคำถามปลายปิดมีทั้งหมด 5 ข้อ โดยคำถามแบ่งเป็นระดับตั้งแต่เห็นด้วยน้อยที่สุดถึงเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งเป็นคำถามแบบ Likert Scale ใช้ระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับการให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

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

โดยเป็นกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยของการประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์
1.00 - 1.80	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้น้อยที่สุด
1.81 - 2.61	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้น้อย
2.62 - 3.42	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้ปานกลาง
3.43 - 4.23	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้มาก
4.24 - 5.00	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้มากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ และเกณฑ์กำหนดการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ วรรณกรรม ผลงานวิจัยต่าง ๆ แนวคิด

ขั้นที่ 2 กำหนดขอบเขตหรือนิยามตัวแปรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาขอบเขตงานวิจัย นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และให้คำแนะนำ จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content validity) แล้ววิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruency) ดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป (นาถรพี ชัยมงคล, กฤษดา เขียววัฒนสุข, สุรพร อ่อนพุทธา, นลินี สุขวิสัย และนภาสรณ์ พงษ์ว่าง, 2561)

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ลักษณะการทำงานใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาจริง ตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อ (Reliability) โดยการใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha (Cronbach's α) 0.7 ขึ้นไป

4.1 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงนำไปทดลองใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจสอบความเชื่อมั่นวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method : α -Coefficient) (Cronbach, 1951 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, น. 200) มีสูตรคำนวณดังนี้

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปรแฝงในแบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านการบริการอย่างเท่าเทียม	3	0.919
ด้านการบริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4	0.824
ด้านการบริการอย่างเพียงพอ	4	0.871
ด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง	3	0.894
ด้านการบริการอย่างก้าวหน้า	4	0.909
การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค	5	0.922

4.2 การทดสอบการปกติของข้อมูล (Normality)

การทดสอบการปกติของข้อมูลหรือการแจกแจงข้อมูลสามารถวัดได้จากค่าสถิติ Skewness (SK : การกระจายที่สมมาตร) และค่า Kurtosis (KU : ความสูงของการกระจาย) (Tabachnick and Fidell 2007, อ้างถึงใน กริช แรงสูงเนิน, 2554, น. 101) กล่าวว่าช่วงค่าตัวเลขที่ -3.0 ถึง +3.0 จะแสดงถึงการกระจายข้อมูลแบบปกติ

ตารางที่ 3.5 แสดงการกระจายข้อมูล

ตัวแปร	Mean	S.D.
1. ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์		
1.1 ด้านการบริการอย่างเท่าเทียม	4.10	0.673
1.2 ด้านการบริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4.13	0.590
1.3 ด้านการบริการอย่างเพียงพอ	3.98	0.654
1.4 ด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง	4.11	0.680
1.5 ด้านการบริการอย่างก้าวหน้า	4.10	0.639
2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค	3.99	0.712

จากตารางที่ 3.5 แสดงผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูล ตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝง ด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ จำนวน 5 ตัวแปร และการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค จำนวน 1 ตัวแปร รวมทั้งสิ้น 6 ตัวแปร พบว่าการแจกแจงข้อมูลทั้ง 6 ตัวแปร มีการแจกแจงแบบปกติ เนื่องจากมีค่าการกระจายที่สมมาตร (Skewness) (Kurtosis) และความสูงของการกระจายอยู่ในช่วง -3.0 ถึง +3.0

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลรวบรวมได้มาจัดการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในเรื่อง พฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี โดยผู้ทำการวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ในพื้นที่ 4 อำเภอ ที่ได้กำหนดในจังหวัดปทุมธานี และนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้รวบรวมสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำมาลงรหัส เพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมเอกสาร ตำรา บทความ วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และอภิปรายผลในงานวิจัยครั้ง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมุ่งศึกษาลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและรอรับแบบสอบถามที่เสร็จเรียบร้อยแล้วกลับคืนด้วยตนเอง

2. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบตามจำนวนที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ นับจำนวนและทำการจัดเก็บเพิ่มเติมให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ และแยกแบบสอบถามฉบับไม่สมบูรณ์ออก

3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงรหัสโดยกำหนดเลขที่ของแบบสอบถามในแต่ละชุด ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

4. ลงรหัสที่ได้กำหนดไว้แล้วใน Code Book มาลงในแต่ละข้อของแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูป

5. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งได้แก่ ความถี่ จำนวนเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ จำนวนเงินที่ให้บริการ และสาเหตุในการใช้บริการ ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 4 ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง หรือเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย

2.1 การใช้สถิติทดสอบแบบ Independent Sample t-test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.2 การใช้สถิติทดสอบแบบ One-way ANOVA (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัดจังหวัดปทุมธานี ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.3 ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ Multiple Regression Analysis เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระระหว่าง พฤติกรรมการใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 95%

บทที่ 4

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของพฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด และประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ทั้งหมด 4 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยแบ่งสัดส่วนผู้มาใช้บริการดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการในแต่ละอำเภอ

อำเภอ	จำนวนผู้มาใช้บริการ	ร้อยละ
เมืองปทุมธานี	85	21.3
คลองหลวง	115	28.7
ธัญบุรี	86	21.5
ลำลูกกา	114	28.5
รวม	400	100.0

โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและนำมาแสดงผลการวิเคราะห์

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ประเภทการให้บริการ ความถี่ จำนวนเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่มาใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้บริการ และสาเหตุในการใช้บริการ ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	153	38.3
หญิง	247	61.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	105	26.2
21 - 30 ปี	178	44.5
31 - 40 ปี	73	18.3
41 - 50 ปี	38	9.5
มากกว่า 50 ปี	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือมีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็น

ร้อยละ 26.2 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	142	35.5
ปริญญาตรี	228	57.0
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	147	36.7
พนักงานบริษัทเอกชน	110	27.5
เจ้าของธุรกิจ	114	28.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	6.3
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เป็นอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	109	27.3
10,001 - 20,000 บาท	153	38.2
20,001 - 30,000 บาท	116	29.0
30,001 - 40,000 บาท	19	4.7
40,001 - 50,000 บาท	3	0.8
50,001 บาท ขึ้นไป	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 รายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ประเภทการให้บริการ ความถี่ จำนวนเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ วันที่มาใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้บริการ และสาเหตุในการใช้บริการ ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทการให้บริการ

ประเภทการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลทั่วไป	188	47.0
ร้านค้าออนไลน์	159	39.7
ร้านค้าปลีก/ส่ง	53	13.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา เป็นร้านค้าออนไลน์ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ร้านค้าปลีก/ส่ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่

ความถี่การใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 3 ครั้งต่อเดือน	164	41.0
4 - 6 ครั้งต่อเดือน	110	27.5
ความถี่การใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7 - 9 ครั้งต่อเดือน	109	27.2
มากกว่า 9 ครั้งต่อเดือน	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่การใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา 4 - 6 ครั้งต่อเดือนจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 7 - 9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 มากกว่า 9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	115	28.7
15 - 30 นาที	151	37.8
30 - 45 นาที	111	27.7
45 นาที - 1 ชั่วโมง	12	3.0
1 ชั่วโมงขึ้นไป	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่ใช้บริการอยู่ที่ 15 - 30 นาที จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 30 - 45 นาที จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 45 นาที - 1 ชั่วโมง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 1 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา

ช่วงเวลาการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น.	72	18.0
11.00 น. - 13.30 น.	108	27.0
13.30 น. - 16.00 น.	80	20.0
16.00 น. - ปิดทำการ	140	35.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา การใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการช่วง 16.00 น. - ปิดทำการ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาช่วง 11.00 น. - 13.30 น. จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 30 - 45 นาที ช่วงตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ช่วง 13.30 น. - 16.00 น. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันในการใช้บริการ

วันในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์	53	13.3
วันอังคาร	49	12.2
วันพุธ	80	20.0
วันพฤหัสบดี	51	12.7
วันศุกร์	72	18.0
วันเสาร์	95	23.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการในวันเสาร์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาวันพุธ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 วันศุกร์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 วันจันทร์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 วันพฤหัสบดี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 วันอังคาร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายการ
ใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายการให้บริการ/ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	148	37.0
101 - 200 บาท	131	32.7
201 - 300 บาท	102	25.5
301 บาท ขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่าย
การให้บริการต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส
จำกัด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็น
101 - 200 บาทต่อครั้ง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 201 - 300 บาทต่อครั้ง จำนวน 102 คน
คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 301 บาทขึ้นไปต่อครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทบริการ

ประเภทการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน	203	50.6
การขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง	149	37.3
บริการส่งเอกสารด่วน	19	4.8
บริการเก็บเงินปลายทาง (COD)	16	4.0
การขนส่งสินค้าที่ไปรับสินค้าจากหน้าฟาร์ม และส่งตรงถึงบ้านคุณ	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภท
การให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
ส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภทการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2
รองลงมาเป็นการขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 บริการเก็บเงิน
ปลายทาง (COD) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 บริการส่งเอกสารด่วน จำนวน 18 คน คิดเป็น
ร้อยละ 4.5 และการขนส่งสินค้าที่ไปรับสินค้าจากหน้าฟาร์มและส่งตรงถึงบ้านคุณ จำนวน 13 คน คิดเป็น
ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลการใช้บริการ

เหตุผลการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา	136	34.0
สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลาที่กำหนด	115	28.7
สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	91	22.8
บริษัทมีรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย	58	14.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีเหตุผลส่วนใหญ่มาจาก สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็นสินค้าถึงมือผู้รับตามเวลาที่กำหนด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 บริษัทมีรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	1	2	3	4	5			
	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด			
1. ท่านได้รับการให้บริการจากพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน	2 (0.5)	3 (0.8)	106 (26.5)	131 (32.7)	158 (39.5)	4.100	0.852	มาก
2. พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	1 (0.3)	2 (0.5)	104 (26.0)	134 (33.5)	159 (39.7)	4.120	0.829	มาก
3. พนักงานให้บริการอย่างไม่เลือกปฏิบัติ	0	0	108 (27.0)	212 (30.3)	171 (42.8)	4.158	0.821	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						4.126	0.577	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 4.126 (S.D. = 0.577)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ พนักงานให้บริการอย่างไม่เลือกปฏิบัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.158 (S.D. = 0.821) อันดับ 2 คือ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.120 (S.D. = 0.829) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับการให้บริการจากพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.100 (S.D. = 0.636)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	1	2	3	4	5			
	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด			
1. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัดมีระบบขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	0	5 (1.3)	104 (26.0)	143 (35.7)	148 (37.0)	4.085	0.821	มาก
2. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ให้การบริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว	2 (0.5)	2 (0.5)	108 (27.0)	150 (37.5)	138 (34.5)	4.050	0.824	มาก
3. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ	2 (0.5)	1 (0.3)	133 (33.2)	124 (31.0)	140 (35.0)	3.998	0.859	มาก
4. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูลในขณะให้บริการ	3 (0.8)	0	112 (28.0)	118 (29.5)	167 (41.7)	4.115	0.868	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						4.062	0.514	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 4.062 (S.D. = 0.514)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูลในขณะที่ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.115 (S.D. = 0.868) อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.085 (S.D. = 0.821) อันดับ 3 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ให้การบริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.050 (S.D. = 0.824) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบตรวจสอบข้อมูลที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.998 (S.D. = 0.859)

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่าง เพียงพอ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	2 เห็น ด้วย น้อย	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	4 เห็น ด้วย มาก	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด			
1. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีบริการลาน จอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย	1 (0.3)	3 (0.8)	170 (42.4)	193 (48.3)	33 (8.2)	3.635	0.654	มาก
2. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีช่องทาง การให้บริการอย่างเพียงพอ	2 (0.5)	2 (0.5)	108 (27.0)	150 (37.5)	138 (34.5)	3.670	0.665	มาก
3. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีสถานที่ ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ เหมาะสม	2 (0.5)	1 (0.3)	133 (33.2)	124 (31.0)	140 (35.0)	3.658	0.672	มาก
4. สถานที่ตั้งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีห้องน้ำที่สะอาด และ เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	3 (0.8)	0	112 (28.0)	118 (29.5)	167 (41.7)	3.628	0.628	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						3.647	0.469	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 3.647 (S.D. = 0.469)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีช่องทางการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.670 (S.D. = 0.665) อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.658 (S.D. = 0.672) อันดับ 3 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีบริการลานจอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.635 (S.D. = 0.654) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สถานที่ตั้งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.628 (S.D. = 0.628)

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการ อย่างต่อเนื่อง	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	2 เห็น ด้วย น้อย	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	4 เห็น ด้วย มาก	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด			
1. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการให้บริการขณะ พักกลางวัน	1 (0.3)	2 (0.5)	104 (26.0)	164 (41.0)	129 (32.2)	4.045	0.790	มาก
2. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบ บัตรคิวสำหรับการให้บริการ	2 (0.5)	1 (0.3)	111 (27.7)	139 (34.7)	147 (36.8)	4.070	0.835	มาก
3. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีลำดับ ขั้นตอนแสดงการบริการต่อ ลูกค้าอย่างต่อเนื่องชัดเจน ในแต่ละจุดบริการ	0	2 (0.5)	106 (26.5)	151 (37.7)	141 (45.3)	4.078	0.796	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						4.064	0.509	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 4.064 (S.D. = 0.509)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีลำดับขั้นตอนแสดงการบริการต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่องชัดเจนในแต่ละจุดบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.078 (S.D. = 0.796) อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบบัตรคิวสำหรับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.070 (S.D. = 0.835) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการให้บริการขณะพักกลางวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.045 (S.D. = 0.790)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่าง ก้าวหน้า	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	2 เห็น ด้วย น้อย	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	4 เห็น ด้วย มาก	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด			
1. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเชี่ยวชาญในงาน ขณะให้บริการขนส่งสินค้าต่าง ๆ	1 (0.3)	3 (0.8)	105 (26.3)	147 (36.6)	144 (36.0)	4.075	0.819	มาก
2. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความน่าเชื่อถือและสามารถ ตรวจสอบข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	2 (0.5)	0	96 (24.0)	148 (37.0)	154 (38.5)	4.130	0.809	มาก
3. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการดูแลเอาใจใส่ และแนะนำ การให้บริการทุกขั้นตอน	0	0	113 (28.2)	140 (35.0)	147 (36.8)	4.085	0.803	มาก
4. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด สามารถรับรอง ความปลอดภัยในการให้บริการ ขนส่งได้	0	2 (0.5)	115 (28.7)	122 (30.5)	161 (40.3)	4.105	0.837	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						4.099	0.506	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 4.099 (S.D. = 0.506)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบข้อมูลได้อย่างถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.130 (S.D. = 0.809) อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด สามารถรับรองความปลอดภัยในการให้บริการขนส่งได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.105 (S.D. = 0.837) อันดับ 3 คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการดูแลเอาใจใส่ และแนะนำการให้บริการทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.085 (S.D. = 0.803) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเชี่ยวชาญในงาน ขณะให้บริการขนส่งสินค้าต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.075 (S.D. = 0.819)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลและการจัดลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	1	2	3	4	5			
1. ท่านได้มีการหาข้อมูลของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ก่อนที่ท่านจะใช้บริการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	3.920	0.778	มาก
2. ท่านคิดว่าบริษัทมีบริการที่ตอบสนองการให้บริการอย่างครบถ้วน ตรงตามความต้องการของท่าน	1 (0.3)	4 (1.0)	114 (28.5)	134 (33.5)	147 (36.7)	4.055	0.845	มาก

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส (ต่อ)

ประสิทธิผลการบริการ ด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการ อย่างก้าวหน้า	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	2 เห็น ด้วย น้อย	3 เห็นด้วย ปาน กลาง	4 เห็น ด้วย มาก	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด			
3. ท่านได้ทำการเปรียบเทียบ คุณภาพ และมาตรฐานการ บริการระหว่าง SCG Express กับบริษัทอื่นก่อนการตัดสินใจ ใช้บริการ	2 (0.5)	4 (1.0)	108 (27.0)	140 (35.0)	146 (36.5)	4.060	0.847	มาก
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการ SCG Express เพราะได้รับ การให้บริการที่ดีกว่าบริษัท ขนส่งอื่น ๆ	0	2 (0.5)	110 (27.5)	143 (35.8)	145 (36.2)	4.078	0.808	มาก
5. ท่านมีความคิดเห็นว่าเป็น อนาคตท่านจะกลับมาใช้ บริการของ SCG Express และแนะนำผู้อื่นให้มาใช้ บริการของ SCG Express ด้วย	0	4 (1.0)	86 (21.5)	158 (39.5)	152 (38.0)	4.145	0.785	มาก
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรวม						4.052	0.467	มาก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย มาก มีค่าเฉลี่ย 4.052 (S.D. = 0.467)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับ 1 คือ ท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นอนาคตท่านจะกลับมาใช้บริการของ SCG Express และแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการของ SCG Express ด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.145 (S.D. = 0.785) อันดับ 2 คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการ SCG Express เพราะได้รับการให้บริการที่ดีกว่าบริษัทขนส่งอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.078 (S.D. = 0.808) อันดับ 3 คือ ท่านได้ทำการเปรียบเทียบคุณภาพ และมาตรฐานการบริการระหว่าง SCG Express กับบริษัทอื่นก่อนการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.060 (S.D. = 0.847) อันดับ 4 คือ ท่านคิดว่าบริษัทมีบริการที่ตอบสนองการให้บริการอย่างครบถ้วน ตรงตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.055 (S.D. = 0.845) และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้มีการหาข้อมูลของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ก่อนที่ท่านจะใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.920 (S.D. = 0.778)

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยขอเสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทดสอบ T-Test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.(2-tailed)
ชาย	153	4.102	0.414	1.709	0.088
หญิง	247	4.020	0.494		

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig.=.088 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 21 ปี	105	3.996	0.433	1.252	0.289
21 - 30 ปี	178	4.056	0.517		
31 - 40 ปี	73	4.060	0.406		
41 - 50 ปี	38	4.116	0.399		
มากกว่า 50 ปี	6	4.366	0.408		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .289 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	142	4.017	0.421	2.240	0.108
ปริญญาตรี	228	4.089	0.484		
สูงกว่าปริญญาตรี	30	3.927	0.508		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig.=.108 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัดที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
นักเรียน/ นักศึกษา	147	4.078	0.467	2.428	0.047*
พนักงานบริษัทเอกชน	110	3.971	0.498		
เจ้าของธุรกิจ	114	4.074	0.423		
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	4.064	0.438		
อื่น ๆ	4	4.600	0.461		
รวม	400	4.052	0.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธี One-Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .047 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ LSD

ตารางที่ 4.25 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามอาชีพ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม				
		นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อาชีพอื่น ๆ
		4.078	3.971	4.074	4.064	4.600
นักเรียน/นักศึกษา	4.078		.107 (.068)	.004 (.947)	.014 (.892)	-.522 (.026*)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.971			-.103 (.097)	-.093 (.364)	-.629 (.008*)

ตารางที่ 4.25 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามอาชีพ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (ต่อ)

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม					
	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อาชีพอื่น ๆ
		4.078	3.971	4.074	4.064	4.600
เจ้าของธุรกิจ	4.074				.009 (.925)	-.526 (.026*)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.064					-.536 (.032*)
อาชีพอื่น ๆ	4.600					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า อาชีพอื่น ๆ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .026 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.522 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า อาชีพอื่น ๆ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .008 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.629 อาชีพเจ้าของธุรกิจ ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า อาชีพอื่น ๆ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .026 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.526 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า อาชีพอื่น ๆ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .032 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.536 ส่วนระดับความคิดเห็นดังกล่าว ตามเขตที่อยู่อาศัยอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	109	4.089	0.476	7.626	0.000*
10,001 - 20,000 บาท	153	4.024	0.439		
20,001 - 30,000 บาท	116	3.962	0.454		
30,001 - 40,000 บาท	19	4.516	0.379		
40,001 - 50,000 บาท	3	4.600	0.346		
50,000 บาท ขึ้นไป	0	-	-		
รวม	400	4.052	0.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig.=.000 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ LSD

ตารางที่ 4.27 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท
		ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
		4.089	4.024	3.962	4.516	4.600
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.089		.066 (.241)	.128 (.034*)	-.426 (.000*)	-.510 (.054)
10,001 - 20,000 บาท	4.024			.061 (.269)	-.492 (.000*)	-.576 (.029*)
20,001 - 30,000 บาท	3.962				-.554 (.000*)	-.637 (.016*)
30,001 - 40,000 บาท	4.516					-.084 (.764)
40,001 - 50,000 บาท	4.600					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า 20,001 - 30,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .034 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .128 และมากกว่า 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .000 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.426 รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .000 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.492 และมากกว่า 40,001 - 50,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .029 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.576 รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .000 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.554 และมากกว่า 40,001 - 50,000 บาท โดยมีค่า sig. เท่ากับ .016 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.637 ส่วนระดับความคิดเห็นดังกล่าว ตามเขตที่อยู่อาศัยอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทของผู้มาใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ประเภทของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทของผู้มาใช้บริการ

ประเภทของผู้มา ใช้บริการ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
บุคคลทั่วไป	188	4.122	0.471	4.189	0.016*
ร้านค้าออนไลน์	159	3.985	0.456		
ร้านค้าปลีก/ส่ง	53	4.000	0.445		
รวม	400	4.052	0.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig.=.016 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ LSD

ตารางที่ 4.29 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามประเภทของผู้มาใช้บริการ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ประเภทของผู้มาใช้บริการ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม			
	ค่าเฉลี่ย	บุคคลทั่วไป	ร้านค้าออนไลน์	ร้านค้าปลีก/ส่ง
		4.122	3.985	4.000
บุคคลทั่วไป	4.122		.137 (.006*)	.122 (.090)
ร้านค้าออนไลน์	3.985			-.015 (.837)
ร้านค้าปลีก/ส่ง	4.000			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทของผู้มา พบว่า ประเภทบุคคลทั่วไป มีผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า ร้านค้าออนไลน์ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .006 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .137 ส่วนระดับความคิดเห็นดังกล่าว ตามเขตที่อยู่อาศัยอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 2.2 พฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ที่ใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ

ความถี่ที่ใช้บริการ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1 - 3 ครั้งต่อเดือน	164	4.057	0.510	1.049	0.371
4 - 6 ครั้งต่อเดือน	110	4.022	0.450		
7 - 9 ครั้งต่อเดือน	109	4.044	0.428		
มากกว่า 9 ครั้งต่อเดือน	17	4.253	0.326		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.30 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .371 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 พฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่

ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 15 นาที	115	4.085	0.498	0.546	0.702
15 - 30 นาที	151	4.021	0.489		
30 - 45 นาที	111	4.070	0.390		
45 นาที - 1 ชั่วโมง	12	3.933	0.469		
1 ชั่วโมง ขึ้นไป	11	4.055	0.522		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.31 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .702 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 พฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น.	72	3.894	0.469	3.525	0.015*
11.00 น. - 13.30 น.	108	4.096	0.468		
13.30 น. - 16.00 น.	80	4.058	0.414		
16.00 น. - ปิดทำการ	140	4.094	0.478		
รวม	400	4.052	0.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .015 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ LSD

ตารางที่ 4.33 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม			
		ตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น.	11.00 น. - 13.30 น.	13.30 น. - 16.00 น.	16.00 น. - ปิดทำการ
		3.894	4.096	4.058	4.094
ตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น.	3.894		-.202 (.004*)	-.163 (.030*)	-.199 (.003*)
11.00 น. - 13.30 น.	4.096			.039 (.259)	.002 (.973)
13.30 น. - 16.00 น.	4.058				-.037 (.057)
16.00 น. - ปิดทำการ	4.094				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการตั้งแต่เปิดทำการ - 11.00 น. ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่า 11.00 - 13.30 น. โดยมีค่า sig. เท่ากับ .004 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.202 และมากกว่า 13.30 - 16.00 น. โดยมีค่า sig. เท่ากับ .030 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.163 และมากกว่า 16.00 น. - ปิดทำการ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .003 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.199 ส่วนระดับความคิดเห็นดังกล่าว ตามเขตที่อยู่อาศัยอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 2.5 พฤติกรรมการใช้บริการด้านวันเข้าใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : วันเข้าใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วันเข้าใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามวันเข้าใช้บริการ

วันเข้าใช้บริการ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
วันจันทร์	53	4.057	0.436	0.937	0.457
วันอังคาร	49	4.000	0.402		
วันพุธ	80	4.068	0.531		
วันพฤหัสบดี	51	4.153	0.426		
วันศุกร์	72	4.070	0.413		
วันเสาร์	95	3.993	0.509		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .015 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านวันเข้าใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 พฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้ง	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 100 บาท	148	4.032	0.487	1.237	0.296
101 - 200 บาท	131	4.092	0.411		
201 - 300 บาท	102	4.004	0.498		
300 บาท ขึ้นไป	19	4.179	0.399		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .296 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 พฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทการบริการขนส่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ประเภทการบริการขนส่งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทการบริการขนส่งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทการบริการขนส่ง

ประเภทการบริการขนส่ง	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
การขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน	203	4.029	0.502	3.041	0.017*
ประเภทการบริการขนส่ง	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
การขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง	149	4.015	0.386		
บริการส่งเอกสารด่วน	19	4.263	0.481		
บริการเก็บเงินปลายทาง (COD)	16	4.325	0.437		
การขนส่งสินค้าที่ไปรับสินค้าจากหน้าฟาร์มและส่งตรงถึงบ้านคุณ	13	4.184	0.580		
รวม	400	4.052	0.466		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig. = .017 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทการบริการขนส่งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ LSD

ตารางที่ 4.37 ผลต่างของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยจำแนกตามประเภทการบริการขนส่ง ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม				
	ค่าเฉลี่ย	การขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน	การขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง	บริการส่งเอกสารด่วน	บริการเก็บเงินปลายทาง (COD)
	4.029	4.015	4.263	4.325	4.184
การขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน	4.029	.014 (.782)	-.235 (.035*)	-.296 (.014*)	-.156 (.238)
การขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง	4.015		-.248 (.028*)	-.310 (.011*)	-.169 (.204)
บริการส่งเอกสารด่วน	4.263			-.062 (.693)	-.079 (.636)
บริการเก็บเงินปลายทาง (COD)	4.325				.140 (.415)
การขนส่งสินค้าที่ไปรับสินค้าจากหน้าฟาร์มและส่งตรงถึงบ้านคุณ	4.184				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามประเภทการบริการขนส่ง พบว่า ประเภทการบริการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้านผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่าบริการส่งเอกสารด่วน โดยมีค่า sig. เท่ากับ .035 มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.235 และมากกว่าบริการเก็บเงินปลายทาง (COD) โดยมีค่า sig. เท่ากับ .014 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.296 ประเภทการบริการขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง ผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากกว่าบริการส่งเอกสารด่วน โดยมีค่า sig. เท่ากับ .028 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.248 และมากกว่าบริการเก็บ

เงินปลายทาง (COD) โดยมีค่า sig. เท่ากับ .011 มีผลต่างของค่าเฉลี่ย -.310 ส่วนระดับความคิดเห็นดังกล่าวตามเขตที่อยู่อาศัยอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 2.8 พฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

H_0 : เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา	136	4.028	0.514	0.359	0.783
สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลาที่กำหนด	115	4.063	0.431		
สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	91	4.041	0.446		
บริษัทมีรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย	58	4.100	0.451		
รวม	400	4.052	0.466		

จากตารางที่ 4.38 แสดงให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ค่าว่า Sig.=.783 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ใช้วิธีการทดสอบพหุคูณระดับถดถอยสมการ (Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

H_0 : ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.126	0.209		5.383	0.000*		
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	0.167	0.038	0.206	4.417	0.000*	.752	1.330
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	0.078	0.043	0.086	1.825	0.069	.740	1.351
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	0.263	0.051	0.265	5.190	0.000*	.631	1.585
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	0.145	0.042	0.158	3.412	0.001*	.766	1.305
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	0.092	0.045	0.100	2.052	0.041*	.697	1.434

R = 0.595 R² = 0.354 Adjusted R Square = 0.345 SE = 0.37689 F = 43.105 p = 0.000 (Sig. < 0.05)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Beta = 0.265) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มากที่สุด รองลงมาคือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Beta = 0.206)

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted R² = 0.345) แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ได้ถึงร้อยละ 34.5 (R² = 0.345) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 65.5 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

ดังนั้น ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 แต่ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

โดยสามารถนำค่ามาแทนในสมการพยากรณ์ได้ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.126 + 0.167X_1 + 0.078X_2 + 0.263X_3 + 0.145X_4 + 0.092X_5$$

(5.383*) (4.417*) (1.825) (5.190*) (3.412*) (2.052*)

เมื่อ

\hat{Y} คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

X_1 คือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

X_2 คือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา

X_3 คือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

X_4 คือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

X_5 คือ ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ตารางที่ 4.40 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้บริการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
1. ประเภทของผู้มาใช้บริการ	✓
2. ความถี่ที่ใช้บริการ	-
3. ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง	-
4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	✓
5. วันเข้าใช้บริการ	-
6. ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้ง	-
7. ประเภทการบริการขนส่ง	✓
8. เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	-

เมื่อ ✓ คือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

- คือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 4.40 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านประเภทของผู้มาใช้บริการ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ และด้านประเภท การบริการขนส่ง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ตารางที่ 4.41 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์	การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม	✓
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	-
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ	✓
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	✓
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า	✓

- เมื่อ ✓ คือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05
- คือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 4.41 สรุปผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพการบริการ ด้านโลจิสติกส์ พบว่า ประสิทธิภาพการบริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ทั้งหมด 4 อำเภอ ในจังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งหมด 400 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาประมวลผลและทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัย ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ให้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

ผู้ให้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ระยะเวลาที่ใช้บริการ 15 - 30 นาที 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ช่วงเวลา 16.00 น. - ปิดทำการ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนมากเข้าใช้บริการในวันเสาร์ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ใช้บริการแบบการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 เหตุผลสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้บริการในด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.126 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ พนักงานให้บริการอย่างไม่เลือกปฏิบัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.158 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821 อันดับ 2 คือ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.120 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.829 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับการให้บริการจากพนักงาน อย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.100 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.636

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยรวมมีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.062 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการ เก็บข้อมูลในขณะที่ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.115 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.868 อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.085 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821 อันดับ 3 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ให้การบริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.050 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.824 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบตรวจสอบข้อมูลที่ ถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.998 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.859

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวมมีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.647 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีช่องทางการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.670 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.665 อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.658 และมีส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.672 อันดับ 3 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีบริการลานจอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.635 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.654 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สถานที่ตั้งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.628 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.628

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวมมีระดับความ คิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.064 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับ 1 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีลำดับขั้นตอนแสดงการบริการต่อลูกค้าอย่าง ต่อเนื่องชัดเจนในแต่ละจุดบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.078 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.796 อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีระบบบัตรคิวสำหรับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.070 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.835 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการให้บริการขณะพักกลางวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.045 และมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.790

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยรวมมีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.099 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับ 1 คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความน่าเชื่อถือและสามารถ ตรวจสอบข้อมูลได้อย่างถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.130 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.809 อันดับ 2 คือ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด สามารถรับรองความปลอดภัยในการให้บริการขนส่งได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.105 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.837 อันดับ 3 คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการดูแลเอาใจใส่ และแนะนำการให้บริการทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.085 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.803 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความเชี่ยวชาญในงาน ขณะให้บริการขนส่งสินค้าต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.075 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.819

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.052 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า อันดับ 1 คือ ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการของ SCG Express และแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการของ SCG Express ด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.145 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.785 อันดับ 2 คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการ SCG Express เพราะได้รับการให้บริการที่ดีกว่าบริษัทขนส่งอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.078 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.808 อันดับ 3 คือ ท่านได้ทำการเปรียบเทียบคุณภาพ และมาตรฐานการบริการระหว่าง SCG Express กับบริษัทอื่นก่อนการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.060 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.847 อันดับ 4 คือ ท่านคิดว่าบริษัทมีบริการที่ตอบสนองการให้บริการอย่างครบถ้วน ตรงตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.055 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.845 และข้อที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้มีการหาข้อมูลของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ก่อนที่ท่านจะใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.920 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.778

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันได้ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

1. เพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
2. อายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
4. อาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันได้ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

1. ประเภทของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
2. ความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
3. ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
5. วันเข้าใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
6. ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
7. ประเภทการบริการขนส่งที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
8. เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่องและการให้บริการอย่างก้าวหน้า เมื่อทำการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Sig. = 0.000) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Sig. = 0.000) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Sig. = 0.001) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Sig.= 0.041) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.354 โดยประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ได้ร้อยละ 35.40

5.2 อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปราย ได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด แตกต่างกันได้ สามารถอธิบายได้ว่า อาชีพของผู้เข้าใช้บริการสามารถเป็นตัวบ่งบอกถึงการตัดสินใจเข้าใช้บริการ เพราะอาชีพที่ผู้เข้าใช้บริการทำอยู่อาจมีความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจใช้บริการขนส่งของ เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ผลจากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย พบว่า อาชีพไม่ได้เป็นตัวบ่งบอกหรือชี้วัดถึงพฤติกรรม หรือความคิดของแต่ละบุคคล การที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะขึ้นอยู่กับพฤติกรรม และความคิดของแต่ละบุคคล ไม่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพที่บุคคลนั้นทำอยู่

ผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด แตกต่างกันได้ สามารถอธิบายได้ว่า บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีประเภทการขนส่งหลากหลาย ดังนั้นราคาค่าขนส่งสินค้าก็จะมี ความหลากหลายตามประเภทการขนส่ง กล่าวคือราคาสามารถตอบสนองต่อรายได้ต่อเดือนผู้บริโภคได้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ผลจากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยพบว่า ร้านค้าออนไลน์มีจำนวนมากขึ้น สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น มีสินค้าทุกประเภท ทุกระดับราคา สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ทุกชนชั้น ดังนั้นปัจจัยด้านรายได้จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

5.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านประเภทของผู้มาใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จะเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่ร้านค้าปลีก/ส่ง หรือร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากว่าบริษัทมีการขนส่งที่หลากหลายจึงเจาะกลุ่มลูกค้าได้หลายประเภท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวานนท์ จันทร์ประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2562) ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจคือ ประเภทบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการจะมีความพึงพอใจขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยมากกว่าประเภทอื่น ๆ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการส่งที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 16.00 น. ถึง เวลาปิดทำการ เนื่องจากเป็นช่วงเวลา ที่ผู้ใช้บริการสะดวกและต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้มีผู้ใช้บริการจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กรชนก นภากรวัฒนนนท์ และ นพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการในช่วงเวลา 10.01 น. - 12.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่พักรกลางวัน ทำให้ผู้เข้าใช้บริการเยอะ

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้บริการ ด้านประเภทการบริการขนส่งที่ส่งผลการตัดสินใจ เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการการขนส่งประเภทการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน เนื่องจากการให้บริการของบริษัทสามารถตอบโจทย์ในการขนส่งและกระจายสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยรูปแบบการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐานสากล ส่งผลให้การขนส่งมีความรวดเร็ว ปลอดภัย และสร้างความพึงพอใจสูงสุด ทำให้ผู้ให้บริการมีความมั่นใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษดา เขียววัฒนสุข และสมพล พุ่มหว่า (2562) ทำการศึกษาผลของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ให้บริการขนส่ง โดยทำการศึกษาระหว่าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด บริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการบริษัทขนส่ง ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการจัดส่งพัสดุที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คือ ส่งพัสดุที่หน่วยงานของผู้ประกอบการขนส่งแบบเร่งด่วน

5.2.3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ ที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษาประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่มีส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด พบว่า ประสิทธิภาพการบริการด้านการให้บริการ อย่างเพียงพอ เป็นปัจจัยที่มีส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด มากที่สุด รองลงมา คือด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันที่มีส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องที่มีส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด และสุดท้ายด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าที่มีส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลการใช้บริการซ้ำ เปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอร์รี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า ด้านการให้บริการ อย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีผลการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และพบว่า ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีผลการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของบริษัท ขนส่งเคอร์รี่เอ็กซ์เพรส จำกัด อีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำไปเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการและนำไปประยุกต์ใช้ในการแข่งขันทางด้านธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์ ดังต่อไปนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ทำให้ทราบว่า ควรเลือกเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากเป็นปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการขนส่งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด

2. ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยพบว่าควรเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลทั่วไป มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีระยะเวลาที่ใช้บริการ 15 - 30 นาที ช่วงเวลา 16.00 น. - ปิดทำการ โดยบริษัทจะปิดทำการเวลา 19.00 น. ซึ่งไวกว่าบริษัทขนส่งอื่น ๆ เป็นผลทำให้ส่วนมากเข้าใช้บริการในวันเสาร์ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง ใช้บริการแบบการขนส่งพัสดุน้อยแบบเร่งด่วนถึงบ้านและพนักงานควรแนะนำลูกค้าในจุดเด่นของบริษัท คือ การขนส่งแบบแช่แข็งเพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้า และเหตุผลในการใช้บริการของลูกค้าคือ สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา ควรยึดเป็นจุดแข็งในการให้บริการของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

3. ด้านประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

จากผลการศึกษา ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ พบว่า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ผู้บริโภค บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ที่แสดงออกผ่านพนักงานที่ให้บริการ มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่ และมีการให้บริการอย่างเต็มประสิทธิภาพ รวมไปถึงมีความยินดีรับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ สามารถให้คำแนะนำกับผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจขั้นตอนการเข้าใช้บริการได้ง่าย

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก โดยการจัดหาที่นั่งสำหรับรองรับผู้มาใช้บริการให้เพียงพอ จัดให้มีห้องน้ำอย่างเพียงพอ และควรขยายพื้นที่ลานจอดรถหรือหาที่สำหรับจอดรถเพิ่มเติมไว้สำหรับให้บริการกับผู้เข้าใช้บริการ

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรพัฒนาด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีค่าต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้นบุคลากรจึงต้องสร้างความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ โดยต้องรักษาระดับการให้บริการและสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้เข้าใช้บริการ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรพัฒนาด้านบุคลากร เนื่องจากว่าพนักงานมีการสลับเวรในการพักกลางวันเพื่อที่จะบริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นการที่ไม่ให้ลูกค้ารอนานเกินไป ดังนั้น ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องควรตระหนักว่าหากมีการจัดอบรมพนักงานหรือบุคลากร ให้มีจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind) ให้ความสำคัญด้านการใส่ใจในการดูแลลูกค้า การเห็นผลประโยชน์ของผู้มาใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ความเอื้ออาทรในการให้บริการ

ความถูกต้องและรอบคอบในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำของบริษัทอีกครั้ง

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ต้องพัฒนาบุคลากร ควบคู่ให้บริการที่ดีอย่างมืออาชีพสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า รวมถึงบุคลากรฝ่ายขนส่งที่มี ประสิทธิภาพในการขับรถและมีความเชี่ยวชาญในเส้นทาง เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญทางด้าน ความปลอดภัยแก่สินค้า เพราะการให้บุคลากรได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือการแสดงความคิดเห็น ของปัญหาที่ได้เจอจะเป็นการทำให้บุคลากรมีความชำนาญและประสบการณ์ใหม่ ๆ เกิดองค์ความรู้ มากขึ้น ซึ่งจะทำให้สามารถชี้แจงให้ลูกค้าทราบหรือสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยบริษัทควรมีการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร ทางออนไลน์แบบเรียลไทม์ เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ เพื่อเป็น การตอบสนองต่อผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วทันเวลา และควรมีการรับฝากส่งสินค้าเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว สำหรับลูกค้า และเพื่อเป็นการได้เปรียบในการแข่งขัน ธุรกิจขนส่งจะต้องมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเพิ่มประสิทธิภาพงาน ทั้งในด้านการขนส่ง ด้านการบริหารดำเนินงานในองค์กร เพื่อลดต้นทุนจนสามารถมีความได้เปรียบคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การตัดสินใจใช้ บริการซ้ำ ความภักดีของผู้ใช้บริการ เป็นต้น เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์มีการแข่งขันที่สูง จึงมีความจำเป็นต้องทราบความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ ให้หลากหลาย เพื่อนำมาใช้ในประกอบการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดปทุมธานี

3. การศึกษานี้ทำการศึกษาเฉพาะ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัด ปทุมธานี เพียง 4 อำเภอ เท่านั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของผู้ให้บริการ เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินประสิทธิภาพในการบริการของบริษัท

บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- กรชนก นภากรวัฒนนนท์ และ นพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของผู้ค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 1(1), 118-127.
- กฤษฎา เครือชาลี. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการจัดกลุ่มพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ เคอรี่ เอกซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการจัดการธุรกิจบูรพา, 9(1), 1-18.
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และ สมพล ทุ่งหว่า. (2562). ผลของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ให้บริการขนส่ง. วารสารเกษมบัณฑิต, 20(2), 92-106.
- กองยุทธศาสตร์และสารสนเทศที่อยู่อาศัย ฝ่ายวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัย การเคหะแห่งชาติ. (2562). ข้อมูลประชากร ปี 2562. สืบค้นจาก <https://housingkc.nha.co.th/files/article/attachments/ffaef8523776e58763edecf0906c208e.pdf>
- ควรรคิด ชโลธรรังสี. (2542). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสุขาภิบาลจังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์).
- จุฑาลักษณ์ กุประดิษฐ์ และ เฉลิมพร เย็นเยือก. (2563). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์, 14(34), 111-124.
- ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์. (2557). ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชัช หะชาเล็ม. (2540). ปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้กับบุตรธิดาของชาวไทยมุสลิม เข้าศึกษาในโรงเรียนอิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีแขวงทุ่งครุ เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โชคชัย ชยธวัช. (2547). นักการตลาด CEO. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊คสแตนด์ดาร์ด.
- เชลเฮียร์. (2563). เปรียบเทียบบริการขนส่งยอดนิยมแบรนด์ไหนใช้คุ้มกว่ากัน!. สืบค้นจาก [brand?fbclid=IwAR11O4CAOX_ePHeHkiGpNuyVjVC65QRWw0ifNYhqGsOp3ke6BBRPAUJDtg](https://www.brand?fbclid=IwAR11O4CAOX_ePHeHkiGpNuyVjVC65QRWw0ifNYhqGsOp3ke6BBRPAUJDtg)
- ฉมาลีสา กำจัดภัย. (2554). การจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของลูกค้าภายนอกองค์กร โดยกรณีศึกษาที่ใช้ศึกษาเป็นบริษัท NML. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ญาธิณี เหลืองทรัพย์ทวี. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ณิชนน สารีพันธ์ และ รุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(1), 17-25.
- ณิชากัทธ บัวแก้ว และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ดวงสมร เนียมรัตน์. (2555). พฤติกรรมการใช้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (จตุจักร) และสถานีขนส่งโดยสารกรุงเทพ (ถนนบรมราชชนนี). การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทธิ. (2537). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เดียร์ควาบอยดอทคอม. (2563). เปรียบเทียบ 13 ขนส่งโลจิสติกส์ยอดนิยมในปี 2563 มีค่าจัดส่ง-มีดี-ไม่ตีอย่างไร และรีวิวในช่วง COVID-19. สืบค้นจาก <https://www.dearcowboy.com/library/131>
- ตรีสุนันท์ อูปรมย์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันไลน์แมนสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- ทีเอ็มบี แอ็ดไวซอรี. (2563). เกี่ยวกับ สร้างโอกาสใหม่ในการลงทุนทันทุกสถานการณ์. สืบค้นจาก https://www.tmbbank.com/tmbadvisory/investment_insight_hot_update/%E0%B8%96%E0
- ทรูไอดี. (2563). แนะนำ 4 Logistic ในไทย. สืบค้นจาก <https://is.gd/4pjtSz>
- ธนดล แก้วนคร. (2560). อิทธิพลของเทคโนโลยี ส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ Grab Taxi. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธนาภรณ์ เงินยวง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านโฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ธัญญธิชา รักชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธงชัย สันติวงศ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- นินิม เอ็กเพรส. (2563). การส่งพัสดุแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain). สืบค้นจาก <https://www.nimexpress.com/web/p/service/Coldchain>
- นาถรพี ชัยมงคล, กฤษดา เขียววัฒนสุข, สุรพร อ่อนพุทธา, นลินี สุขวิสัย และ นภัสสรณ์ พงษ์ว่าง. (2561). ความพึงพอใจในงานและพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน: การณศึกษา บริษัท คริสเตียนีและนิลเส็น (ไทย) จำกัด (มหาชน). วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 7(2), 105-117.
- เนตรนพิศ เกียรติกิตติกุล. (2562). การศึกษาถึงการรับรู้กลยุทธ์องค์ประกอบสำคัญของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Line Man ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- บุญยวิทย์ วชิรวงศ์ภิญโญ. (2554). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ปาจรีย์ จันทร์ศรี. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ แรงจูงใจและกระบวนการให้บริการ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในจังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสังคม (STS). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ปรีชา วิทยาภรณ์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนส่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).
- ปุกัญญาภณ เทพประสิทธิ์. (2558). ตัวแบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- พรรณพร แซ่ผู้. (2558). อิทธิพลของภาพลักษณ์ราคาสินค้า การเปิดรับข่าวสาร และส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ UBER X. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรสวรรค์ รักเป็นธรรม, ยศวรรณ รัฐกุล และ เสาวณี จันทะพงษ์. (2563). **เกี่ยวกับ ผลวิกฤต COVID-19 กับธุรกิจเทรนด์ใหม่ การขนส่งภายใต้ Next Normal**. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_14Apr2020.aspx
- พลิชฐ์ ศักดิ์วานิชกุล. (2561). **ประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับงานแสดงสินค้าประเภทเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2547). **การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้: ปฏิบัติการวิจัยในชั้นเรียน** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัทธศยา ชาญแก้ว. (2563). **เปรียบเทียบราคาบริษัทขนส่งสินค้ารายใหญ่ประจำปี 2563**. สืบค้นจาก https://www.priceza.com/insights/business.html?fbclid=IwAR2BsBqEYhwfab6kOPdNXqR59O8mrg1lnXRiJXPVsGq_hSI5j30FUWuXj1U
- พงศธร บุรณศิลป์. (2553). **พฤติกรรมการใช้บริการที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาด: กรณีศึกษา ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในเขตจังหวัดปทุมธานี**. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ภาณุพงศ์ นันทสินธุ์, ดนัย นิลสุวรรณ, พรอนันต์ กิจอมระชัย, สิปปภาส สิริเกษมสุข, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ ดำรง ถาวร. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะพลังงานไฟฟ้า. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 2(2), 55-66.**
- ยุวดี วรสิทธิ์ และ เอก ชูณหัชชราชัย. (2559). **ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 13(1), 24-42.**
- ระพี แก้วเจริญ และชิตยา สุวรรณชะฎ. (2510). **การแบ่งเวลาปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนในระดับบริหารอาวุโส**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี.
- รุจิรา ตันเทอดทิตย์. (2559). **พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้าน ที ซี เอชคาร์แคร์ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย**. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ. (2559). **คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทย ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วรรณนิภา เกตุสมใจ. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร**. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สมยศ นาวิการ. (2544). **ทฤษฎีองค์การ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สยามรัฐออนไลน์. (2562). เอสซีจีเอ็กซ์เพรส เปิดตัวมาสดคอตใหม่ตอกย้ำสโลแกน Deliver Your Happiness. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/98240>
- สาธิต จจรรัฐ. (2551). พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอวังน้อยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (รายงานการวิจัย).
ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารตลาด ยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- อนุสรณ์ เรืองโรจน์ และ อริสสา สะอาดนัก. (2563). อิทธิพลของการทำตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้ผู้บริโภคใช้บริการแอปพลิเคชัน Viu. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 4(2), 150-163.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อินเตอร์ เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์. (2563). บริการจัดส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิ. สืบค้นจาก <https://iel.co.th/temperature-control/>
- เอสซีจี เอ็กซ์เพรส. (2560). บริการของ SCG Express. สืบค้นจาก <https://www.scgexpress.co.th/faq>
- เอสซีจี เอ็กซ์เพรส. (2562). เกี่ยวกับ SCG Express. สืบค้นจาก <https://www.scgexpress.co.th/About>
- เอสซีจี โลจิสติกส์. (2563). ประวัติของบริษัท. สืบค้นจาก <https://www.scglogistics.co.th/th/about/>
- เอสซีจี โลจิสติกส์. (2563). WHAT CAN WE HELP. สืบค้นจาก <https://www.scglogistics.co.th/th/help/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Marketing, an introduction* (9th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Consumer Behavior* (8th Edition). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall.
- Muro-Rodríguez AI, Perez-Jiménez IR and Gutiérrez-Broncano S. (2017). Consumer Behavior in the Choice of Mode of Transport: A Case Study in the Toledo-Madrid Corridor. *Frontiers in Psychol*, 8, doi: 10.3389/fpsyg.2017.01011

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
ในจังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ 1. เพศชาย 2. เพศหญิง
2. อายุ 1. ต่ำกว่า 21 ปี 2. 21 - 30 ปี
 3. 31 - 40 ปี 4. 41 - 50 ปี
 5. มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ 1. นักเรียน/นักศึกษา 2. พนักงานบริษัทเอกชน
 3. เจ้าของธุรกิจ 4. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้ต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,001 - 20,000 บาท
 3. 20,001 - 30,000 บาท 4. 30,001 - 40,000 บาท
 5. 40,001 - 50,000 บาท 6. 50,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านเป็นประเภทของผู้มาใช้บริการแบบใด
 1. บุคคลทั่วไป 2. ร้านค้าออนไลน์
 3. ร้านค้าปลีก/ส่ง
2. ความถี่โดยเฉลี่ยที่ท่านใช้บริการ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด
 1. 1 - 3 ครั้งต่อเดือน 2. 4 - 6 ครั้งต่อเดือน
 3. 7 - 9 ครั้งต่อเดือน 4. มากกว่า 9 ครั้ง ต่อเดือน

3. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการในแต่ละครั้ง
1. น้อยกว่า 15 นาที 2. 15 - 30 นาที 3. 30 - 45 นาที
4. 45 นาที - 1 ชั่วโมง 5. 1 ชั่วโมง ขึ้นไป
4. ท่านใช้บริการ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในช่วงเวลาไหนบ่อยที่สุด
1. ตั้งแต่เปิดทำการ-11.00 น.
2. 11.00 - 13.30
3. 13.30 - 16.00
4. 16.00 - ปิดทำการ
5. ในหนึ่งสัปดาห์ท่านเข้ามาใช้บริการของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในวันใด
1. วันจันทร์ 2. วันอังคาร
3. วันพุธ 4. วันพฤหัสบดี
5. วันศุกร์ 6. วันเสาร์
6. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้บริการต่อครั้งเท่าใด
1. น้อยกว่า 100 บาท 2. 101 - 200 บาท
3. 201 - 300 บาท 4. 301 บาท ขึ้นไป
7. ท่านใช้บริการขนส่งของ บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในการบริการประเภทใด
1. การขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนถึงบ้าน
2. การขนส่งสินค้าแบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง
3. บริการส่งเอกสารด่วน
4. บริการเก็บเงินปลายทาง (COD)
5. การขนส่งสินค้าที่ไปรับสินค้าจากหน้าฟาร์มและส่งตรงถึงบ้านคุณ
8. ท่านเลือกใช้บริการของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส จำกัด เนื่องจากเหตุผลใดเป็นสำคัญ (เลือกข้อที่สำคัญที่สุดในความเห็นของท่าน)
1. สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างตลอดเวลา
2. สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลาที่กำหนด
3. สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี
4. บริษัทมีรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความนี้อย่างไร โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในคำตอบที่ตรงกับข้อความเห็นของท่านมากที่สุด

- | | |
|---------|--------------------|
| 1 คะแนน | เห็นด้วยน้อยที่สุด |
| 2 คะแนน | เห็นด้วยน้อย |
| 3 คะแนน | เห็นด้วยปานกลาง |
| 4 คะแนน | เห็นด้วยมาก |
| 5 คะแนน | เห็นด้วยมากที่สุด |

ประสิทธิภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	←————→			เห็นด้วยน้อยที่สุด
- ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม					
1. ท่านได้รับการให้บริการจากพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. พนักงานให้บริการอย่างไม่เลือกปฏิบัติ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา					
4. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีระบบขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส ให้การบริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีระบบตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการเก็บข้อมูลในขณะที่ให้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ					
8. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีบริการลานจอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีช่องทางการให้บริการอย่างเพียงพอ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ประสิทธิภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	←————→			เห็นด้วยน้อยที่สุด
10. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. สถานที่ตั้งของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง					
12. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีการให้บริการขณะพักกลางวัน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
13. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีระบบบัตรคิวสำหรับการให้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีลำดับขั้นตอนแสดงการบริการต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่องชัดเจนในแต่ละจุดบริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า					
15. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีความเชี่ยวชาญในงานขณะให้บริการขนส่งสินค้าต่าง ๆ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
16. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบข้อมูลได้อย่างถูกต้อง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
17. พนักงานของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส มีการดูแลเอาใจใส่ และแนะนำการให้บริการทุกขั้นตอน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
18. บริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส สามารถรับรองความปลอดภัยในการให้บริการขนส่งได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความนี้อย่างไร โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในคำตอบที่ตรงกับข้อความเห็นของท่านมากที่สุด

- | | |
|---------|--------------------|
| 1 คะแนน | เห็นด้วยน้อยที่สุด |
| 2 คะแนน | เห็นด้วยน้อย |
| 3 คะแนน | เห็นด้วยปานกลาง |
| 4 คะแนน | เห็นด้วยมาก |
| 5 คะแนน | เห็นด้วยมากที่สุด |

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	←————→			เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. ท่านได้มีการหาข้อมูลของบริษัท เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส ก่อนที่ท่านจะใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. ท่านคิดว่าบริษัทมีบริการที่ตอบสนองการให้บริการอย่างครบถ้วน ตรงตามความต้องการของท่าน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ท่านได้ทำการเปรียบเทียบคุณภาพและมาตรฐานการบริการระหว่าง SCG Express กับบริษัทอื่น ก่อนการตัดสินใจใช้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการ SCG Express เพราะได้รับการให้บริการที่ดีกว่า บริษัทขนส่งอื่น ๆ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. ท่านมีความคิดเห็นว่าในอนาคตท่านจะกลับมาใช้บริการของ SCG Express และแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการของ SCG Express ด้วย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

- ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ -

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวกรกฎ มิ่งเมือง
วัน เดือน ปีเกิด	9 มกราคม 2540
ที่อยู่	48/58 หมู่บ้านเคซีรามอินทรา 2 ซอยหทัยราษฎร์ 39 แขวงสามวา ตะวันออก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
การศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียน นวมินทราชินูทิศเบญจมราชาลัย แผนการเรียน วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมเคมีสิ่งทอ-พอลิเมอร์ เส้นใย
ประวัติการทำงาน	ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ตั้งแต่ 25 มิถุนายน 2561 ถึง 20 ตุลาคม 2561 อาสาสมัคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สังกัดหน่วยงาน เทคโนโลยีและสารสนเทศ
เบอร์โทรศัพท์	090-993-2292
อีเมล	mayforever2231@gmail.com

