

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**

**Factors influencing decision making of entrepreneurs to use freight
forwarding services in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province**

อัจฉราพรรณ ตังจาทูโรโสภณ*
Ajcharapan Tangjaturasophon*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University, Mueang, Nakhon Ratchasima, 30000, Thailand

*Corresponding author E-mail: ajcharapan_tan@vu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาระดับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 3) ศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า และ 4) ศึกษาปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่ง และปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ได้ร้อยละ 78 ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปวางแผนการกำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขัน สร้างข้อได้เปรียบภายในอุตสาหกรรม รวมทั้งสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ บริษัทขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการ

ได้รับเมื่อ 22 เมษายน 2569; แก้ไขเมื่อ 14 มิถุนายน 2569; ตอรับการตีพิมพ์เมื่อ 9 กรกฎาคม 2569

Abstract

This research aims to 1) study the demographic characteristics, 2) study the level of logistics factors, 3) study the level of decision-making in choosing freight forwarding services, and 4) study the logistics factors that influence the decision-making in choosing freight forwarding services of entrepreneurs in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province. This is quantitative research using questionnaires to collect data from 400 entrepreneurs with physical stores and online stores in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province. Descriptive statistics: frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics: multiple regression analysis.

The results showed that the technology system used in the service, the transportation time, and the safety of goods significantly influenced the decision-making in choosing freight forwarding services of entrepreneurs in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province, with and collectively predicted, 78 percent of decisions regarding the use of a freight forwarding company. The findings of this study can be used to plan competitive strategies, create a competitive advantage within the industry, and enhance customer satisfaction.

Keywords: Decision Making, Freight Forwarding Services, Entrepreneurs

Received: April 22, 2026 Revised: June 14, 2026 Accepted: July 09, 2026

1. บทนำ

ในปัจจุบันที่ระบบโลจิสติกส์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่หันมาขายของและซื้อของผ่านระบบออนไลน์กันมากขึ้น จึงทำให้มีบริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุเกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการ แม่ค้า พ่อค้า จึงต้องพิจารณาและเลือกใช้บริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุ ภายใต้เงื่อนไขการบริหารจัดการ จุดเด่นการทำงานของ บริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุ สิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาเลือกบริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุของผู้ประกอบการ ได้แก่ การบริการที่รวดเร็ว ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ความตรงต่อเวลา เขตพื้นที่ในการจัดส่ง การติดตามพัสดุได้แบบปัจจุบัน (Real Time) ประเภทสินค้าที่จัดส่ง เช่น เอกสาร พัสดุ เบเกอรี่ เครื่องดื่ม อาหารแช่แข็ง ผักและผลไม้ การคงคุณภาพของสินค้า รวมทั้งค่าชดเชยความเสียหายในการขนส่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนสร้างความประทับใจให้กับผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการ (Make Send, 2568)

โดยบริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุ ประกอบด้วย บริษัทขนส่งเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) เป็นเอกชนเจ้าแรกที่ให้บริการขนส่งสินค้า โดยเริ่มจากการบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ก่อนจะขยายสาขาและจุดบริการครอบคลุมพื้นที่ในประเทศ มากกว่า 15,000 แห่ง มีสาขาของหุ้นส่วน (พาร์ทเนอร์) กระจายอยู่มากมาย เช่น บีทูเอส (B2S), แฟมิลีมาร์ (Family Mart) สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) รวมถึงคอนโดมิเนียม บริษัทขนส่ง เจแปนดีที เอ็กซ์เพรส (J&T Express) เป็นบริษัทขนส่งสินค้าจากฮ่องกงที่เข้ามาทำการตลาดในประเทศไทย ให้บริการแบบไม่มีวันหยุด ให้บริการผ่านสับาย สปีด (SABUY SPEED) ซึ่งเป็นการนำพัสดุไปส่ง/ฝากส่ง (Drop-Off) ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ มีสาขาให้บริการครอบคลุม 928 อำเภอทั่วประเทศ เปิดบริการ

ทุกวันตลอด 24 ชม. ไม่มีวันหยุด ติดตามพัสดุได้แบบปัจจุบัน (Real Time) และยังมีบริการส่งพัสดุแบบเก็บเงินปลายทาง (COD) แบบเร็วติดสปีดถึงมือผู้รับภายใน 1 วัน บริษัทขนส่งไปรษณีย์ไทย เป็นบริษัทขนส่งของรัฐบาลที่ให้บริการมาอย่างยาวนาน มีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีหลายบริการให้เลือกใช้ทั้งแบบส่งธรรมดาและส่งด่วนอีเอ็มเอส (EMS) บริษัทขนส่งแฟลช เอ็กซ์เพรส (Flash Express) ก่อตั้งเมื่อปี 2560 เป็นบริษัทขนส่งสัญชาติไทย ให้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีบริการเข้ารับสินค้าถึงหน้าบ้านและให้บริการเก็บเงินปลายทาง เปิดให้บริการตลอด 365 วัน ไม่มีวันหยุด นำส่งพัสดุทั่วไทยในราคาประหยัด ราคาเริ่มต้น 25 บาท มีจุดบริการ รวมถึงจุดรับ - ส่งพัสดุทั่วประเทศ 3,500 แห่ง จัดส่งพัสดุให้เร่งด่วนภายใน 1 วัน มีบริการรับพัสดุถึงหน้าบ้าน (Pick up) บริษัทขนส่งเบสท์ เอ็กซ์เพรส (Best Express) เป็นบริษัทขนส่งจากประเทศจีน มีจุดบริการและสาขามากกว่า 600 จุดทั่วประเทศ มีบริการรับส่งพัสดุถึงที่และเก็บเงินปลายทาง มีตัวเลือกบริการขนส่งพัสดุที่จุดนำพัสดุไปส่ง/ฝากส่ง (Drop-Off) แบบบริการรับพัสดุถึงหน้าบ้าน (Door to Door) และแบบบริการเก็บเงินปลายทาง (COD) บริษัทขนส่งเอสซีจี (SCG Express) หรือ “ขนส่งแมวดำ” เป็นบริษัทในเครือ SCG ที่ร่วมกับบริษัทประเทศญี่ปุ่น ภายใต้สโลแกน “Deliver Your Happiness” เน้นให้บริการขนส่งพัสดุแบบเร่งด่วน ราคาเริ่มต้นที่ 35 บาท โดยคิดราคาตามขนาดกล่อง ไม่คิดตามน้ำหนัก เปิดให้บริการขนส่งสินค้าทั้งในรูปแบบสินค้าปกติและส่งของแช่แข็ง รวมไปถึงพัสดุที่มีขนาดใหญ่ และมีบริการเข้ารับสินค้าถึงพื้นที่ มีบริการเข้ารับพัสดุถึงบ้าน (Door to Door) สามารถชำระเงินปลายทางได้ทั้งรูปแบบเงินสดและบัตรเครดิต บริษัทขนส่งนินจา แวน (Ninja Van) ให้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลและกำลังขยายพื้นที่การให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ จัดส่งสินค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ ให้บริการจัดหาและจัดซื้อสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีน บริษัทขนส่งลาลามูฟ (Lalamove) ให้บริการจัดส่งสินค้าและพัสดุแบบเร่งด่วน ภายใน 1 ชั่วโมง โดยให้บริการภายในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ตอบโจทย์ความต้องการสำหรับผู้ที่ต้องส่งเอกสารด่วนระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B), ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า (B2C) สามารถเรียกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันได้ สามารถเรียกใช้งานได้ทั้งรถมอเตอร์ไซด์และรถยนต์ โดยมีรถให้เลือกใช้บริการ 8 แบบ บริษัทขนส่งนัม เอ็กซ์เพรส (Nim Express) เป็นบริษัทขนส่งที่มีศูนย์กระจายสินค้าอยู่ทั่วประเทศ โดยภายในจังหวัดจะเป็นศูนย์กลางและอำเภอเป็นจุดรวบรวมสินค้าและกระจายสินค้า มีบริการเข้ารับสินค้าด้วยระบบนัม วิไปพี (NIM VIP) ขึ้นต่ำ 10 ชิ้น และบริษัทขนส่งดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส (DHL Express) เป็นบริษัทจัดส่งสินค้าและพัสดุทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีบริการจัดส่งสินค้าและพัสดุที่หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นส่งสินค้าแบบปกติที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 3 วัน รับส่งพัสดุสินค้าแบบบริการรับพัสดุถึงหน้าบ้าน (Door to Door) และส่งสินค้าเร่งด่วนแบบกำหนดเวลาตัวเอง (Make Send, 2568; Page365, 2021) จากข้อมูลข้างต้น จะพบว่า การบริหารจัดการการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการล้วนต้องอาศัยการกระจายตัวของศูนย์/จุดการบริการการขนส่ง คุณภาพการขนส่ง การเข้ารับสินค้า อัตราค่าบริการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

การขนส่งมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจ การขนส่งช่วยให้โรงงานมีวัตถุดิบและเครื่องมือสำหรับการผลิตและทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าทันทีเมื่อเกิดความต้องการ และในทางกลับกันการขนส่งทำให้เกิดต้นทุนกับผู้ผลิต ดังนั้น ผู้ผลิตต้องพิจารณาเลือกการขนส่งอย่างเหมาะสม เพื่อให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำที่สุด หน้าที่ของการ

ขนส่ง ทำให้เกิดการผลิตและการบริโภค ช่วยเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตออกสู่ตลาดตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยให้สถานที่หรือพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวก โดยสามารถติดต่อกันด้วยการเดินทางหรือการขนส่ง ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าที่มีราคาต่ำในหนึ่งไปยังแหล่งที่มีคนต้องการสินค้าทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2569) จากยอดการจัดส่งสินค้าภายในประเทศ ปี 2563 พบว่า มียอดการจัดส่งรวม 3,500 ล้านชิ้น (เฉลี่ย 10 ล้านชิ้นต่อวัน) (Shippop, 2564) ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด 19 (Marketeer, 2564) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จึงเป็นช่องว่างของการวิจัยที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในเรื่องดังกล่าว โดยงานวิจัยนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) กับผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ทั้งนี้ ผลที่ได้รับจากการวิจัยผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการดำเนินงาน พร้อมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้รับนำไปวางแผนการกำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขัน พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ ปรับปรุงการบริหารจัดการ คุณภาพการบริการ เพื่อสร้างให้ผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจ รวมทั้งสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และสถานภาพ ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย ต้นทุน การบริการลูกค้า ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2.3 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

H1: ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านการบริการลูกค้า ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความปลอดภัยของสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

3. ทบทวนวรรณกรรม

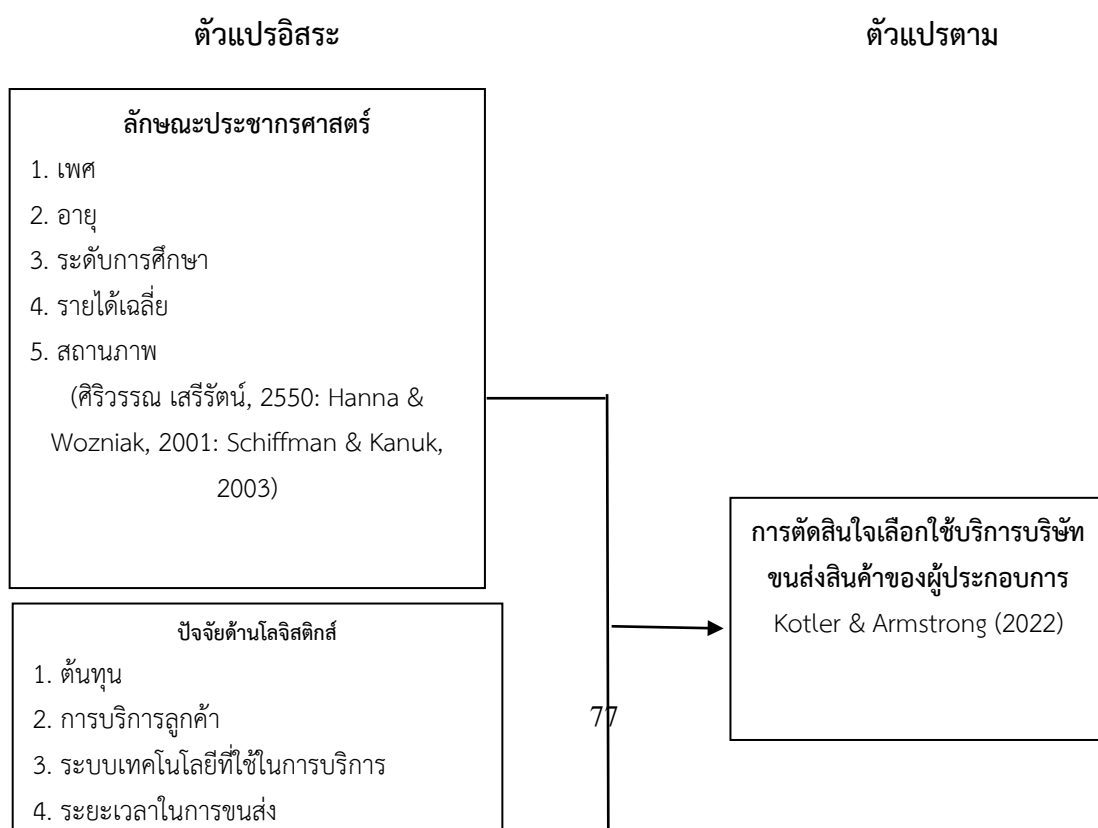
แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: Hanna & Wozniak, 2001: Schiffman & Kanuk, 2003) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่มีรูปแบบแตกต่างกันตามลักษณะที่สำคัญ แต่ละบุคคล ธุรกิจจำเป็นต้องระบุ รวมทั้งต้องใช้ลักษณะประชากรศาสตร์ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่วนในด้านจิตวิทยา ลักษณะประชากรศาสตร์ช่วยอธิบายในเรื่องความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้นได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วย เพศ เป็นตัวแปรที่สำคัญสำหรับการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากการมีเพศที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการรับรู้ เรียนรู้ ค่านิยม และวัฒนธรรม รวมทั้งการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน อายุ เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องทำการค้นหาความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยให้ความสำคัญทางด้านอายุ เนื่องจากความแตกต่างของอายุมีผลทำให้นิสัย ความพึงพอใจ รวมถึงความต้องการ การออกแบบสินค้าและบริการ สำหรับผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุมีความต้องการต่อสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษา สามารถบ่งบอกถึงสถานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ในสังคม ทั้งนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และการสื่อสารที่แตกต่างกันในทุกมิติของการสื่อสาร ซึ่งหากธุรกิจจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง จะสามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับระดับของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาชีพ สามารถบ่งบอกถึงสถานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ในสังคม ทั้งนี้ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และการสื่อสารที่แตกต่างกันรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถบ่งบอกถึงสถานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ในสังคมของบุคคลเหล่านั้น และสถานภาพการสมรส ปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมักใช้เป็นพื้นฐานของธุรกิจในการนำมาพิจารณาแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ทั้งนี้ นำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบและอัตราการใช้บริการและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีด้านโลจิสติกส์ Lambert, Stock, & Ellram (1998) กล่าวว่า การขนส่งโลจิสติกส์ เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ ช่วยให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานที่ห่างไกลได้เข้าถึงสินค้าและบริการตามที่ต้องการ รวมทั้งเป็นกิจกรรมที่ช่วยนำสินค้าจากแหล่งผลิตให้ผ่านมือคนกลาง จนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นทุกกิจกรรมของการเคลื่อนย้ายสินค้าล้วนต้องอาศัยระบบการขนส่งโลจิสติกส์ การขนส่งจึงมีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์และธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ประกอบด้วย (1) ต้นทุน เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องรับทราบ เพื่อการดำรงอยู่ของธุรกิจ เพื่อการบริหารจัดการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น หากธุรกิจบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมนำมาความสำเร็จมาสู่องค์กร การบริหารต้นทุนยังรวมถึงการส่งมอบความพึงพอใจต่อผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง ต้นทุนของการศึกษารั้วนี้ ประกอบด้วย ต้นทุนสินค้าคงคลัง ต้นทุนการจัดการคลังสินค้า ต้นทุนกระบวนการสั่งซื้อ ต้นทุนการบริหารและการจัดการ และต้นทุนการขนส่ง (2) การบริการลูกค้า เป็นกิจกรรมที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญและต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการ ในเรื่องการตอบสนองความต้องการ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ถือเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ (3) ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ เป็นสิ่งพื้นฐานที่ธุรกิจต้องนำไปใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยการนำการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการขับเคลื่อนให้เกิดประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า การเคลื่อนย้าย การตรวจสอบ รวมทั้งการตรวจเช็คสินค้าหรือบริการ ได้แก่ ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ระบบบาร์โค้ด รหัสแท่งที่ใช้ใช้ความถี่ของคลื่นวิทยุ ระบบกำหนดพิกัดที่ตั้งดาวเทียม การวางแผนทรัพยากรองค์กรโดยรวม ระบบการ

จัดการคลังสินค้า และระบบการจัดการการขนส่ง (4) ระยะเวลาในการขนส่ง คือ กระบวนการในการคำนวณจำนวนเวลาที่สินค้าเดินทางจากต้นทางไปสู่ปลายทาง โดยพิจารณาในเรื่องการดำเนินการขนส่ง และการวางแผนการขนส่ง เพื่อส่งมอบสินค้า การกระจายสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและตรงตามเวลาภายใต้เงื่อนไขถูกต้อง ถูกที่ และถูกเวลา และ (5) ความปลอดภัยของสินค้า ถือเป็นการรับประกันสินค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเกิดสบายใจและมั่นใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง ความปลอดภัยของสินค้า รวมไปถึงการดูแลสินค้าระหว่างไม่ให้เกิดความสูญหาย ไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง และต้องสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ตลอดเวลา

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ Kotler & Armstrong (2022) กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์ของตนเองมากที่สุด การตัดสินใจมักเกิดขึ้นภายใต้ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น คำแนะนำจากบุคคลอื่น พฤติกรรมภายหลังการซื้อ การใช้สินค้า การได้รับการบริการ โดยที่ผู้บริโภคจะทำการประเมินความพึงพอใจ จากการเลือกใช้หรือการได้รับการบริการในสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งนี้ การตัดสินใจซื้อ มักจะส่งผลต่อความภักดีและการบอกต่อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคแต่ละคนจะมีกระบวนการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า การบริการที่ได้รับ ได้แก่ สินค้าบางประเภทอาจใช้เวลานานและต้องการข้อมูลมากมาทำการประกอบการตัดสินใจ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีด้านโลจิสติกส์ และแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย เพื่อตรวจสอบอิทธิพลที่เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจบริการขนส่ง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งของผู้ประกอบการธุรกิจหน้าร้านและออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยผลการวิจัยจะช่วยให้ธุรกิจบริการขนส่งกำหนดวิธีการบริหารจัดการ การดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า พร้อมทั้งช่วยให้ธุรกิจบริการขนส่งค้นหาวิธีการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน ดังกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนงานวิจัยในอดีตและแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อหาข้อเท็จจริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ของ Cochran (1974) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างกับผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจบริการขนส่ง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งของผู้ประกอบการธุรกิจหน้าร้านและออนไลน์ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ทั้งในปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ทั้งนี้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของณัฐมน วงษ์เจริญ และคณะ (2569) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ขณะที่งานวิจัยของนิธิศ คำมะบาล และคณะ (2569) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความสามารถด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมทั้งแนวคิดและทฤษฎีของ Lambert, Stock, & Ellram (1998) ระบุว่า กุญแจที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเกือบทุกประเภท โดยเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขาย และการจัดจำหน่ายในหลายธุรกิจ คงหนีไม่พ้น

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับต้นทุนจากการขนส่ง การบริการลูกค้า ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยและเป็นต้นทุนที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อจัดการ การบริหารต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และการบริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาปัจจัยข้างต้นมาประยุกต์ใช้และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และ สถานภาพ 2) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย ต้นทุน การบริการลูกค้า ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) แบบสอบถามกำหนดประเด็นคำถามให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์และการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบบสอบถามมีคำถามคัดกรองก่อนตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อที่ 1 ท่านเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์หรือไม่ และข้อที่ 2 ท่านเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาหรือไม่ แบบสอบถามคัดกรองทั้ง 2 ข้อ หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าใช่ สามารถทำแบบสอบถามข้อต่อไปได้ แต่หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่ใช่ ให้หยุดทำแบบสอบถาม และแบบสอบถามที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และสถานภาพ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านการบริการลูกค้า ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความปลอดภัยของสินค้า จำนวน 15 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 มีระดับการวัดอันตรรกภาพชั้น (Interval Scale) ของ Likert (1961) 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย และ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบรายข้อ ได้แก่ 4.21 - 5.00 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3.41 - 4.20 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2.61 - 3.40 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1.81 - 2.60 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 1.00 - 1.80 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form บนแพลตฟอร์มจาก link และแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการ เช่น Line Facebook Tiktok โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายภายในกลุ่มจากผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2568 ถึง มกราคม 2569

4.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านการบริการลูกค้า ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความปลอดภัยของสินค้า และการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2-3

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อทดสอบปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 4 และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีอายุในช่วง 21 – 40 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 และมีสถานภาพโสด จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านโลจิสติกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}$ = 4.17, SD. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ($\bar{X}$ = 4.35, SD. = 0.76) และด้านความปลอดภัยของสินค้า ($\bar{X}$ = 4.21, SD. = 0.70) ส่วนด้านที่ในระดับเห็นด้วยมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุน ($\bar{X}$ = 4.14, SD. =

0.59) ด้านระยะเวลาการขนส่ง ($\bar{X}$ = 4.09, SD. = 0.69) และด้านการบริการลูกค้า ($\bar{X}$ = 4.06, SD. = 0.81) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านต้นทุน ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ค่าขนส่งผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีราคาค่าขนส่งหลากหลาย ตามลำดับ

ด้านการบริการลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีพนักงานให้การต้อนรับ มีมารยาท มีมนุษยสัมพันธ์ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีบริการ/อำนวยความสะดวกหลังการขาย และผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีบริการขนส่งนอกเวลาตามที่ลูกค้าต้องการ ตามลำดับ

ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีระบบการติดตาม/ตรวจสอบการจัดส่งสินค้าได้ตลอดเวลา ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการเข้ารับและส่งสินค้า ณ สถานที่นัดหมายผ่านระบบแอปพลิเคชัน และผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีอุปกรณ์/เครื่องมือทันสมัย เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาการขนส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีระยะเวลาในการขนส่งที่เหมาะสม ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการส่งมอบสินค้าในกรณีเร่งด่วน และผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ส่งสินค้าตามวันเวลาที่กำหนด ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัยของสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่มีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการรับประกันสินค้า ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการรับประกันสินค้า และการให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ไม่มีสินค้าสูญหาย/เสียหายระหว่างการขนส่ง ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	SD.	แปลผล	ลำดับ
1. ต้นทุน	4.14	0.59	มาก	1
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น	4.29	0.68	มากที่สุด	

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	SD.	แปลผล	ลำดับ
- ค่าขนส่งผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ	4.16	0.81	มาก	2
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีราคาค่าขนส่งหลากหลาย	3.97	0.91	มาก	3
2. การบริการลูกค้า	4.06	0.81	มาก	
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีบริการ/อำนวยความสะดวกหลังการขาย	4.10	0.74	มาก	2
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีบริการขนส่งนอกเวลาตามที่ลูกค้าต้องการ	3.88	0.91	มาก	3
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีพนักงานให้การต้อนรับ มีมารยาท มีมนุษยสัมพันธ์	4.20	0.86	มาก	1
3. ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ	4.35	0.76	มากที่สุด	
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการเข้ารับและส่งสินค้า ณ สถานที่นัดหมายผ่านระบบแอปพลิเคชัน	4.36	0.98	มากที่สุด	2
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีระบบการติดตาม/ตรวจสอบการจัดส่งสินค้าได้ตลอดเวลา	4.43	0.71	มากที่สุด	1
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีอุปกรณ์/เครื่องมือทันสมัยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	4.26	0.76	มากที่สุด	3
4. ระยะเวลาการขนส่ง	4.09	0.69	มาก	
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ส่งสินค้าตามวันเวลาที่กำหนด	4.03	0.84	มาก	3
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีระยะเวลาในการขนส่งที่เหมาะสม	4.20	0.82	มาก	1
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการส่งมอบสินค้าในกรณีเร่งด่วน	4.06	0.76	มาก	2
5. ความปลอดภัยของสินค้า	4.21	0.70	มากที่สุด	
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการรับประกันสินค้า	4.35	0.88	มากที่สุด	1
- การให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ไม่มีสินค้าสูญหาย/เสียหายระหว่างการขนส่ง	3.96	0.71	มาก	3
- ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการรับประกันสินค้า	4.33	0.74	มากที่สุด	2

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	SD.	แปลผล	ลำดับ
รวมปัจจัยด้านโลจิสติกส์	4.17	0.50	มาก	

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, SD. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.44, SD. = 0.71) ราคาค่าขนส่งเหมาะสมกับการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.43, SD. = 0.61) สินค้าถึงจุดหมายปลายทาง ครบตามจำนวนที่จัดส่งจากต้นทาง ($\bar{X}$ = 4.43, SD. = 0.76) การบริการมีมาตรฐาน ตรงต่อเวลา ($\bar{X}$ = 4.26, SD. = 0.63) และพนักงานมีอัธยาศัย เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมีจำนวนเพียงพอ ($\bar{X}$ = 4.23, SD. = 0.84) ตามลำดับ

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

H1: ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านการบริการลูกค้า ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความปลอดภัยของสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.139 - 1.708 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา (Miles et al., 2014) และค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.586 - 0.878 ซึ่งไม่ควรต่ำกว่า 0.2 (Pedhazur, 1997) ค่า Adj. R² เท่ากับ 0.780 อธิบายได้ว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นผลมาจากปัจจัยด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านการบริการลูกค้า ด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความปลอดภัยของสินค้า ร้อยละ 78 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 22 เป็นผลมาจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

สำหรับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ปัจจัยด้านระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ (x3) (Sig. = 0.000) ปัจจัยด้านระยะเวลาในการขนส่ง (x4) (Sig. = 0.000) และปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า (x5) (Sig. = 0.000) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยดังกล่าว ทั้ง 3 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านต้นทุน (x1) (Sig. = 0.431) และปัจจัยด้านการบริการลูกค้า (x2) (Sig. = 0.634) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
(Constant)	0.587	0.117		5.011	0.000*		
ต้นทุน (x1)	0.082	0.027	0.099	0.421	0.431	0.632	1.583
การบริการลูกค้า (x2)	0.041	0.020	0.046	0.726	0.634	0.603	1.658
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ (x3)	0.146	0.022	0.204	6.641	0.000*	0.586	1.708
ระยะเวลาในการขนส่ง (x4)	0.133	0.020	0.168	6.683	0.000*	0.878	1.139
ความปลอดภัยของสินค้า (x5)	0.146	0.023	0.186	6.462	0.000*	0.666	1.502

R = 0.885, R² = 0.782, Adj. R² = 0.780, F = 283.273, Durbin - Watson = 2.121

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และสามารถเขียนสมการความสัมพันธ์ได้ ดังนี้

$$Y = 0.587 + 0.146 (x3) + 0.133 (x4) + 0.146 (x5)$$

6. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท และมีสถานภาพโสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐมน วงษ์เจริญ และคณะ (2569) ที่พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 35 ปี มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตสุภา พิจิตร และคณะ (2568) ที่พบว่า ลูกค้าเป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 30 ปี และการศึกษาในระดับปริญญาตรี เนื่องจากเป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีการศึกษาในการหาข้อมูล เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการกระจายสินค้า โดยพิจารณาเลือกธุรกิจบริษัทขนส่งสินค้าจากคุณภาพ การส่งมอบสินค้า รวมทั้งการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ดังนั้น ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการส่งข่าวสาร เจื้อนไขทางการตลาดเพื่อใช้ในการแข่งขันของธุรกิจ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญ คือ ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการการขนส่งล้วนต้องอาศัยเทคโนโลยี เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก เพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการขนส่งสินค้า ช่วยทำให้กระบวนการต่างของการขนส่งมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และแม่นยำมากขึ้น มีระบบการติดตาม/ตรวจสอบการจัดส่งสินค้าได้ตลอดเวลา ช่วยให้การวางแผนเส้นทาง การจัดตารางขนส่ง มี

การเข้ารับและส่งสินค้า ณ สถานที่นัดหมายผ่านระบบแอปพลิเคชัน ทำให้การประสานงานของการขนส่งทำได้แบบอัตโนมัติ ลดเวลาของงานเอกสาร รวมทั้งขั้นตอนที่ซับซ้อน มีอุปกรณ์/เครื่องมือทันสมัย เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การตรวจสอบสถานะสินค้าได้ตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจเกิดความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ในเรื่องของระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของการขนส่งสินค้า เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยธุรกิจต้องยึดหลักในการดำเนินการ ในเรื่องการสร้างเชื่อมั่น ลดความเสียหาย สูญหายของสินค้า หรือการถูกขโมยระหว่างการขนส่ง ส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าในสภาพสมบูรณ์ มีการรับประกันสินค้า ส่งสินค้าตามวันเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับงานของ ญัฐมน วงษ์เจริญ และคณะ (2569) ที่พบว่า บริการขนส่งสินค้าที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ มีบริการที่ได้มาตรฐานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ สอดคล้องกับงานของ นิธิศ คำมะบาล และคณะ (2569) ที่พบว่า การทำงานด้วยความโปร่งใส ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานของ กมลชนก เขียวแก้ว และ วันวิสา พิมพา (2560) ที่พบว่า ปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้า กรณีศึกษาบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนอง ความเชื่อถือได้ในการให้บริการ และการประกันความเสียหาย และสอดคล้องกับงานของ สุภาวดี สายสนธิ และ กัญญารัตน์ นิมตระกูล (2568) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ในการส่งมอบ ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ในการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก เขียวแก้ว และ วันวิสา พิมพา. (2560). ปัจจัยการเลือกผู้ให้บริการขนส่ง : กรณีศึกษาบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ].
- จิตสุภา พิจิตร ไพโรจน์ พิภพเอกสิทธิ์ สรวงอัยย์ อนันทวิชักษณ์ และ กฤตชน วงศ์รัตน์. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 9(3), 1834-1848.
- ญัฐมน วงษ์เจริญ ภูรดา ประเสริฐศรี และสรียาภรณ์ ประเสริฐศรี. (2569). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน*, 4(1), 101-118.
- นิธิศ คำมะบาล นัทธ์หทัย อีอนอก และนฤมล สุ่นสวัสดิ์. (2569). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและความสามารถด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. *วารสารโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน*, 4(1), 46-68.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สุภาวดี สายสนธิ และ กัญญารัตน์ นิมิตระกุล. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ และเอกสารด่วนไปต่างประเทศในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์และกลยุทธ์การจัดการ*, 12(1), 110-129.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2569). *หน่วยที่ 6 การขนส่งสินค้า*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2569, จาก <https://sites.google.com/view/tanapont/e-learning>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essential of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson.
- Lambert, D. M., Stock, J. R., & Ellram, L. M. (1998). *Fundamentals of logistics management*. McGraw-Hill/Irwin.
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. McGraw Hill.
- Marketeer. (2564). ตลาดขนส่งพัสดุเติบโตแต่ละแบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์ปิดหนีคู่แข่งทั้งราคา-ความเร็ว. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2569, จาก <https://marketeeronline.co/archives/222852>
- Make Send. (2568). *รวม 10 บริษัทขนส่งสินค้าสะดวก ส่งพัสดุเร็ว ถูกใจ แม่ค้าออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2569, จาก <https://www.makesend.asia/10-companies-delivery-service/>
- Miles, M. B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage, London.
- Page365. (2021). *10 บริษัทขนส่งสินค้า*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2569, จาก <https://www.page365.net/all-articles/shipping-services-for-online-shop>
- Pedhazur, E. J. (1997) *Multiple Regression in Behavioral Research: An Explanation and Prediction*. Rinehart & Winston.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*. 2, 49 – 60.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Consumer behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Shippop. (2564). *ยอดรวมการจัดส่งสินค้าในประเทศไทย ปี 2563*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2569, จาก <https://blog.shippop.com/shipments/>