



## คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง

บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส\*

### THE SERVICE QUALITY OF J&T EXPRESS TRANSPORTATION SERVICE COMPANY THAT AFFECTS CUSTOMER SATISFACTION

ธิติสดา จันทระอ่อน

Thitisuda Janon

คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Master of Business Administration, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: thitisuda.pang@gmail.com

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการ 2) ความพึงพอใจ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการขนส่ง จำนวน 400 ราย ใช้การคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test, F-test, One way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 31 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,001 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ความถี่ของการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวนพัสดุที่ส่งต่อครั้ง 1 - 5 ชิ้น คุณภาพการให้บริการขนส่ง ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนพัสดุที่ส่งต่อครั้ง ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ควรพัฒนาแนวทางในการตอบสนองต่อลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ลูกค้า จัดสถานที่ให้เพียงพอต่อผู้ให้บริการ มีป้ายแสดงจุดบริการต่าง ๆ และการสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า

**คำสำคัญ:** คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

## Abstract

This research aims to study 1) The service quality of J&T Express Transportation Service Company, 2) Customer satisfaction, 3) Compare the customer satisfaction of J&T Express transportation services classified by personal information, and 4) Service quality that affects customer satisfaction of J&T Express transportation services by selecting a sample group of 400 people who use J&T Express's delivery services, selected using W.G. Cochran's formula for an unknown population size. A questionnaire was used as the research instrument, and statistical methods employed for data analysis include percentage, mean, t-test, F-test, One-Way ANOVA, and Multiple Regression Analysis. The study found that most female respondents, less than 31 years old, had an average monthly income of less than 25,001 baht, a high school education or vocational certificate, using the service 1-2 times/week. Parcels forwarded 1-5 times. the quality of delivery service is rated as highly important, and customer satisfaction is also at a high level. The difference in personal information such as age, frequency of service use, and the number of parcels forwarded per time affect the customer satisfaction of J&T Express transportation services with statistical significance at the .05 level. In terms of customer response, trust and understanding, and knowing customers' aspects Influence the satisfaction of service users, which is statistically significant at the .01 level. Based on the findings, it is recommended that J&T Express improve its responsiveness to customers by expanding communication channels and providing clearer information. The company should also ensure that service locations are adequate for customer needs, display clear signage for service points, and strengthen customer trust.

**Keywords:** Service Quality, Satisfaction, J&T Express

## บทนำ

ท่ามกลางการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา ตลาดขนส่งพัสดุไทยในปี 2020 - 2021 ยังเติบโตสูงต่อเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทาง E-commerce มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีการใช้มาตรการควบคุมโรคอย่างเข้มงวด มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุของไทยเติบโตในระดับสูงถึง 38% CAGR หรือคิดเป็นมูลค่า 9.1 หมื่นล้านบาท ในปี 2021 โดยเฉพาะจากปริมาณขนส่งพัสดุที่เร่งตัวขึ้น เนื่องจากการบังคับใช้มาตรการเพื่อควบคุมและลดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ตั้งแต่ลดการเดินทาง ปิดสถานที่เสี่ยงชั่วคราว จนถึงมาตรการล็อกดาวน์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น และในบางรายต้องปรับรูปแบบการทำงานเป็นการทำงานที่บ้าน (work from home) ทำให้ผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับผลกระทบจากมาตรการเหล่านี้ด้วยการเข้าสู่โลกดิจิทัลมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรืออีคอมเมิร์ซ ยังมีผู้บริโภคบางรายผันตัวไปเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยกระตุ้นการเติบโตของตลาดขนส่งพัสดุไทยให้พุ่งสูงขึ้น การแข่งขันที่รุนแรงและโอกาสในตลาดใหม่ เป็นตลาด Red Ocean ที่มีการแข่งขันด้าน



ราคาสูงมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับกลยุทธ์และขยายบริการไปยังตลาดใหม่ที่ยังมีโอกาสดิบโตสูง (Blue Ocean) ได้แก่ 1) เทรนด์การให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 2) เทรนด์การให้บริการขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ หรือแบบไม่เต็มคันรถ (Less than Truckload: LTL) 3) เทรนด์การให้บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร และ 4) เทรนด์การให้บริการขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิแบบด่วนทั้งสินค้าแบบแช่เย็นและแช่แข็ง ในอนาคตข้างหน้า ธุรกิจขนส่งพัสดุยังมีความท้าทายที่ต้องเผชิญอีกหลายประการ และส่งผลให้ต้องเร่งปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายสู่ตลาดใหม่ ๆ ในอนาคต ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุจะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในหลายประการ ได้แก่ ต้นทุนการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นกับกำลังซื้อที่อ่อนแอลง การแข่งขันจากธุรกิจแอปพลิเคชันบริการขนส่งเดลิเวอรี่ และการพัฒนาด้านโลจิสติกส์สีเขียวและความยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการขนส่งควรเร่งปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเพื่อให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดย 3 วิธี ที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับใช้ได้แก่ 1) การพัฒนาความเร็วในการจัดส่งพัสดุอย่างต่อเนื่อง 2) การสร้าง strategic partnership หรือ M&A กับผู้ประกอบการต่าง ๆ เพื่อต่อยอดธุรกิจ และ 3) การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินการมากยิ่งขึ้น (SCBEIC, 2022)

ประเทศไทยในปัจจุบันจำเป็นต้องอยู่ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น ในด้านการค้าและการบริการ ดังนั้นการปรับปรุงการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ ในทุก ๆ ด้าน เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มระดับการให้บริการและเพิ่มโอกาสทางการขายให้กับธุรกิจเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ การพัฒนาระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพถือเป็นกลไกที่สำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาการขนส่งในปัจจุบันจะเน้นไปที่ขนส่งให้ทันตามเวลาที่กำหนด และการลดเวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้า (บก.ทีเอฟที ทรานสปอร์ต, 2558) สำหรับระบบการจัดการขนส่งสินค้านั้น มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการวางแผนและการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้การขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจุดมุ่งหมายของการขนส่งสินค้า ที่มีประสิทธิภาพ คือ การที่สามารถส่งสินค้าไปถึงจุดหมาย คือ ลูกค้าได้ทันกำหนด มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขนส่งที่ต่ำที่สุด ซึ่งในปัจจุบันระบบการขนส่งสินค้าขององค์กรต่าง ๆ ยังขาดรูปแบบการจัดการที่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการขนส่งที่เหมาะสมสำหรับองค์กรเพื่อสนับสนุนให้องค์กรดำเนินการขนส่งสินค้าอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (วัชรพงศ์ เกาฏี, 2562)

ความท้าทายในการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและต้นทุนการดำเนินงานของภาคธุรกิจ โดยอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านเงินทุน การขาดการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน การขาดข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านการขนส่ง และข้อจำกัดด้านการรับรู้ของสาธารณะเกี่ยวกับบทบาทของการขนส่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาเร่งด่วนในปัจจุบัน ได้แก่ ต้นทุนเชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า ทำให้ผู้ให้บริการต้องปรับขึ้นอัตราค่าขนส่งหรือเผชิญกับภาวะขาดทุน ซึ่งกระทบทั้งผู้จัดส่ง ผู้รับ และผู้ขนส่ง อีกทั้งยังส่งผลต่อซัพพลายเออร์และผู้ผลิต เนื่องจากต้นทุนการขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้นทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น และนำไปสู่อัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การบริหารต้นทุนเชื้อเพลิงจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ข้อจำกัดด้านการมองเห็น (Visibility) ในกระบวนการขนส่ง ปัจจุบัน 75% ของผู้จัดส่งระบุว่า การมองเห็น (Visibility) ของการขนส่งสินค้าเป็นหนึ่งในปัญหาที่สำคัญที่สุดในห่วงโซ่อุปทาน รองลงมาจากการลดต้นทุนและการเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่ง ในอดีต การติดตามสินค้าทำได้เพียงเมื่อสินค้าถึงจุดหมายปลายทางหรือจุด

ตรวจสอบที่กำหนด แต่ในปัจจุบัน เทคโนโลยีที่ให้การมองเห็นแบบเรียลไทม์เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาความแออัดของระบบขนส่งและการปล่อยก๊าซคาร์บอน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้า สำนักงานงบประมาณรัฐสภา (Congressional Budget Office) ระบุว่า การจราจรติดขัดเป็นหนึ่งในปัญหาหลักที่อุตสาหกรรมขนส่งสินค้าต้องเผชิญในปัจจุบัน โดยระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางของระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้นถึงห้าเท่าเมื่อเทียบกับปี 1982 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความล่าช้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศ การขาดแคลนรถบรรทุก และจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นในระบบขนส่งสาธารณะ (โลโก้ โลจิสติกส์, 2022)

เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส (J&T Express) เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนในยุคดิจิทัล ด้วยความเข้าใจและเข้าถึงทุกความต้องการและเพื่อเป็นการต่อยอดความเป็นหนึ่งในผู้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในด้านการขนส่ง จึงได้จับมือร่วมกันกับช้อปปี้ (Shopee) ผู้นำแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และไต้หวัน มุ่งหวังตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่มีการซื้อขายบนออนไลน์มากขึ้น โดยใช้ช่องทางออนไลน์ของช้อปปี้ (Shopee) ทั้งแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ เพื่อเป็นการขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้าให้ครอบคลุมและเหมาะกับไลฟ์สไตล์ในยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น โดยความร่วมมือในครั้งนี้เป็นการต่อยอดธุรกิจของสองพันธมิตรเพื่อนำเสนอโซลูชันและบริการที่ครบวงจรเพิ่มเติมให้กับกลุ่มลูกค้าของทั้งสองบริษัทให้มากที่สุด (MGR ONLINE, 2562) อย่างไรก็ตามการแข่งขันในธุรกิจขนส่งมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้บริษัทต้องปรับปรุงคุณภาพบริการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เติบโตขึ้น ความท้าทายของอุตสาหกรรมขนส่งในปัจจุบัน ได้แก่ ต้นทุนเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ปัญหาการขาดข้อมูลเกี่ยวกับระบบขนส่ง ความล่าช้า และข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งกระทบต่อผู้ให้บริการและผู้บริโภคโดยตรง บริษัทขนส่ง เช่น J&T Express ได้ปรับกลยุทธ์ด้วยการเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์ม E-commerce อย่าง Shopee เพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเพิ่มความสะดวกสบายในการขนส่งสินค้าให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัล โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่อผู้ใช้บริการได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ได้รับสินค้าตรงเวลา ลดระยะเวลาการรอคอย ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง ความคุ้มค่าและต้นทุนที่เหมาะสม ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง การเข้าถึงบริการที่ง่ายขึ้น ผู้ใช้สามารถติดตามสถานะการขนส่งแบบเรียลไทม์ ทำให้วางแผนการรับสินค้าได้ดีขึ้น ประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ มีมาตรฐานสูงช่วยสร้างความไว้วางใจและเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค ประโยชน์ต่อผู้ให้บริการขนส่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน บริษัทที่มีคุณภาพการให้บริการสูงจะสามารถครองตลาดและรักษาลูกค้าได้ดีขึ้น ลดต้นทุนการดำเนินงาน ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ เช่น ค่าน้ำมัน และ ค่าซ่อมบำรุง

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส



3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตของการศึกษา

1.1 ด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า ความไว้วางใจ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า และทฤษฎีความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) การให้บริการที่ก้าวหน้า (Progression service) (Millet, 1954)

1.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ซึ่งในกรณีนี้ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน เลือกตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample size) แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

1.3 ด้านระยะเวลาในการศึกษา เริ่มต้นเดือนมกราคม 2568 - มีนาคม 2568

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบบสอบถามของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรสที่สร้างขึ้นมาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการ และ จำนวนพัสดุที่ส่งสินค้าต่อครั้ง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส โดยมีลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้ 5 = สำคัญมากที่สุด, 4 = สำคัญมาก, 3 = สำคัญปานกลาง, 2 = สำคัญน้อย, 1 = สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส โดยมีลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้ 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามมี

ค่าความเที่ยงตรง IOC เท่ากับ .893 และการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 40 คน ด้วยวิธี (วารสาร กงจันหา และ ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ, 2562) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .984

### 3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Forms ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบแบบสอบถาม พร้อมกำหนดวัน เวลา ในการติดตามกลับคืนมาด้วยตนเอง แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง นำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล** ประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติที่ใช้ประกอบด้วย

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ได้แก่ ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการ และระดับความพึงพอใจ

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

**ตารางที่ 1** แสดงถึงสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ข้อมูลส่วนบุคคล      |                     | จำนวน (ราย) | ร้อยละ (%) |
|----------------------|---------------------|-------------|------------|
| เพศ                  | ชาย                 | 175         | 43.70      |
|                      | หญิง                | 225         | 56.30      |
|                      | รวม                 | 400         | 100.00     |
| อายุ                 | น้อยกว่า 31 ปี      | 285         | 71.30      |
|                      | 31 - 40 ปี          | 77          | 19.30      |
|                      | 41 - 50 ปี          | 30          | 7.50       |
|                      | 51 - 60 ปี          | 8           | 2.00       |
|                      | รวม                 | 400         | 100.00     |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | ต่ำกว่า 25,001 บาท  | 271         | 67.70      |
|                      | 25,001 - 30,000 บาท | 79          | 19.70      |
|                      | 30,001 - 35,000 บาท | 17          | 4.30       |
|                      | 35,001 - 40,000 บาท | 12          | 3.00       |
|                      | 40,001 - 45,000 บาท | 7           | 1.80       |
|                      | มากกว่า 45,000 บาท  | 14          | 3.50       |
|                      | รวม                 | 400         | 100.00     |



**ตารางที่ 1** แสดงถึงสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

|                                | ข้อมูลส่วนบุคคล             | จำนวน (ราย) | ร้อยละ (%) |
|--------------------------------|-----------------------------|-------------|------------|
| ระดับการศึกษา                  | มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า | 127         | 31.70      |
|                                | มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. | 104         | 26.00      |
|                                | ปวส. หรือ อนุปริญญา         | 87          | 21.80      |
|                                | ปริญญาตรี                   | 69          | 17.20      |
|                                | สูงกว่าปริญญาตรี            | 13          | 3.30       |
|                                | รวม                         | 400         | 100.00     |
| ความถี่ในการใช้บริการ          | ไม่เลย                      | 47          | 11.70      |
|                                | 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์         | 195         | 48.80      |
|                                | 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์         | 78          | 19.50      |
|                                | 5 - 6 ครั้ง/สัปดาห์         | 58          | 14.50      |
|                                | มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์     | 22          | 5.50       |
|                                | รวม                         | 400         | 100.00     |
| จำนวนพัสดุที่ส่งสินค้าต่อครั้ง | 1 - 5 ชิ้น                  | 191         | 47.70      |
|                                | 6 - 10 ชิ้น                 | 72          | 18.00      |
|                                | 11 - 30 ชิ้น                | 58          | 14.50      |
|                                | 31 - 50 ชิ้น                | 40          | 10.00      |
|                                | 51 - 100 ชิ้น               | 17          | 4.30       |
|                                | อื่น ๆ                      | 22          | 5.50       |
|                                | รวม                         | 400         | 100.00     |

จากตารางที่ 1 พบว่า สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,001 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์ และจำนวนพัสดุที่ส่งสินค้าต่อครั้ง 1 - 5 ชิ้น

## 2. คุณภาพการให้บริการขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

**ตารางที่ 2** แสดงระดับความสำคัญคุณภาพการให้บริการขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

| คุณภาพการให้บริการขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส | ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | แปลผล |
|--------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|-------|
| ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ                           | 4.24                    | .66                             | มาก   |
| ด้านความน่าเชื่อถือ                                    | 4.23                    | .64                             | มาก   |
| ด้านการตอบสนองลูกค้า                                   | 4.18                    | .69                             | มาก   |
| ด้านความไว้วางใจ                                       | 4.20                    | .70                             | มาก   |
| ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า                        | 4.24                    | .66                             | มาก   |
| รวม                                                    | 4.22                    | .67                             | มาก   |

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการขนส่งภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.22, S.D. = .67) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ระดับมากทุกด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากน้อย ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า ( $\bar{X}$  = 4.24, S.D. = .66) ด้านความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}$  = 4.23, S.D. = .64) ด้านความไว้วางใจ ( $\bar{X}$  = 4.20, S.D. = .70) และด้านการตอบสนองลูกค้า ( $\bar{X}$  = 4.18, S.D. = .69)

### 3. ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

#### ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

| ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส | ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) | แปลผล |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------|
| ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค                                | 4.21                    | .66                         | มาก   |
| ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา                                  | 4.18                    | .70                         | มาก   |
| ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ                                | 4.19                    | .65                         | มาก   |
| ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง                              | 4.19                    | .68                         | มาก   |
| ด้านการให้บริการที่ก้าวหน้า                                 | 4.14                    | .69                         | มาก   |
| รวม                                                         | 4.18                    | .67                         | มาก   |

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ( $\bar{X}$  = 4.18, S.D. = .67) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากน้อย ดังนี้ การให้บริการอย่างเสมอภาค ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = .66) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = .68) การให้บริการอย่างเพียงพอ ( $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = .65) การให้บริการที่ตรงเวลา ( $\bar{X}$  = 4.18, S.D. = .70) การให้บริการที่ก้าวหน้า ( $\bar{X}$  = 4.14, S.D. = .69)

### 4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

#### ตารางที่ 4 แสดงเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ข้อมูลส่วนบุคคล                | F     | Sig  | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|--------------------------------|-------|------|--------------------|
| เพศ                            | .758  | .384 | ไม่แตกต่าง         |
| อายุ                           | 5.789 | .001 | แตกต่าง            |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน           | .516  | .764 | ไม่แตกต่าง         |
| ระดับการศึกษา                  | .869  | .493 | ไม่แตกต่าง         |
| ความถี่ในการใช้บริการ          | 8.152 | .000 | แตกต่าง            |
| จำนวนพัสดุที่ส่งสินค้าต่อครั้ง | 8.699 | .000 | แตกต่าง            |

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05





จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล อายุ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนพัสดุที่ส่งสินค้าต่อครั้ง แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

**ตารางที่ 5** แสดงคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส

| คุณภาพการให้บริการ          | B    | Std. Error | Beta | t     | Sig   | ผลการทดสอบ |
|-----------------------------|------|------------|------|-------|-------|------------|
| Constant                    | .191 | .084       |      | 2.271 | .024  |            |
| ความเป็นรูปธรรมของบริการ    | .064 | .036       | .066 | 1.747 | .081  | ไม่มี      |
| ความน่าเชื่อถือ             | .051 | .045       | .052 | 1.141 | .255  | ไม่มี      |
| การตอบสนองลูกค้า            | .202 | .035       | .218 | 5.719 | .000* | มี         |
| ความไว้วางใจ                | .226 | .043       | .250 | 5.247 | .000* | มี         |
| การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า | .404 | .041       | .413 | 9.805 | .000* | มี         |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2-tailed)

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ผู้ศึกษามีประเด็นที่จะอภิปรายดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งของ บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสนองตอบลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า ในภาพรวมของคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา ทวีนนท์ และ แววมยุรา คำสุข ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุด คือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ .05 (กาญจนา ทวีนนท์ และคณะ, 2558)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส พบว่า การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการที่ก้าวหน้า ในภาพรวมความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชจรินทร์ วรรณพงษ์ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานสายสนับสนุนวิชาการสังกัดสำนักงานคณบดี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 0.59) (นุชจรินทร์ วรรณพงษ์, 2565)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า อายุ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนพัสดุที่ส่งต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของธนพร หนูแสง นาทาชา เทพอ่อน และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ การศึกษาและความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพบริการธุรกิจขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลาโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ธนพร หนูแสง และคณะ, 2564)

วัตถุประสงค์ที่ 4 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส พบว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา มณีสาร และอัจฉราวรรณ รัตนพันธ์ (2567) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ด เดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (นริศรา มณีสาร และคณะ, 2567)

## สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส โดยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความสำคัญต่อผู้บริการขนส่งอยู่ในระดับมาก ผู้ให้บริการควรจัดสถานที่ในการให้บริการให้เพียงพอต่อผู้บริการ เพื่อความสะดวกสบาย มีป้ายแสดงจุดบริการต่าง ๆ ภายในสถานที่อย่างชัดเจน มีอุปกรณ์ที่พร้อมให้บริการและทันสมัย มีป้ายแสดงถึงราคาอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและละเอียดเข้าใจได้ง่าย และต้องส่งสินค้าได้ตรงเวลา ถูกสถานที่ จำนวนถูกต้อง ความพึงพอใจของผู้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีความพึงพอใจต่อผู้บริการอยู่ในระดับมาก ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม ตามลำดับ ดูแลสินค้าที่นำส่งให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ไม่ได้รับความเสียหาย มีการชดเชยความเสียหายอย่างเหมาะสม มีระดับราคาที่มาตรฐาน เปรียบเทียบความพึงพอใจของ



ผู้ให้บริการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนพัสดุที่ส่งต่อครั้ง ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งบริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ในส่วนของผู้ให้บริการสามารถทำแบบสรุปส่งข้อมูลของพัสดุในแต่ละวัน พร้อมตรวจสอบได้ทันที ให้บริการในการตรวจสอบเลขพัสดุควรมีหลายช่องทางในการตรวจสอบ สาขาที่ให้บริการควรมีครอบคลุมในทุกพื้นที่ เพื่อความสะดวกสามารถใช้น้ำหนัก ขนาด ได้อย่างรวดเร็ว ชัดเจน ถูกต้อง ข้อเสนอแนะในครั้งถัดไป 1) บริษัท เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส ควรพัฒนาแนวทางในการตอบสนองต่อลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ลูกค้า 2) ควรเพิ่มมาตรการในการสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า เช่น การปรับปรุงระบบติดตามพัสดุ และการรับประกันความปลอดภัยของสินค้า 3) การเข้าใจและรู้จักลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า เพื่อปรับปรุงบริการให้ตรงตามความต้องการ

## เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา ทวิพันธ์ และคณะ. (2558). คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 7(2), 151-167.
- ธนาวร หนูแสง และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุในจังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการสถาบันอาชีวศึกษาภาคใต้ 1, 6(1), 071-079.
- นริศรา มณีสาร และคณะ. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 14(2), 99-110.
- นุชจรินทร์ วรรณพงษ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานสายสนับสนุนวิชาการ สังกัดสำนักงานคนบตี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 11(2), 28-53.
- บจก.ทีเอฟที ทรานสปอร์ต. (2558). บริษัทขนส่งสินค้า ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2568 จาก <https://www.transport4thai.com/บริษัทขนส่งสินค้า-การแข/>
- โลโก้ โลจิสติกส์. (2022). 3 ความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดในการขนส่งในปัจจุบัน. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2568 จาก [https://www.logos3pl.com/th/blog/the-3-biggest-challenges-in-transportation-today/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.logos3pl.com/th/blog/the-3-biggest-challenges-in-transportation-today/?utm_source=chatgpt.com)
- วรารณ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 9(1), 84-97.
- วัชรพงศ์ เกาภู. (2562). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจัดส่งพัสดุกับบริษัท J&T Express ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- MGR ONLINE. (2562). “เจแอนด์ที” ทุนจีน รุกเอ็กซ์เพรสซูไทยตลาดหลัก. เรียกใช้เมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9620000084670>
- SCBEIC. (2022). เกาะติดตลาดขนส่งพัสดุ 2022: เร่งปรับตัวและขยายสู่ตลาดใหม่ในวันที่การแข่งขันยังรุนแรงต่อเนื่อง. เรียกใช้เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2025 จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/8322>