หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วนในพื้นที่เขต EEC ประเทศไทย
คำสำคัญ	การตัดสินใจ/ ขนส่งด่วน/ ส่วนประสมทางการตลาด/ คุณภาพการบริการ
ผู้นักศึกษา	สุวิมล ยศกุณา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.มุกดาฉาย แสนเมือง
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2566

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วนแตกต่างกัน 2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน 3) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย สมการถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า 1) ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งด่วนไม่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ, ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ, และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งด่วน

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors Affecting Decision to Use Express Delivery Companies in Eastern Economic Corridor, Thailand
Keywords	Decision/ express delivery/ Marketing Mixes/ Service Quality
Student	Suvimon Yotkuna
Thesis Advisor	Dr.Mukdashine Sandmaung
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2023

ABSTRACT

The study was carried out to investigate 1) the differences in demographic factors affecting the decision to use different express delivery companies' 2) marketing mixes affecting the decision with using express delivery services and 3) service quality affecting the decision with using express delivery services. This research is quantitative research. Data were collected by using questionnaires. The sample group consisted of 400 people. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, F-test, and Multiple linear regression.

The results of the study indicated that most of the respondents were male, aged between 34-40 years old, were business owners, graduated with bachelor's degrees, and earned an average monthly income of 10,000 – 20,000 Baht. The results of hypothesis testing showed that the respondents with different gender, ages, levels of education, and average monthly incomes caused no differences in the decision with using express delivery services. The result of Multiple regression analysis showed that the marketing mixes in the aspect of place, process, and physical evidence has a positive relationship with the decision to use express delivery services while service quality in the aspect of tangible reliability and empathy has a positive relationship with the decision with using express delivery services.

SPU CHONBURI