

Received: Jun 30, 2023

Revised: Aug 8, 2023

Accepted: Aug 27, 2023

การตระหนักถึงราคาส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน ภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

Price awareness affects the decision to choose the service of private domestic parcel delivery companies of consumers in Samut Sakhon province

พุทธสิงห์ พุทธสีลอักษร¹, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์² และชลิดา โปะมา³

PhutthaSing Phutthasinoakson¹, Chatchai Laoketkarn² and Chalida Pohma³

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹,

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี², คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม³

Master's degree student Master of Business Administration Degree Program Business Administration

Thonburi University¹, Faculty of Business Administration Thonburi University²,

Faculty of Engineering and Technology Siam Technology College³

phutthasing.0632255165@gmail.com¹, chatchai_lm@thonburi-u.ac.th², chalidap@siamtechno.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตระหนักถึงราคาส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non-Probability Sampling) คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran, M. (1993) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ (IOC) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.91 ผลวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.98 ประกอบด้วย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นต่อการตระหนักถึงราคาตามตลาดของผู้ใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่กำหนดราคาเริ่มต้นเหมาะสมกับระยะทางที่ใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.81 และ (2) ผลการศึกษาสรุปได้ว่าราคาตามตลาด ราคาสูงกว่าตลาด และราคาต่ำกว่าตลาด ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสาคร การวิเคราะห์ความแปรปรวน ในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า การตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามราคาตลาด ด้านราคาสูงกว่าราคาตลาด และด้านราคาต่ำกว่าราคาตลาด ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ โดยการตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามราคาตลาด ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตระหนักถึงราคา, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, การขนส่งพัสดุเอกชน

Abstract

The purposes of this research were A study of price awareness affecting consumer's decision to choose the service of domestic private parcel delivery companies in Samut Sakhon Province. The sample used in this study were people who decided to choose a parcel delivery service. which the exact population is unknown (Non-Probability Sampling) The sample size was calculated by using the formula of Cochran, M. (1993) to get a sample size of 400 people. Using accidental sampling. The research tool was a questionnaire. There is a confidence value for the entire issue (IOC) for the whole issue of 0.91. consisting of statistics used to analyze data, frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the study showed that (1) the level of opinions towards market price awareness of service users with the highest average was that they chose to use the service with the service provider that set the starting price appropriate to the distance traveled visually. included at a high level has the highest average of 3.81 and (2) The results of the study concluded that the market price price higher than market and the price is lower than the market Affecting the decision to choose the service of private parcel delivery companies in the country of consumers in Samut Sakhon province. analysis of variance In the model of multiple regression analysis, it was found that price awareness price according to market price The price is higher than the market price. and the price is lower than the market price Affects the decision to choose the service of a parcel delivery company. by being aware of the price price according to market price Affecting the decision to choose the service of domestic private parcel delivery companies of consumers in Samut Sakhon province the most with statistical significance at the 0.05

Keywords: Price awareness, Decision to choose the service, private parcel delivery

บทนำ

ปัจจุบันการส่งสินค้าถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของคนไทย ทั้งส่งเอกสาร พัสดุ ส่งของจากร้านค้าต่าง ๆ ทว่าย้อนเวลากลับไปก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยมีการแข่งขันที่สูงเป็นทุนเดิม โดยเฉพาะการเข้ามาลงทุนจากธุรกิจต่างชาติขนาดใหญ่ ซึ่งได้แย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจของไทย เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน มีความเข้มแข็งด้านเครือข่ายขนส่งทั่วทั้งภูมิภาค มีโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และยอมขาดทุนเพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการไทยหลายรายที่มีเงินทุนจำกัดแข่งขันได้ยาก เมื่อเกิดวิกฤตโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยในปัจจุบัน (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2564) และการแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น การลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าให้เขาต่อเนื่องของผู้ประกอบการรายใหญ่ และการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งจากกลุ่มธุรกิจอื่นโดยเฉพาะ อสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการต่างชาติ (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2565) นอกจากนี้ การขยายพื้นที่เข้าในบางทำเล อาจผลักดันให้อุปทานส่วนเกินสูงขึ้น ทำให้การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้จำกัด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าภายในประเทศยังเติบโตได้ดี โดยเฉพาะธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ ธุรกิจขนส่งอาหาร ธุรกิจขนส่งพัสดุแบบเร่งด่วนตามที่เรานั้นได้เห็นกันอยู่แล้ว และเมื่อมองไปข้างหน้า อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีแนวโน้ม

เติบโตดี โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่องจากวิกฤตโควิด ซึ่งกระตุ้นให้การซื้อขายออนไลน์ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะผู้เล่นหลักในตลาดอีคอมเมิร์ซยังคงเป็นบริษัทต่างชาติ อย่างบริษัทสัญชาติจีน ขณะที่ผู้ประกอบการไทยทำหน้าที่ได้เพียงเป็นผู้ขนส่ง last mile Delivery (การขนส่งถึงหน้าบ้านลูกค้าโดยตรง) และอีกประการยังต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจโลจิสติกส์ไทยจะสามารถปรับตัว รับมือกับความท้าทาย และไม่พลาดคว้าโอกาสในยุคการก้าวกระโดดของอีคอมเมิร์ซได้อย่างทันท่วงที่ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคที่ต้องการความคุ้มค่าของการบริการของผู้ประกอบการอย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการขนส่งแบบ Door-to-Door และ Last-mile Delivery เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจ e-Commerce เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าธุรกิจ e-Commerce ของประเทศไทยในปี 2562 คาดว่ามีมูลค่า 4,027.28 พันล้านบาท ขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 6.91 และในปี 2563 คาดว่าจะมีมูลค่า 4,923.83 พันล้านบาท ขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 22.26 ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้ สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น เศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งถือเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ที่สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นลำดับต้น ๆ ให้กับประเทศ โดยปัจจัยเสี่ยงที่จุดดิ่งให้มูลค่าเพิ่มของจังหวัดลดลง มีสองปัจจัยเสี่ยงหลัก คือ เรื่องของภาวะเศรษฐกิจโลกและมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะมาตรการคว่ำบาตรจากการทำประมงผิดกฎหมาย ไร้การรายงาน และไร้การควบคุม (IUU Fishing) ของกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) ซึ่งกระทบต่ออุตสาหกรรมประมง อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการประมงและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและสินค้าประมง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสาครประเทศไทยถือเป็น ผู้ส่งออกสินค้าประมงรายใหญ่ นับเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยมูลค่าการส่งออกปลา กุ้ง ปลาหมึกและอาหารทะเลแปรรูปไปยัง EU สูงถึงราว 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี (คิดเป็น 12 % ของมูลค่าการส่งออกสินค้าประมงโดยรวมของไทย) โอกาสการก้าวกระโดดของอีคอมเมิร์ซมี 3 กลยุทธ์ที่คาดว่าจะภาค ธุรกิจจะนำไปปรับใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายสู่ตลาดใหม่ ๆ ได้แก่การพัฒนาความเร็วในการจัดส่งพัสดุอย่างต่อเนื่อง การสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการใน กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ อย่างทันท่วงที่ ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคที่ต้องการความคุ้มค่าของการบริการของผู้ประกอบการ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร, 2564)

จากการศึกษาถึงสถานการณ์ปัจจุบันทางธุรกิจที่บ่งบอกถึงอัตราการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เนื่องกันประเด็นเรื่องของการขนส่งนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า เป็นประเด็นที่น่าสนใจ จึงเล็งเห็นถึงประเด็นความสามารถในด้านการแข่งขันการขนส่งที่ยังคงมีความสำคัญและน่าสนใจต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการขนส่ง พร้อมทั้งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาธุรกิจการขนส่งได้อย่างเหมาะสม จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง การตระหนักถึงราคาส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตระหนักถึงราคาส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบถึงความตระหนักถึงราคา ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน และผู้ที่สนใจนำไปเป็นแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การตระหนักถึงราคาที่สูงผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ขนส่งบริษัทเอกชนภายในประเทศ ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่เคยใช้บริการ หรือผู้กำลังตัดสินใจใช้บริการส่งพัสดุในจังหวัดสมุทรสาครส่งไปยังพื้นที่ในประเทศ ทั้งหมดเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non-Probability Sampling) และค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรของ Cochran, M. (1993) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับผู้วิจัยจึงเพิ่มการแจกแบบสอบถามเป็น 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้สรุปและจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลในส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ คุณวุฒิการศึกษา อาชีพ และบริษัทที่ใช้บริการส่งพัสดุ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 การตระหนักถึงราคาที่สูงผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร คำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุดใช้วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 รูปแบบการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่งพัสดุเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร และข้อเสนอแนะใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การตรวจสอบความตรงตามเชิงเนื้อหา (Content Validity) สามารถดำเนินการได้โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามโดยพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งวิธีการหาค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม IOC (Item-Objective Congruence Index) การตรวจสอบความตรง (Validity) นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านที่พิจารณาแบบสอบถามเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้ค่าความตรงของเนื้อหา (IOC) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.91 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมและมีความตรงเชิงเนื้อหาดีนำไปใช้ได้

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) กระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัทเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 30 ตัวอย่างกับกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกันและมีลักษณะและมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงนำแบบสอบถามที่ทดลองทำแล้ว ไปวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในส่วนคำถามของแต่ละด้าน ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยนำข้อมูลไปใช้ทดลองเก็บข้อมูลกับ 30 กลุ่มตัวอย่าง พบว่าได้ค่าอัลฟา เท่ากับ 0.98 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยทั้ง 2 ชุดมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ดี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่อง การตระหนักถึงราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทั้ง 3 อำเภอ ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยแจกแบบสอบถามกระจายส่งเป็นรายบุคคลจนได้ครบจำนวน 400 ชุด เสร็จแล้วนำข้อมูลที่มีมาทำการวิจัยตามกระบวนการ

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มประชากร เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมด แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.2 แหล่งข้อมูล (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความ ตำรา และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

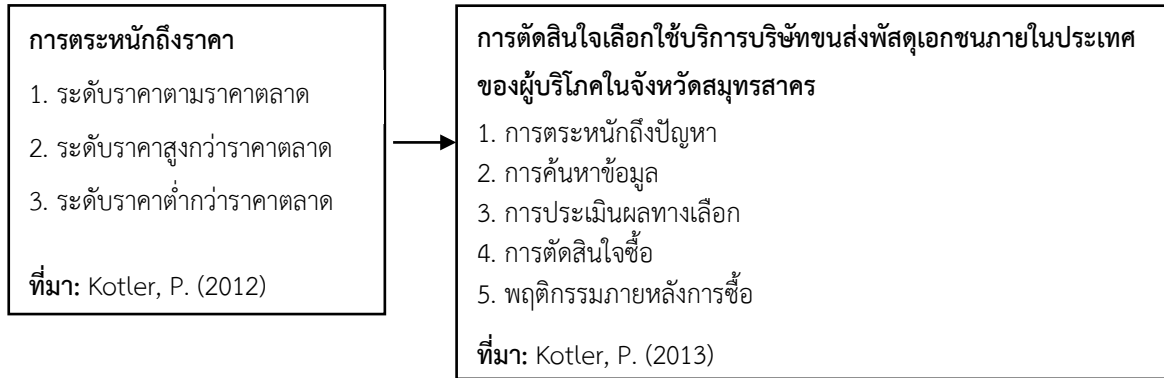
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ ค่าความถี่ (1) ค่าร้อยละ (Percentage) (2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ (3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาองค์ประกอบของการใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุนั้น ยังไม่มีการศึกษาไว้อย่างชัดเจน ในที่นี้จึงได้ศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการของผู้รับบริการเพื่อกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ ระดับราคาการให้บริการ (Kotler, P. 2012) ซึ่งเป็นการศึกษาผ่านพฤติกรรมการใช้ของบุคคลที่ได้ที่มาใช้บริการ รวมทั้งพฤติกรรมที่ไม่สามารถแสดงออกได้โดยตรงที่อยู่ในความคิดความรู้สึกหรือเป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่มีต่อเหตุการณ์หนึ่งๆ Kotler, P. (2013) ได้สรุปว่าก่อนที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งออกมานั้นย่อมมีปัจจัยสำคัญด้านจิตวิทยาที่มาเป็นตัวกำหนด เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ การคิด สติปัญญา อารมณ์ ความเชื่อ และทัศนคติ ซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับการคิดและการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการ โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นก็เพื่อให้ทราบถึง ผู้บริโภคคือใคร ผู้บริโภคต้องการอะไร ผู้บริโภคทำไมถึงซื้อ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคใช้บ่อยเท่าไรในการศึกษาการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการทำวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ซึ่งรายละเอียดในส่วนข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บริษัทขนส่งพัสดุเอกชนที่ใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	21	5.2
20-30 ปี	109	27.3
31-40 ปี	147	36.8
41-50 ปี	98	24.5
51 ปีขึ้นไป	25	6.2
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	132	33.0
มัธยมปลาย/ปวช.	151	37.8
อนุปริญญา/ปวส.	42	10.5
ปริญญาตรี	58	14.5
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.3
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	20	5.0
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	85	21.3
พนักงานบริษัทเอกชน	245	61.3
ข้าราชการ	21	5.3
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	29	7.1
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	189	47.3
15,000-25,000 บาท	142	35.5
25,001-35,000 บาท	41	10.3
35,001-45,000 บาท	19	4.8
45,001 บาทขึ้นไป	9	2.3

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทขนส่ง		
Kerry Express	138	34.5
LAZADA logistics	88	22.0
J&T Express	68	17.0
FLASH Express	74	18.5
NIM Express	13	3.3
SCG Express	12	3.0
อื่นๆ	7	1.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และเพศชายมี จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 อายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งมีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ อายุ 20-30 ปี มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ การศึกษาระดับ มัธยมศึกษา/ปวช. ซึ่งมีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ อนุปริญญา/ปวส มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ อาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ข้าราชการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 15,000-25,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และรายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชน Kerry Express จำนวน 138 คน คิดเป็น 34.5 รองลงมา LAZADA logistics จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 บริษัท FLASH Express จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ J&T Express จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งผลกระทบต่อการศึกษาเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้ใช้บริการต่อการตระหนักถึงราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.81 โดยเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่อง ใช้บริการขนส่งกับบริษัทที่มีมาตรฐานสูง พร้อมรับประกันความเสียหาย ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ใช้บริการบริษัทขนส่งที่มีชื่อเสียง บริการด้วยความรวดเร็ว ตรงเวลา ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.09 เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่กำหนดราคาเริ่มต้นเหมาะสมกับระยะทางที่ให้บริการ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.00 เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่กำหนดราคาตามประเภทของสินค้าตามความเหมาะสม ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.94 ใช้บริการขนส่งกับบริษัทที่มีการจัดการส่วนลดเป็นประจำ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.76 เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่กำหนดราคาเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.69 ท่านใช้บริการขนส่งกับบริษัทที่มีศูนย์รับส่งกระจายสินค้าอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.64 ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการส่งพัสดุในช่วงลดราคาตามเทศกาลอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.61 และใช้บริการขนส่งพัสดุครั้งละหลายๆ ชิ้น กับบริษัทเพื่อให้ได้ส่วนลดราคาที่ถูกลง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.44

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.00 โดยเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่อง รู้สึกไว้วางใจและมีความรู้สึกประทับใจที่จะใช้บริการขนส่งพัสดุเอกชน ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.23 ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากคาดหวังถึงความรวดเร็วทันใจ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 ใช้บริการมีบริการขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพรวดเร็วตรงเวลา และใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากมีศูนย์บริการที่สะดวกเพียงพอ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.18 ใช้บริการมีบริการเข้าถึงง่ายมีรถรับ-ส่งสินค้าตลอดเวลา ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.14 รู้สึกพึงพอใจในบริการและจะใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.16 ใช้บริการมีการรับประกันความเสียหายที่เกิดระหว่างการขนส่ง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.11 ใช้บริการมีบริการขนส่งสินค้าโดยไม่จำกัดเที่ยวและไม่จำกัดน้ำหนัก และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุบริษัทเอกชนเดิมซ้ำอีก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.10 มีโอกาสที่จะใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนในอนาคต ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.08 ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากมีบริการรับส่งเดลิเวอรี่ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.04 ใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากราคามีความเหมาะสมและการตัดสินใจเลือก ประเภทของการให้บริการจัดส่งสินค้าที่มีความสำคัญ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.03 ใช้บริการมีบริการขนส่งสินค้าไม่จำกัดปริมาณ และเวลา สามารถตรวจสอบผู้รับปลายทางได้ง่าย และใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชนเนื่องจากคาดหวังเรื่องความปลอดภัยตกค้างและเสียหาย ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.01 ใช้บริการมีราคาขนส่งสินค้าหลากหลายประเภทและสอบถามราคาและข้อมูลต่าง ๆ จากบุคคลที่เกี่ยวข้องและน่าเชื่อถือทุกครั้ง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.99 การวิเคราะห์ระบบการให้ข้อมูลการบริการมีความจำเป็นต่อการใช้บริการในอนาคต และคิดอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัยไม่สูญหายและไม่เสียหายเมื่อถึงมือผู้รับ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.97 ตรวจสอบการให้บริการ การจัดการโดยมีอิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการให้บริการข้อมูลของขนส่งแต่ละบริษัทก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และตรวจสอบการค้นหาข้อมูลสถานะของสินค้าหรือ พัสดุที่จัดส่งได้โดยไม่ยุ่งยากซับซ้อนก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.88 สำนักรวราคารการให้บริการของบริษัท ขนส่งพัสดุเอกชนหลายๆ แห่ง เพื่อให้ได้ราคาที่ต้องการ และการตัดสินใจเลือกความถี่ในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้รับที่แตกต่างมีความสำคัญต่อการคาดหวังของผู้รับ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.87 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ชื่อเสียงบริษัทใดบริษัทหนึ่งมีความสำคัญ และราคาหน่วยอัตราในการใช้บริการมีความสำคัญต่อสินค้าที่ท่านส่งทุกครั้งที่ใช้บริการ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.83 ตรวจสอบเครื่องมือที่มีการทำระบบข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ผ่านออนไลน์ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.65

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน ในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การตระหนักถึงราคา	การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศ						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.570	.138		11.389	.000*		
1. ด้านราคาตามราคาตลาด	.312	.033	.405	9.394	.000*	.733	1.365
2. ด้านราคาสูงกว่าราคาตลาด	.091	.030	.131	3.035	.003*	.731	1.369
3. ด้านราคาต่ำกว่าราคาตลาด	.244	.024	.380	10.017	.000*	.947	1.056

Note: $R^2 = 0.460$

จากตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทราบว่า การตระหนักถึงราคามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

เมื่อพิจารณาน้ำหนักผลกระทบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามตลาด มีค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคาต่ำกว่าตลาด และด้านราคาสูงกว่าตลาด ตามลำดับ

สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.460$) แสดงให้เห็นว่า คิดเป็นร้อยละ 46 ที่เหลืออีก ร้อยละ 54 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (Independent) 3 ด้าน ได้แก่ การตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามราคาตลาด (X_1) ด้านราคาสูงกว่าราคาตลาด (X_2) และด้านราคาต่ำกว่าราคาตลาด (X_3) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.570 + 0.312X_1 + 0.091X_2 + 0.244X_3$$

จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว จะเห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ ของ X_1 คือ 0.312, X_2 คือ 0.091 และ X_3 คือ 0.244

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ราคาตามราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสมมติฐานสอดคล้องกับผลลัพธ์โปรแกรมสำเร็จรูป มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.5 ที่กำหนด

2. ราคาสูงกว่าราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสมมติฐานสอดคล้องกับผลลัพธ์โปรแกรมสำเร็จรูป มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.5 ที่กำหนด

3. ราคาต่ำกว่าราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสมมติฐานสอดคล้องกับผลลัพธ์โปรแกรมสำเร็จรูป มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.5 ที่กำหนด

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.1	การตระหนักถึงราคาตามราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.2	การตระหนักถึงราคาสูงกว่าราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.3	การตระหนักถึงราคาต่ำกว่าราคาตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน

สรุปผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยการตระหนักถึงราคาการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้ใช้บริการต่อการตระหนักถึงราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการตระหนักถึงราคาด้านราคาตามราคาตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่กำหนดราคาเริ่มต้นเหมาะสมกับระยะทางที่ใช้บริการ ซึ่งผู้บริโภคพิจารณาจากผู้ให้บริการที่การคิดราคาที่เหมาะสมทั้งค่าเริ่มต้นและค่าใช้จ่ายตามระยะทางและผู้ให้บริการแต่ละรายให้บริการไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นผู้บริโภคจึงพิจารณาถึงความเหมาะสมจึงตัดสินใจใช้บริการ เพราะวาระดับราคาตามราคาตลาด (Meet the Market Price) เป็นการกำหนดราคาหรือการตัดราคากัน เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันสมบูรณ์ (Pure Competition Market) และผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกัน การกำหนดราคาเนื่องจากตลาดมีการแข่งขันสมบูรณ์ ผู้ขายแต่ละราย จึงเป็นผู้รับราคา คือ ต้องขายสินค้าตามราคาตลาดเท่านั้น และสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตแต่ละรายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ จึงสามารถทดแทนกันได้ อย่างสมบูรณ์ นั่นคือ ถ้าผู้ขายรายใดขายสินค้าในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด ผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้าจากผู้ขายรายนั้นเลย (Kotler, P. 2012)

ผลการศึกษาพบว่า การตระหนักถึงราคา ด้านราคาสูงกว่าราคาตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ใช้บริการขนส่งกับบริษัทที่มีมาตรฐานสูง พร้อมรับประกันความเสียหาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า นโยบายระดับราคาสูงกว่าราคาตลาด (Above the Market Price) กิจการสามารถกำหนดราคาให้สูงกว่าคู่แข่งได้ เนื่องจากความเข้มแข็งของกิจการหรือมีข้อได้เปรียบในด้านต่าง ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้ที่ตั้งของกิจการที่เหมาะสม บุคลากร มีความชำนาญ เป็นต้น กิจการกำหนดราคาสูงกว่าคู่แข่งได้ (Kotler, P. 2012) การกำหนดราคาสูงก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกันการกำหนดราคาสูง เป็นการชักจูงคู่แข่งให้เข้ามาสู่ตลาดได้เร็วขึ้น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจต้องเปลี่ยนแปลงราคาหรือการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกัน

และผลการศึกษายังพบอีกว่า การตระหนักถึงราคา ด้านราคาต่ำกว่าราคาตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ใช้บริการขนส่งกับบริษัทที่มีการจัดรายการส่วนลดเป็นประจำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า ระดับราคาต่ำกว่าราคาตลาด (under the Market Price) เป็นนโยบายระดับราคาที่เกิดจากกิจการขนาดเล็กนิยมนำมาใช้ เพื่อต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดในปริมาณมาก ๆ และให้สินค้ากระจายสู่ผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย เป็นราคาที่กิจการนำมาใช้เพื่อต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด การตั้งราคาต่ำ เป็นการตั้งราคาให้ต่ำในช่วงแรกของการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคยอมรับมาทดลองซื้อไปใช้การตั้งราคาแบบรุกตลาด ที่ทำราคาให้ต่ำกว่าตลาดในช่วงแรก เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองสินค้าก่อน เมื่อลูกค้าติดใจกลุ่มเป้าหมายกลับมาซื้อซ้ำ ก็จะปรับขึ้นราคาเป็นราคาปกติ ซึ่งเรียกว่า Penetration Pricing เราจะเห็นกลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าแบบรุกตลาดกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ Fast Moving Consumer Goods (FMCG) คือ สินค้าอุปโภคทั่วไปที่มีการซื้อขายได้ตลอด และมีราคาต้นทุนต่ำ (Kotler, P. 2012)

2. ผลการศึกษา การตระหนักถึงราคาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามราคาตลาด ด้านราคาสูงกว่าราคาตลาด และด้านราคาต่ำกว่าราคาตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยการตระหนักถึงราคา ด้านราคาตามราคาตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเอกชนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มากที่สุด เพราะว่าผู้ให้บริการขนส่งพัสดุบริษัทเอกชนภายในประเทศมีราคาขนส่งสินค้าหลากหลายประเภทตรงตามที่ต้องการ ให้บริการขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพรวดเร็วตรงเวลา มีบริการขนส่งสินค้าโดยไม่จำกัดเที่ยวและไม่จำกัดน้ำหนัก สามารถตรวจสอบการให้บริการ การจัดการ

โดยมีอิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการให้บริการข้อมูลของขนส่งแต่ละบริษัท และมีศูนย์บริการที่สะดวกเพียงพอ สอดคล้องกับ ศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุมีอิทธิพลมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ควรจัดทำกลยุทธ์ด้านราคาตามตลาด โดยศึกษาและสำรวจข้อมูลของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ แล้วนำมาจัดทำราคาให้ใกล้เคียงกันและในการตั้งราคาควร กำหนดราคาเริ่มต้นเหมาะสมกับระยะทางที่ให้บริการ
2. ควรกำหนดมาตรฐานการบริการ โดยเสนอให้มีการรับประกันความเสียหายส่วนแรก และเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ทำประกันความเสียหายเพิ่มเติมพร้อมกำหนดการให้ส่วนลดและความคุ้มครองในสินค้า
3. ควรจัดทำ Promotion Package เพื่อให้ส่วนลดราคาตามเทศกาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้กระตุ้นให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. ควรเน้นการใช้บริการออนไลน์โดยให้ลูกค้าสามารถทำรายการส่งสินค้าด้วยตนเองในระบบออนไลน์ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชัน การที่ลูกค้าทำรายการส่งสินค้าออนไลน์ในระบบเองจะช่วยลดขั้นตอนในการจัดส่งได้เร็วขึ้น
5. ควรจัดบริการรับสินค้าถึงบ้านลูกค้า เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกในการขนส่งแก่ลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2565). *วิจัยกรุงศรี แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565 – 2567*. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/logistics/warehouse-space/io/io-warehouse-space-2022>
- ศิริรัตน์ ญาณปรีชา. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัด สมุทรสาคร*. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2565, จาก <https://samutsakhon.industry.go.th> > file_download
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2564). “บางขุนพรหมชวนคิด”, *นสพ. ไทยรัฐ* (25 ธันวาคม 2564): 12.
- Cochran, M. (1993). *International Handbook of Child Care Policies and Programs*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Practice Hall International Inc.
- Kotler, P. (2013). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.

Translated Thai References

- Samut Sakhon Provincial Industrial Office. (2021). *Industrial Development Action Plan, Samut Sakhon*. Retrieved August 16, 2022, from <https://samutsakhon.industry.go.th> > file_download. (in Thai)
- Suwanik, S. (2021). "Bang Khun Phrom Chuan Kid", *Thai Rath newspaper* (25 December 2021): 12 (in Thai)

- Yanpreecha, S. (2020). *Factors affecting Flash Express co., ltd. Consumer's decision making in selection of courier service in Phranakhon Si Ayutthaya province*. (Independent Study Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi). (in Thai)
- Zthapongpakdee, P. (2022). *Krungsri Research Business/Industry Trends 2022 – 2024*. Retrieved October 16, 2022, from [https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/logistics/warehouse-space/ io/io-warehouse-space.-2022](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/logistics/warehouse-space/io/io-warehouse-space.-2022). (in Thai)