

ที่มาและความสำคัญ

01

ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป การขนส่งรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วันหรือที่รู้จักกันในชื่อ Same-day Delivery (SDD) เป็นบริการที่จอร์นได้ด้วยแอปพลิเคชัน (Application) ผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมเข้ามามีบทบาทในธุรกิจค้าขายแบบออนไลน์ เพื่อให้สินค้าส่งถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็ว ผู้ค้าออนไลน์หลายเจ้าจึงมีการปรับปรุงบริการโดยนำบริการSDD มาใช้ขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า และด้วยจำนวนผู้ให้บริการที่มากมาย และเป็นธุรกิจบริการใหม่ มีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในแง่ของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ SDD เพื่อนำผลวิจัยไปใช้พัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริการให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และรองรับกำลังการขยายธุรกิจออนไลน์ที่กำลังมาแรงและมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

02

- 1.ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ค้าออนไลน์ในการใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2.ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ของผู้ค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการศึกษา

03

- 1.กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการ Same-day Delivery รูปแบบการขนส่งแบบออนดีมานด์ (On Demand Delivery : ODD)
- 2.เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 416 ชุดในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2562
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ของผู้ค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ของผู้ค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ของผู้ค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
5. กำหนดตัวแปรต้นคือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ , ปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ และส่วนผสมทางการตลาด และกำหนดตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ SDD
- 4.นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสถิติ SPSS

สรุปผลการศึกษา

05

สำหรับผู้ให้บริการ ในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในภาพรวมนั้น ทำให้ทราบว่า ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทุกแอปพลิเคชันควรพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านขั้นตอนการให้บริการ เนื่องจากส่งผลให้ผู้ค้าออนไลน์มีความพึงพอใจ จะส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการSDDเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงได้ และเมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดแยกตามแอปพลิเคชันพบว่า Skootar มีจุดด้อยมากที่สุดหลายด้าน รองลงมาคือ GET ได้แก่ด้านราคา และDeliverree ด้านขั้นตอนการให้บริการ สำหรับ Grab ถึงแม้ว่าแอปพลิเคชันที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุดก็ตาม หากแต่ด้านความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดนั้นแอปพลิเคชัน Grab ยังไม่มีความโดดเด่นที่ชัดเจนเมื่อเทียบกับ Lineman และ LALAMOVE ที่มีความโดดเด่นในด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงบริการ ผู้ให้บริการควรนำผลที่ได้ไปพิจารณาปรับปรุงการบริการของตนเองให้ตรงต่อกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

สำหรับผู้ค้าออนไลน์ ในประเทศศึกษาพบว่า ประชากรสุขภาพและความงาม นับและอุปกรณ์ตกแต่งสินค้าแฟชั่นและเครื่องสำอาง นั้นมีสัดส่วนการชื้อมากที่สุด โดยเฉพาะสินค้าแม่และเด็กถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีสัดส่วนการชื้อที่สูงมากนัก แต่จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ค้าออนไลน์ตัดสินใจใช้บริการ SDDเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งถ้าหากผู้ให้บริการเล็งเห็นถึงความได้เปรียบสามารถส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นให้กับสินค้าประเภทเหล่านี้ สำหรับพฤติกรรมการชื้อสินค้าของผู้ค้าออนไลน์ จากพบว่า หากมีการใช้บริการSDDมากขึ้นเกินไป จะส่งผลให้ทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือความถี่ในการใช้งานที่สูง และสัดส่วนการให้บริการที่มาก โดยมีสาเหตุหลายประการ ใ่ว่าจะเป็นด้านค่าใช้จ่ายที่สูงจนเกินไป ข้อจำกัดระยะทาง หรือด้านความเสี่ยงที่มีต่อสินค้า หรือ การชำรุด/สูญหายของสินค้าก็ตาม ดังนั้นผู้ค้าออนไลน์รายใหม่ที่เข้ามาค้าขายสินค้าในตลาดซื้อขายออนไลน์และใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน สามารถทราบข้อจำกัดดังกล่าวและนำไปประเมินพฤติกรรมการขายสินค้าได้เป็นอย่างดี

ผลการศึกษา

04 จุดเด่น-จุดด้อยในแต่ละด้านของส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการขาย	ด้านบุคคล	ด้านขั้นตอนการให้บริการ	ด้านภาพลักษณ์	ด้านการจัดส่ง
จุดเด่น	LALAMOVE	LINE MAN	LINE MAN	LINE MAN	LALAMOVE	LALAMOVE	LINE MAN	LINE MAN
จุดด้อย	SKOOTAR	GET?	SKOOTAR	SKOOTAR	SKOOTAR	Deliverree	SKOOTAR	SKOOTAR

ข้อมูลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Cross Variable) ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน
 - รายได้ ที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน
- ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
- ความถี่ในการใช้งาน ที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน
 - สัดส่วนในการให้บริการ ที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน
 - ประเภทสินค้า ที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน
 - และเหตุผลที่มีต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันจะเลือกใช้บริการ SDD ที่แตกต่างกัน

สมการถดถอย (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด่วนภายใน 1 วัน (Same-day Delivery) ของผู้ค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

- ด้านภาพลักษณ์และด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ค้าออนไลน์ที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ SDD ของผู้ค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น 0.167 หน่วย และ 0.179 หน่วย ตามลำดับ
- ด้านพนักงาน** พบว่าผู้ค้าออนไลน์ที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ SDD ของผู้ค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น 0.174 หน่วย
- สัดส่วนการให้บริการ SDD ตั้งแต่ 51-75% และความถี่ในการใช้งานตั้งแต่ 21-30 ครั้ง/เดือน** พบว่าผู้ค้าออนไลน์ที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการSDDของผู้ค้าออนไลน์ ลดลง 0.311 หน่วย และ 0.117 หน่วย ตามลำดับ
- สินค้าออนไลน์ประเภทแม่และเด็ก** พบว่าผู้ค้าออนไลน์ที่มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ SDD ของผู้ค้าออนไลน์มากขึ้น 0.272 หน่วย

ข้อเสนอแนะ

06

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ SDD ผ่านแอปพลิเคชันเพียงเท่านั้น ไม่ได้มีการศึกษาในด้านของปัญหาการใช้งานจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขายสินค้าหรือกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ SDD ทำให้การวิเคราะห์อาจไม่ครอบคลุมสมบูรณ์ ในการศึกษารังถัดไปควรมีการศึกษาถึงปัญหาการใช้งานเพิ่มเติม รวมถึงศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มอื่นๆ ผลการวิเคราะห์ ต้นทุนผลตอบแทนของผู้ค้าออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในประเภทสินค้าหรือเหตุผลในการชื้อสินค้าออนไลน์ พร้อมกับนำข้อมูลมาเสนอแก่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงต่อไป