

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย :

กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

A COMPARATIVE ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE USE OF
THAILAND POST SERVICES AMONG GENERATIONS X, Y, AND Z IN
PATHUM THANI PROVINCE.

ยุวพงษ์ เต็งยี¹ ทรงวุฒิ ดีจงกิจ²

Yuwapong Tengyee¹ Songwut Deechnongkit²

¹นักศึกษาลัทธิศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Student of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School, Rangsit University

E-mail: yuwapong@gmail.com

²อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

²Lecturer of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School, Rangsit University

E-mail: songwut2737@gmail.com

(Received: April 30, 2025 ; Revised: May 24, 2025; Accepted: June 8, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของผู้ใช้บริการ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของผู้ใช้บริการ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คือผู้ให้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย,ค่าร้อยละ,ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน,การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หรือ F-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-44 ปี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ของ GEN X 2) ด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลต่อ

การเลือกใช้บริการฯ ของ GEN Y และ 3) การให้ข้อมูลติดตามการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ของ GEN Z โดยปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ต่อทั้ง GEN X, Y และ Z

คำสำคัญ: การจำแนกกลุ่มคนตามช่วงอายุ, บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย, ประชากรศาสตร์, กิจกรรมด้านโลจิสติกส์

Abstract

This research aims to study the factors influencing the choice of Thailand Post's delivery services among Generation X, Y, and Z users in Pathum Thani Province, and to compare these influencing factors across the three generations. This study employs a quantitative research approach. The sample consists of 400 respondents who are Thailand Post service users from Generations X, Y, and Z in Pathum Thani Province. Data were analyzed using statistical software. The statistical methods used in the analysis include mean, percentage, standard deviation, one-way analysis of variance (One-Way ANOVA or F-test), and multiple regression analysis.

The research findings revealed that the majority of the sample group were female (188 individuals or 47%), aged between 26–44 years (233 individuals or 58.2%), and worked as company employees (190 individuals or 47.5%). The logistics activity factors that significantly influenced the choice of Thailand Post's delivery services among Generations X, Y, and Z in Pathum Thani Province at the 0.05 significance level were as follows: (1) Delivery time had a statistically significant influence on the service choice of Generation X (2) Product safety significantly affected the service choice of Generation Y and (3) Service tracking information significantly influenced the service choice of Generation Z. the factor related to customer service showed no statistically significant influence on the choice of Thailand Post services among Generations X, Y, and Z.

Keywords: Generation, Thailand Post transportation services, Demography, Logistics activities

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่การซื้อขายสินค้าออนไลน์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ระบบโลจิสติกส์และการขนส่งพัสดุกลายเป็นกลไกหลักในการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ และส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของผู้บริโภค (สุวรรณฤติ และคณะ, 2566) บริษัทผู้ให้บริการด้านขนส่งจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของระยะเวลาการขนส่ง การให้บริการลูกค้า ความปลอดภัยของสินค้า และความสามารถในการ

ติดตามสถานะการขนส่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของกิจกรรมโลจิสติกส์ยุคใหม่ (พลพัฒน์ และคณะ, 2566) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีบทบาทในการให้บริการด้านไปรษณีย์และการขนส่งภายในประเทศมาอย่างยาวนาน แม้จะได้รับความไว้วางใจจากประชาชนในฐานะผู้ให้บริการภาครัฐที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายจากผู้ให้บริการเอกชนรายใหม่ที่มีจุดเด่นด้านความรวดเร็ว ความทันสมัย และนวัตกรรมในการให้บริการ เช่น Kerry Express, Flash Express และ J&T Express ซึ่งเข้ามาแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่อง (ปิยะบุตร และคณะ, 2565) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสะท้อนถึงข้อได้เปรียบและข้อจำกัดในการให้บริการ โดยเฉพาะเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังของกลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมที่หลากหลาย การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ในมิติของกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ 4 ประการ ได้แก่ (1) ระยะเวลาการขนส่ง ซึ่งสะท้อนถึงความรวดเร็วในการให้บริการ (2) การให้บริการลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับทัศนคติของพนักงาน การตอบข้อร้องเรียน และความพร้อมในการให้ข้อมูล (3) ความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งรวมถึงสภาพพัสดุ ความเสียหาย และการรับผิดชอบหากเกิดความเสียหาย และ (4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ หรือระบบ Tracking ที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ โดยปัจจัยทั้ง 4 นี้ได้รับการระบุว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจของลูกค้าในหลากหลายงานวิจัยภายในประเทศ (วุฒิชัย และคณะ, 2565) นอกจากนี้ การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยแยกตามเจนเนอเรชัน ได้แก่ Gen X (พ.ศ. 2508–2523), Gen Y (พ.ศ. 2524–2539) และ Gen Z (พ.ศ. 2540 เป็นต้นไป) ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการของบริษัทอย่างตรงจุด เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีค่านิยม ความคาดหวัง และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน เช่น Gen X มักให้ความสำคัญกับความเชื่อถือและประสบการณ์ในอดีต Gen Y ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและเทคโนโลยี ขณะที่ Gen Z คาดหวังบริการที่ยืดหยุ่น รวดเร็ว และโปร่งใส (ปัทมาพร และคณะ, 2564) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทยในกลุ่มผู้บริโภค Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายด้านการให้บริการและเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของไปรษณีย์ไทยในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของผู้ให้บริการ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี
- 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของผู้ให้บริการ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

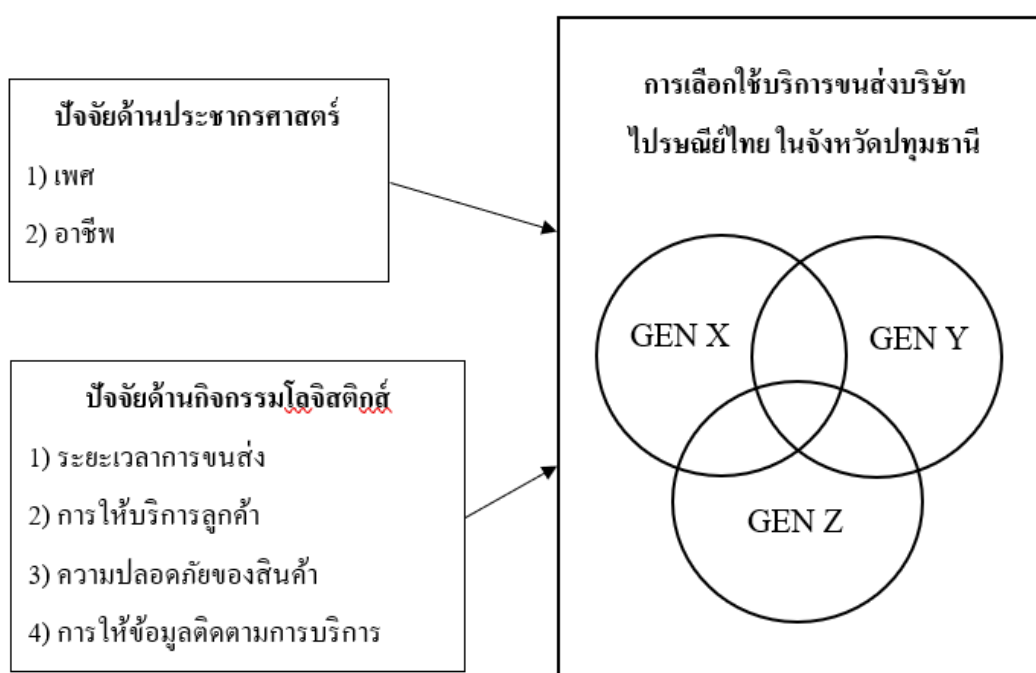
ฐาปนี แก้วเสนห์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า แบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และด้านปัจจัยคุณภาพ การบริการ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการรู้จักและเข้าใจ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

อารียา พรหมปัญญา (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความแตกต่างกัน ในส่วนของการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด

ธันยธร ตินภพ (2565) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ ใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านรูปธรรม ความไว้วางใจ และ การประกันคุณภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05 และปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองและความเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี” ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษากรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องร่วมกับงานวิจัยในประเทศไทยมาประยุกต์ จึงได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



วิธีการดำเนินงาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ที่เคยใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ในช่วง GEN X, Y และ Z รวมทั้งสิ้น 855,059 คน โดยแบ่งเป็น GEN X จำนวน 291,688 คน GEN Y จำนวน 338,608 คน และ GEN Z จำนวน 224,763 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ .05 ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาในครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านอาชีพ

ส่วนที่ 2: ระดับความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้าน โลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ประกอบด้วย (1) ระยะเวลาการขนส่ง (2) การให้บริการลูกค้า (3) ความปลอดภัยของสินค้า และ (4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 คือ) (5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย และ(1) ไม่เห็นด้วย

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามระดับการตัดสินใจในการใช้บริการ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด และใช้มาตราส่วนการวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย (1) ไม่ใช่แน่นอน (2) ไม่น่าจะใช้ (3) ไม่แน่ใจ (4) น่าจะใช้ (5) ใช้แน่นอน

ส่วนที่ 4 : ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเชิงพรรณนาตามความคิดเห็นของแต่ละคน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ และด้านอาชีพ วิเคราะห์และพรรณนาข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ วิเคราะห์และพรรณนาข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างดังนี้
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี โดยค่าสถิติทดสอบค่า F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน และใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 188 คน (คิดเป็นร้อยละ 47) รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 187 คน (คิดเป็นร้อยละ 46.8) และ LGBTQ จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.2)

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 189 คน (คิดเป็นร้อยละ 47.3) รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 81 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2) ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 71 คน (คิดเป็นร้อยละ 17.8) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 48 คน (คิดเป็นร้อยละ 12) และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 10 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ

ปัจจัยด้าน กิจกรรม โลจิสติกส์	GEN X		ระดับ ความ คิดเห็น	GEN Y		ระดับ ความ คิดเห็น	GEN Z		ระดับ ความ คิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1) ระยะเวลาขนส่ง	4.63	0.612	มากที่สุด	4.17	1.049	มาก	4.59	0.597	มากที่สุด
2) การให้บริการลูกค้า	4.76	0.607	มากที่สุด	4.05	0.104	มาก	4.25	0.964	มาก
3) ความปลอดภัยของสินค้า	4.68	0.747	มากที่สุด	3.92	1.156	มาก	3.56	1.116	มาก
4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ	4.72	0.699	มากที่สุด	4.16	1.037	มาก	4.16	1.037	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ สรุปได้ดังนี้

GEN X มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน

GEN Y มีระดับความคิดเห็นมาก ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน

GEN Z มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านระยะเวลาการขนส่ง และมีระดับความเห็นมาก ต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า, ด้านความปลอดภัยของสินค้า และด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ

ผลการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปร	สถิติ	GEN X		GEN Y		GEN Z	
		Sig.	ผลการทดสอบ	Sig.	ผลการทดสอบ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	F-test	.005*	สอดคล้อง	.000*	สอดคล้อง	.685	ไม่สอดคล้อง
อาชีพ	F-test	.002*	สอดคล้อง	.285	ไม่สอดคล้อง	.585	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง	MRA	.040*	สอดคล้อง	.299	ไม่สอดคล้อง	.094	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า	MRA	.753	ไม่สอดคล้อง	.802	ไม่สอดคล้อง	.479	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า	MRA	.480	ไม่สอดคล้อง	.010*	สอดคล้อง	.110	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ	MRA	.984	ไม่สอดคล้อง	.927	ไม่สอดคล้อง	.001*	สอดคล้อง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ และด้านอาชีพของ GEN X มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย และปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศของ GEN Y มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Y

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศและอายุ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z

ในส่วนของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย GEN X, Y และ Z แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการลูกค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทยนั้นมีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับบริษัทขนส่งอื่นๆ ดังนั้น GEN X, Y และ Z จึงไม่ได้นำมาเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในเขตปทุมธานี

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสัมประสิทธิ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN X

ปัจจัยปัจจัยด้านโลจิสติกส์	B	Std. Error	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	7.361	.696	-	10.578	.000	-
ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง	-.422	.202	-.311	-2.086	.040*	2.674
ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า	-.109	.346	-.077	-.316	.753	7.114
ปัจจัยด้าน ความปลอดภัยของสินค้า	-.214	.302	-.187	-.710	.480	8.403
ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ	-.006	.293	.005	-.020	.984	6.618

R= .544, R Squar=.295, Adjusted R Squar=.262, Std. Error of the Estimate=.696, F=8.909, Sig=.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงค่าความสัมประสิทธิ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN X สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ ดังนี้

$$Y = 7.361 + -.422A$$

$$= (10.578) (-2.086)$$

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่าค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกำหนดให้

Y คือ การเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X ในจังหวัดปทุมธานี

A คือ ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 2.674 – 8.403 ซึ่งไม่เกิน 10 สรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

ตารางที่ 4 แสดงค่าความสัมพันธ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN Y

ปัจจัยปัจจัยด้านโลจิสติกส์	B	Std. Error	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	5.505	.182	-	30.298	.000	-
ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง	-.064	.061	-.102	-1.041	.299	2.554
ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า	.020	.079	.032	.251	.802	4.225
ปัจจัยด้าน ความปลอดภัยของสินค้า	-.191	.074	-.327	-2.59	.010*	4.266
ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ	.007	.077	-.011	-.092	.927	3.658

R= .385, R Squar=.148, Adjusted R Squar=.133, Std. Error of the Estimate=.5794, F=9.925, Sig.=0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงค่าความสัมพันธ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN Y สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ ดังนี้

$$Y = 5.505 + -.191C$$

$$= (30.298) (-2.59)$$

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่าค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้านี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกำหนดให้

Y คือ การเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen Y ในจังหวัดปทุมธานี

C คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 2.554 – 4.266 ซึ่งไม่เกิน 10 สรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

ตารางที่ 5 แสดงค่าความสัมพันธ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN Z

ปัจจัยปัจจัยด้านโลจิสติกส์	B	Std. Error	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	4.098	.824	-	4.971	.000	-
ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง	-.452	.265	-.347	-1.708	.094	2.518
ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า	-.136	.191	-.162	-.713	.479	3.171
ปัจจัยด้าน ความปลอดภัยของสินค้า	.268	.165	.283	1.628	.110	1.848
ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ	.541	.156	.537	3.475	.001*	1.46

R= .464, R Squar=.216, Adjusted R Squar=.150, Std. Error of the Estimate=.654, F=3.301, Sig.=.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 แสดงค่าความสัมพันธ์ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของ GEN Z สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ ดังนี้

$$Y = 4.098 + .541D$$

$$= (4.971) (3.475)$$

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่าค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกำหนดให้

Y คือ การเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen Z ในจังหวัดปทุมธานี

D คือ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.460 – 3.171 ซึ่งไม่เกิน 10 สรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ต่อ GEN X แต่ได้ค่า Beta ติดลบที่ -.422 ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่งและการเลือกใช้บริการฯ โดยตีความหมายได้ว่า เมื่อระยะเวลาขนส่งมากขึ้น ความตั้งใจการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยจะลดลงไปด้วย เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า

ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจมีผลมาจากการตีความคำถามคลาดเคลื่อนจากความหมายที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสาร เช่น ข้อคำถาม ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า โดยผู้ทำวิจัยไม่ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า ระยะเวลาการส่งสินค้าสั้น หรือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านาน ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามอาจตีความหมายจากประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการที่ไม่ดี จึงตีความว่า ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านาน และให้คะแนน 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ผลที่ได้จึงสะท้อนถึงไม่สอดคล้องเจตนารมณ์ของคำถามกับการตีความหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงส่งผลให้ค่า Beta ติดลบ

เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ต่อ GEN Y แต่ได้ค่า Beta ติดลบที่ -.191 สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้า กับการเลือกใช้บริการฯ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผลลัพธ์ดังกล่าวอาจเกิดจากการตีความคลาดเคลื่อนของคำถามในหัวข้อ ปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 3 ข้อย่อย ได้แก่ (1) การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง (2) การชดเชยสินค้าเสียหายจากการขนส่ง และ (3) การมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย โดยข้อคำถามดังกล่าวอาจทำให้กลุ่ม GEN Y ตีความหมายว่าการมีระบบรับประกันสินค้าหรือชดเชยความเสียหายของสินค้านั้น คือ การยอมรับว่าบริษัทไปรษณีย์ไทยมีโอกาสทำสินค้าชำรุดเสียหายอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในด้านความภัก्यส่งผลต่อคะแนนของแบบสอบถามในเชิงลบโดยไม่ตั้งใจ และทำให้เกิดค่า Beta ติดลบ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X และ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคนใน GEN X และ GEN Y ทั้งเพศหญิง เพศชาย และ LGBTQ มีทัศนคติและแนวคิดในการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการทดสอบด้านเพศพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z

ในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปนี แก้วเสน่ห์ใน (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบด้านเพศพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จัดแย้งกับงานวิจัยของบุญกร งามทรัพย์พงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องอาจจะเกิดจากตีความคลาดเคลื่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบประชากรด้านอายุอาชีพ ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ไม่ต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Y และ GEN Z ในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริยา พรหมปัญญา (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบประชากรด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 1) ด้านระยะเวลาขนส่ง 2) ด้านการให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านระยะขนส่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย มหาศักดิ์สวัสดิ์ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ไทยและบริษัทขนส่งเอกชน พบว่า ระยะทางจากบ้านไปยังที่ทำการขนส่งพัสดุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเฉพาะเพศหญิงที่มีความสำคัญต่อปัจจัยการตอบสนองต่อลูกค้า

ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญกนิษฐ์ กมลกิตติวงศ์ และคุณนพพล สุวรรณทรัพย์ (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึง

พอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย มหาศักดิ์สวัสดิ์ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ไทยและบริษัทขนส่งเอกชน พบว่าปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงานด้านโลจิสติกส์ เช่น การบูรณาการภายในและระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ธนยธร ดิณภพ (2565) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ ใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

1. จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศและอาชีพ ของ Gen X, Y และ Z พบว่าในกลุ่มผู้ใช้บริการ Gen X เพศชาย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท, ค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว และปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ บริษัทไปรษณีย์ไทยควรจัดการส่งเสริมการตลาดให้ตรงตามเพศและอาชีพที่กล่าวมาข้างต้น รวมถึงการพัฒนาเกี่ยวกับระยะเวลาการขนส่งให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคน GEN X และช่วยเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการขนส่งฯ ให้มากขึ้นอีกด้วย

2. ในส่วนของผู้ใช้บริการ GEN Y กลุ่มผู้ใช้บริการเพศชาย, เพศหญิง, LGBTQ และปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ บริษัทควรจัดการฝึกอบรมกระบวนการดำเนินงานและมาตรฐานเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงานขนส่งเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของสินค้า เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และเพื่อไม่ให้เกิดเป็นปัจจัยด้านที่ไม่ดีต่อผู้ใช้บริการในช่วงอายุอื่นๆ

3. ในส่วนของผู้ใช้บริการ GEN Z ปัจจัยด้านความการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ เพราะฉะนั้นบริษัทไปรษณีย์ไทยควรพัฒนาเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และขั้นตอนกระบวนการติดตามสินค้าให้ทันสมัยและใช้งานได้ง่าย อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นการเพิ่มโอกาสเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งฯ ของผู้บริโภค GEN Z

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งถัดไป

1. การทำวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงกลุ่มประชากรที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานีเท่านั้น เพราะฉะนั้นในครั้งถัดไปผู้ทำวิจัยควรศึกษากลุ่มประชากรจากเขตพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อความหลากหลายของข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

2. การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการเน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ หากผู้ที่สนใจศึกษาควรเพิ่มตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ เพื่อให้ผลงานวิจัยมีข้อมูลที่หลากหลาย มีความละเอียดและสะท้อนข้อมูลออกมาได้ในหลากหลายปัจจัย

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้แบบสอบถามปลายปิด ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไปผู้ที่สนใจควรใช้เครื่องมือที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ หรือทำแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ได้รับความหลากหลายของข้อมูล และยังเป็นการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นอีกด้วย

4. การวิจัยในครั้งนี้พบว่าข้อคำถามและมาตรวัดในแบบสอบถามอาจสื่อความหมายกลับด้าน ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตีความการให้คะแนนกลับด้านเช่นกัน ในการทำวิจัยครั้งถัดไปควรเลือกคำหรือประโยคที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เกิดความสับสน และตีความหมายข้อคำถามกลับด้าน

5. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยเท่านั้น ในอนาคตหากผู้ทำวิจัยต้องการศึกษา ควรเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทอื่นๆ หรือ เปรียบเทียบระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย และบริษัทขนส่งเอกชนอื่นๆ ในกลุ่มผู้ใช้บริการ GEN X,Y และ Z คาดว่าจะได้ข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัทขนส่ง นั้นๆ ต่อไป

REFERENCES

- Kamolkitiwong, K., & Suwannasap, N. (2022). A study of logistics factors affecting the satisfaction in using private freight service company of online clothing store in Bangkok and metropolitan areas. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 3(3), 53-63. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/article/view/262412>
- Mahasaksawat, O. (2023). *Factor affecting decision on parcel shipping service selection: Thailand Post vs private post*. (Independent Study). Retrieved from <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/10554>
- Phrompanya, A. (2023). *Factors affecting the decision-making process for choosing the delivery service of Thailand Post Company Limited in Bangkok* (Independent Study). Retrieved from <https://kip.kmitl.ac.th/projects/cln4abram00psqnadnhux3is4>
- Tamkaew, N., & Jaruteerasan, P. (2024). Factors Affecting Decision Making to Choose the Express Delivery Company in Bangkok. *Western University Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(2), 57-70. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/271842>
- Tinnaphop, T. (2023). Relationship between Service Quality Factors and the Decision to a Selection of the Parcel Provider Delivery Service of Online Seller in Bangkok. *Journal of Management Science Review*, 24(1), 85-96. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/257897/173245>
- 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). Retrieved from <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3683/1/RMUTT-167599.pdf>