



การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย :
กรณีศึกษา GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี



การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2567



**A COMPARATIVE STUDY OF FACTORS AFFECTING THE CHOICE
OF USING THAILAND POST'S TRANSPORTATION SERVICES:
CASE STUDY OF GEN X, Y, AND Z IN PATHUM THANI**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN MANAGEMENT OF LOGISTICS
GRADUATE SCHOOL**

**RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024**

ใบรับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยรังสิต

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย :

กรณีศึกษา GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

A COMPARATIVE STUDY OF FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF
USING THAILAND POST'S TRANSPORTATION SERVICES: CASE STUDY OF
GEN X, Y, AND Z IN PATHUM THANI

โดย ชูพงษ์ เต็งยี่

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต อนุมัติให้นับวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ ประจำปี
การศึกษา 2567

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

.....ประธานกรรมการตอบ

ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม

.....กรรมการ

ดร.บวรวิทย์ ไรจน์สุวรรณ

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ทรงวุฒิ ดิจงกิจ

ลิขสิทธิ์ของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.ทรงวุฒิ ดีจงกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยในครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูล ตรวจสอบ และปรับแก้เนื้อหาในเล่มจนทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วง ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าออนไลน์ตลอดจนผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

ยุวพงษ์ เต็งฮี้
ผู้วิจัย



6305763 : ยวพงษ์ เต็งยี่
 ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ : การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง
 บริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัด
 ปทุมธานี
 หลักสูตร : วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทรงวุฒิ ดิจงกิจ

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คือผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย 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 ข้อได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ของ Gen X มีค่า Sig. เท่ากับ .040 2) ด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ของ Gen Y มีค่า Sig. เท่ากับ .010 และ 3) การให้ข้อมูลติดตามการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ของ Gen Z มีค่า Sig. เท่ากับ .001 โดยปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฯ ต่อทั้ง Gen X, Y และ Z

(การศึกษาค้นคว้าอิสระมีจำนวนทั้งสิ้น 73 หน้า)

คำสำคัญ: การจำแนกกลุ่มคนตามช่วงอายุ, ค่าความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างตัวแปร, ประชากรศาสตร์, กิจกรรมด้านโลจิสติกส์

6305763 : Yuwapong Tengyee

Independent Study Title : A Comparative Study of Factors Affecting the Choice of
Using Thailand Post's Transportation Services: Case Study of
Gen X, Y, and Z in Pathum Thani

Program : Master of Science in Management of Logistics

Independent Study Advisor : Songwut Deechnongkit, Ph.D.

Abstract

This research is intended to study the comparison of factors affecting the selection of transportation services. Thai Postal Company: Case Study Gen X,Y and Z in Pathum Thani Province By studying demographic factors and logistical activity factors 1) transportation duration 2) customer service 3) product safety and 4) providing service tracking information This research is a quantitative research. By using a sample of 400 people, namely users Services of the Thai Postal Company Gen X,Y and Z in Pathum Thani Province. By analyzing data using computer programs, the statistics used in data analysis include mean, percentage, standard deviation, one-way variance analysis (One-Way ANOVA) or F-test and analysis of multiple regression equations (Multiple Region).

The results show that 188 female samples were female, 47% were in the age range between 26-44 years, 233 people accounted for 58.2 percent and employed 190 company employees, representing 47.5 percent. Logistics activity factors affecting the selection of transportation services for Gen Thai Postal Company X,Y and Z in Pathum Thani Province Statistical significance at the level of .05 is 3 items to 1) in terms of transportation. Affecting the choice of services Gen X has a Sig value. Equal to .040 2) Product safety Affects the choice of service Gen Y has a Sig value. Equal to .010 and 3) Providing service tracking information affects the choice of services Gen Z has a Sig value. Equal to .001 by customer service factors Does not affect the choice of service to both Gen X, Y and Z

(Total 73 pages)

Keywords: Generation, Beta-, Demography, Logistics Activities

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ญ
บทที่ 1	บทนำ
	1
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญ
	1
1.2	วัตถุประสงค์การวิจัย
	3
1.3	สมมติฐานงานวิจัย
	3
1.4	ขอบเขตงานวิจัย
	4
1.5	กรอบแนวคิดการวิจัย
	5
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
	5
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	7
2.1	ประวัติบริษัทไปรษณีย์ไทย
	8
2.2	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
	9
2.3	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
	11
2.4	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation
	13
2.6	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการบริหารจัดการ โลจิสติกส์
	14
2.6	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	24

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการวิจัย	29
	3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4	ผลการวิจัย	36
	4.1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนา	36
	4.1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
	4.1.2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกิจกรรม โลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี	37
	4.2 ผลการวิจัยเชิงอนุมาน	44
	4.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัด ปทุมธานี	44
	4.2.2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัด ปทุมธานี	49
บทที่ 5	สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	54
	5.1 สรุปผลการวิจัย	54
	5.1.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา	54
	5.1.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน	55
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	56
	5.3 ข้อเสนอแนะ	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	64
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	65
ภาคผนวก ข แบบประเมิน ค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ	69
ประวัติผู้วิจัย	73



สารบัญตาราง

หน้า	
ตารางที่	
3.1	ตารางแสดงจำนวนประชากร 29
3.2	ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 34
3.3	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way-Anova) 34
4.1	สรุปข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 37
4.2	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen X 38
4.3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen X 38
4.4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen X 39
4.5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen X 39
4.6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Y 40
4.7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen Y 40
4.8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen Y 41
4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen Y 41
4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Z 42
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen Z 42
4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen Z 43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen Z	43
4.14	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN X ที่มีเพศต่างกัน	44
4.15	เปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการของส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)	45
4.16	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ที่มีเพศต่างกัน	45
4.17	เปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการของส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)	46
4.18	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ที่มีเพศต่างกัน	46
4.19	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN X ที่มีอาชีพต่างกัน	47
4.20	เปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการของส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)	48
4.21	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ที่มีอาชีพต่างกัน	48
4.22	ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ที่มีอาชีพต่างกัน	49
4.23	แสดงค่าความสัมพันธ์ สัมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ของ GEN X	50
4.24	แสดงค่าความสัมพันธ์ สัมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ของ GEN Y	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.25	แสดงค่าความสัมพันธ์ สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ของ GEN Z	52
5.1	สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 4 ด้านได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ	54
5.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยกิจกรรมด้าน โลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี	55



สารบัญรูป

หน้า

รูปที่

- 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการ
เลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z
ในจังหวัดปทุมธานี

5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรที่อยู่ในช่วงอายุหรือช่วงวัย (Generations) ที่แตกต่างกันและหลากหลาย โดยแต่ละเจนเนอเรชัน (Generations) มีพฤติกรรมและลักษณะนิสัยแตกต่างกันออกไป โดยบทความฉบับนี้จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งเจนเนอเรชัน (Generations) ต่างๆ ของประชากรประเทศไทย

กลุ่มที่ 1 เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) หรือ Gen-B หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 มีอายุ 60-78 ปี ในยุคที่สงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง เหตุผลที่เรียกว่า เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เพราะว่าหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 จบลง ประเทศต่างๆ ที่ผ่านการสู้รบหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับต่างได้รับความเสียหายและผลกระทบจากสงคราม ประชากรในแต่ละประเทศจึงเร่งฟื้นฟูประเทศให้กลับมามั่นคงอีกครั้ง ในสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นแต่ละประเทศได้สูญเสียประชากรและแรงงานให้กับสงครามไปเป็นจำนวนมาก ผู้คนในยุคนี้จึงมีค่านิยมในการมีลูกหลายคน เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ครอบครัวรวม จึงเป็นที่มาของคำว่าเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) นั่นเอง

กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) หรือ Gen-X หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2522 มีอายุ 45-59 ปี คนกลุ่มนี้ก็คือลูกหลานของพวกเจนบีนั่นเองซึ่งช่วง พ.ศ.2508-2522 นี้เป็นช่วงของที่ฟื้นฟูจากภาวะสงครามแล้วทำให้มีสันติภาพ ความมั่งคั่งขยายไปทั่วโลก และเป็นกระแสดีกลับเรื่องการมีลูกจาก Gen-B เพราะเกิดการคำนึงถึงการใช้ทรัพยากร จึงเกิดแนวคิดการคุมกำเนิดพร้อมกับยาคุมที่เกิดขึ้นมากมายในยุคนี้ ส่งผลให้ประชากรที่เกิดในช่วง Gen X นั้นลดน้อยลง

กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ Gen-Y หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523–2540 มีอายุ 27-44 ปี คนกลุ่มนี้เติบโตมาในยุค Millennials ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายาย (Gen-B) และ พ่อแม่ (Gen-X) โดยเริ่มมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเข้ามาอยู่ในช่วงการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น

กลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันแซด (Generation Z) หรือ Gen-Z หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2541-2555 มีอายุ 12-26 ปี คนกลุ่มนี้จะเติบโตมากับสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสามารถในการเรียนรู้ได้เร็ว เพราะพ่อแม่ใช้สิ่งเหล่านี้อยู่ในชีวิตประจำวัน แต่สิ่งหนึ่งที่เด็ก Gen-Z แตกต่างจากรุ่นอื่น ๆ ในวัยเดียวกัน คือ ได้เห็นพ่อแม่ไปทำงานทั้งคู่ต่างจากรุ่นก่อน ๆ ที่อาจจะเห็นพ่อหรือแม่ออกไปทำงานคนเดียว ด้วยเหตุผลนี้ เด็ก Gen-Z ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากผู้อื่นมากกว่าพ่อแม่ของตนเอง (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2563 อ้างถึงใน ภาววิ พล้าไนด์, สิริชัย ดิเลศ, และชลธิศ ดาราวงษ์, 2565)

ปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ นั้นได้มีการพัฒนาอย่างล้ำสมัยซึ่งส่งผลให้เกิดความสะดวกต่อการใช้งานในปัจจุบันและในอนาคต ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศได้มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันได้บูรณาการเข้าสู่ระบบธุรกิจ อีกทั้งความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี เทคโนโลยีทำให้การสร้างที่พักอาศัยมีคุณภาพมาตรฐาน สามารถผลิตสินค้าและให้บริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีทำให้ระบบการผลิตสามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมากมีราคาถูกลง สินค้าได้คุณภาพ เทคโนโลยีทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก การเดินทางเชื่อมโยงถึงกันทำให้ประชากรในโลกติดต่อรับฟังข่าวสารกันได้ตลอดเวลา ดังนั้น ทำให้ผู้ที่อยู่รอดและมีพัฒนาการต้องสามารถปรับตัวและจัดการกับเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายมากขึ้นและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในขณะเดียวกันบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนก็หันมาลงทุนในธุรกิจประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น เช่น Kerry Express, DHL, FedEx, UPS, SCG Express เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันภายในธุรกิจประเภทนี้สูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าต้องปรับตัวและพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และครองความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดต่อไป (วราภรณ์ เลาหะสัมพันธพร, 2563)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการพัฒนาความเจริญในด้านต่าง ๆ มาโดยลำดับ จากระยะเริ่มแรกที่เป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมความเข้มแข็งและรองรับการขยายตัว ต่อมาได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยการนำเครื่องจักรอุปกรณ์อันทันสมัยมาใช้ในการคัดแยกส่งต่อ

สิ่งของทางไปรษณีย์ การนำระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติมาใช้ในการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ รวมทั้งได้เปิดบริการที่เป็นเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2563) มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินงาน โดยจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ ซึ่งแบ่งตลาดการบริการเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก และกลุ่มธุรกิจการเงิน อีกทั้งยังพัฒนารูปแบบการให้บริการในด้านต่าง ๆ มีการเสริมประสิทธิภาพการบริการด้วยการนำระบบติดตามและตรวจสอบสิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ได้ด้วยตนเอง เรียกว่าระบบ TND (Transfer and delivery) มาใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนกว่า 5,000 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศการให้บริการพื้นฐานที่ครบถ้วนทั้งด้านการสื่อสาร การส่งของ และด้านการเงิน ด้วยอัตราค่าบริการในราคาประหยัด คุ่มค่า เพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์จากการบริการไปรษณีย์อย่างทั่วถึง และได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศแต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทขนส่งเอกชนการเติบโตเพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2568)

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

1.3 สมมติฐานงานวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.3.1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

1.3.1.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

1.3.2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

1.3.2.1 ปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

1.3.2.2 ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

1.3.2.3 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

1.3.2.4 ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคน Gen X, Y และ Z ที่ใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดปทุมธานี

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่

(1) ประชากรศาสตร์

(1.1) เพศ

(1.2) อาชีพ

(2) กิจกรรมด้านโลจิสติกส์

(2.1) ระยะเวลาการขนส่ง

(2.2) การให้บริการลูกค้า

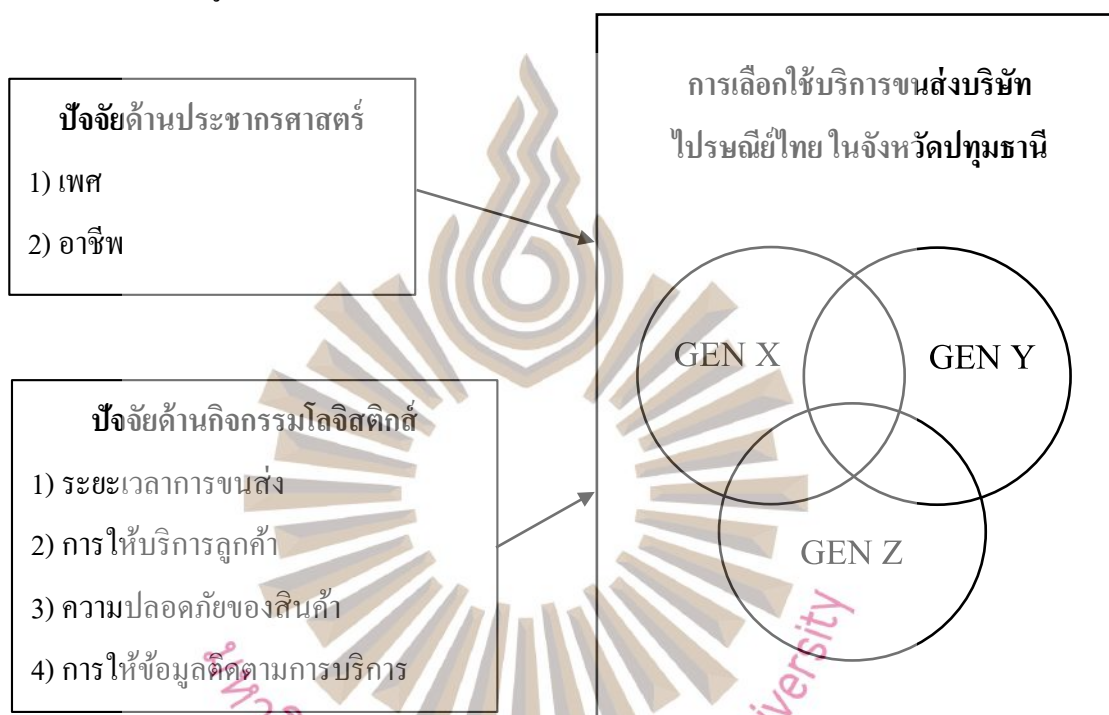
(2.3) ความปลอดภัยของสินค้า

(2.4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดปทุมธานี ของ GEN X, Y และ Z

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี” ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษากรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องร่วมกับการวิจัยในประเทศไทยมาประยุกต์ จึงได้กำหนดเป็น กรอบแนวคิด (ดังรูปที่ 1.1)



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี”

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ผลการศึกษาค้นคว้าสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการแต่ละ Gen ต่อไป

1.5.2 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้สำหรับวางแผนหรือจัดเตรียมกลยุทธ์การให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการให้ตรงตาม GEN

1.5.3 เพื่อเป็นตัวอย่างในการประยุกต์ใช้ระเบียบวิจัยในการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาในการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดความรู้ใหม่ นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม



บทที่ 2

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง โดยในงานวิจัยนี้ได้มีการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดทางทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังนี้

บทบาทของการขนส่งในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจ สังคม และการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างภูมิภาค ประเทศ และทวีปต่างๆ ทำให้สามารถเคลื่อนย้ายสินค้าและผู้คนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการค้าเคลื่อนของเศรษฐกิจที่ก้าวหน้าตามปริมาณสินค้าด้วยเช่นกัน ปัจจุบันการขนส่งเข้ามามีบทบาทอย่างมากและได้รับความนิยมสูงขึ้นในยุคสมัยที่ผู้คนเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) แต่ในการเลือกใช้บริการขนส่งต่างๆ นั้นประกอบด้วยหลายปัจจัย เนื่องจากปัจจุบันผู้ที่เข้าถึงบริการขนส่งมีช่วงอายุ (Generation) ที่หลากหลาย รวมถึงมีวัตถุประสงค์และข้อจำกัดในการเลือกใช้บริการขนส่งแตกต่างกันไปโดยมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้และตัดสินใจ เช่น ด้านระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า ด้านการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขนส่ง ด้านความปลอดภัยของสินค้าระหว่างขนส่ง และด้านการให้ข้อมูลและการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาติดตามสินค้า จากความสำคัญของปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของผู้บริโภคที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน (Generation) โดยรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากผู้ใช้งานที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อให้ได้ข้อมูลความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรืองานวิจัยที่มีแนวทางในทิศทางเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดในการศึกษาสามารถแบ่งหัวข้อและมีรายละเอียดการทบทวน ดังนี้

- 2.1 ประวัติของบริษัทไปรษณีย์ไทย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ โลจิสติกส์และการบริหารจัดการ โลจิสติกส์

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติของบริษัทไปรษณีย์ไทย

บริษัทไปรษณีย์ไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2424 หรือราว 140 ปีที่แล้ว โดยมีบทบาทหลักในการให้บริการส่งจดหมายและสื่อสารผ่านระบบโทรเลข จนกระทั่งในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา บริษัทไปรษณีย์ไทยได้ขยายบริการไปยังการส่งพัสดุและการให้บริการทางการเงินผ่านการเปิดสาขาธนาคารไปรษณีย์ไทย (Postbank) และบริการทางการเงินอื่นๆ ในช่วงปี 2550-2560 บริษัทไปรษณีย์ไทยเริ่มเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของธุรกิจขนส่งเอกชนที่มีความคล่องตัวสูง เช่น บริษัทส่งพัสดุด่วน (Courier services) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มหันไปใช้บริการขนส่งออนไลน์ ในช่วงวิกฤตนี้ ไปรษณีย์ไทยได้เริ่มต้นการปรับตัวครั้งใหญ่ โดยการนำกลยุทธ์ใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อฟื้นฟูองค์กร ซึ่งได้แก่: การปรับโครงสร้างองค์กร: ปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการใหม่ เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การพัฒนาบริการใหม่: การขยายบริการจากการขนส่งพัสดุและจดหมายไปสู่บริการขนส่งพัสดุนานาชาติ (Freight) และพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้: ปรับตัวด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง เช่น ระบบติดตามพัสดุ (Track and Trace), การใช้ AI ในการคาดการณ์ความต้องการขนส่ง, และการใช้หุ่นยนต์ในการจัดการพัสดุ การให้บริการที่ไม่เน้นราคาถูก: ไปรษณีย์ไทยไม่เข้าร่วมสงครามราคาในตลาดขนส่ง แต่หันมามุ่งเน้นการเพิ่มคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและเสนอบริการที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การบริการส่งพัสดุกายใน 1 วัน ผลจากการปรับกลยุทธ์เหล่านี้ ทำให้ในปี 2566 ไปรษณีย์ไทยกลับมามีกำไรสุทธิสูงถึง 78.54 ล้านบาท จากการฟื้นฟูอย่างมีประสิทธิภาพ และยังตั้งเป้าหมายได้ในปี 2567 ไว้ที่ 22,802 ล้านบาท พร้อมกับกำไรสุทธิที่คาดว่าจะเติบโตเป็น 350 ล้านบาท ปัจจุบัน ไปรษณีย์ไทยสามารถกลับมาเป็นบทบาทสำคัญในตลาดขนส่งและโลจิสติกส์ไทย ด้วยการให้บริการขนส่งที่มีคุณภาพสูง สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการขยายบริการไปสู่ภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงหลังจากการปรับตัวและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ไปรษณีย์ไทยกลายเป็นหนึ่งในบริษัทที่มีความมั่นคงและสามารถแข่งขันกับธุรกิจเอกชนที่ให้บริการขนส่งได้

อย่างเต็มภาคภูมิ พร้อมทั้งขยายบทบาทไปสู่บริการทางการเงินและข้อมูลอย่างครบวงจร (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2568)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ภาวณิ กาญจนภา (2559) ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า

1) เพศ เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้ ความจำเป็น ความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศชายอาจมีแนวโน้มที่จะสนใจสินค้าประเภทยานยนต์ ขณะที่เพศหญิงอาจจะสนใจสินค้าประเภทเครื่องสำอางต่าง ๆ

2) อายุ อายุส่งผลต่อแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและวิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล ซึ่งอายุถูกใช้เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น เสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก หนังสือ อาหารเป็นต้น บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะมีความชอบหรือสนใจกิจกรรมที่ต่างกัน และสนใจในผลิตภัณฑ์ต่างประเภทกัน

3) ระดับการศึกษา ระดับของการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกันกับมาตรฐานการดำรงชีวิต บุคคลที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับรายได้สูงกว่าบุคคลที่มีการศึกษาในระดับต่ำ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน รวมถึงการตัดสินใจเลือกซื้อที่แตกต่างอีกด้วย

4) อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มนักธุรกิจจะต้องการรถยนต์ที่หรูหราราคาแพงเหมาะสมกับฐานะ ในขณะที่กลุ่มข้าราชการพนักงานบริษัทเอกชนทั่วไปจะต้องการรถยนต์ของประเทศญี่ปุ่นที่ประหยัดน้ำมันและมีราคาที่เหมาะสมกับค่าครองชีพ

5) รายได้ รายได้มีผลต่อชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมีความสนใจในสินค้าฟุ่มเฟือย และมีคุณภาพดีกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำซึ่งมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจต่อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งรายได้จัดเป็นตัวแปรที่นักการตลาดนิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงอำนาจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างชัดเจน

นอกจากแนวคิดดังกล่าวแล้ว ประมะ สตะเวทิน (2546 อ้างถึงใน ศิริพร จำปาวัลย์, 2554) เสนอว่า ประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างและหลากหลาย จะมีรูปแบบทางจิตวิทยาที่ต่างกันเช่นกัน โดยสามารถวิเคราะห์ความแตกต่างได้จากปัจจัย ดังนี้

1) ด้านเพศ เพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร โดยพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของเพศชายมีความต้องการรับและส่งข่าวสาร รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในขั้นตอนของการรับและส่งข่าวสารด้วย ต่างจากเพศหญิงที่มีความต้องการรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในเรื่องของทัศนคติ รสนิยม และค่านิยม เป็นต้น ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลถึงความแตกต่างระหว่าง 2 เพศ คือ สังคม และวัฒนธรรมที่กำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละเพศไว้ต่างกัน

2) ด้านอายุ เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจ และความคิดที่แตกต่างกันระหว่างคนที่อายุน้อยและอายุมาก โดยคนที่อายุน้อยมีความคิดเป็นของตนเอง เชื่อมมั่นในความคิดของตนเอง และมีทัศนคติการมองโลกในแง่ดี ต่างจากคนที่อายุมากที่มีความคิดไปในแนวทางสังคมนิยม หรืออนุรักษนิยม มีพฤติกรรม การใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนอายุน้อย รวมถึงคนอายุน้อยและอายุมากมีความแตกต่างในการใช้สื่อมวลชนต่างกัน โดยคนที่อายุน้อยโดยส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ต่างจากคนที่อายุมากที่ใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารและความรู้มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา ความแตกต่างระหว่างผู้ที่มีการศึกษาค่ำ และการศึกษาสูง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิด และค่านิยม ฯลฯ โดยผู้ที่มีการศึกษาค่ำนิยมใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือวิทยุ ต่างจากผู้ที่มีการศึกษาสูงที่นิยมใช้สื่อประเภทหนังสือ วารสาร มากกว่าประเภทอื่นๆ ซึ่งเป็นผลให้ผู้ที่มีการศึกษาที่สูงมีเหตุและผลในการเลือกและตัดสินใจอย่างถี่ถ้วน และเป็นผู้รับสารที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ทัศนคติ ความคิด ค่านิยม และประสบการณ์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความเข้าใจและการตอบสนองที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีองค์ประกอบเพิ่มเติมที่มีผลต่อการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น อาชีพ สถานภาพทางสังคม และรายได้ เป็นต้น

จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ผู้เขียนจึงได้นำแนวคิดของนักเขียนและนักวิชาการที่ได้อ้างถึงในข้างต้น มาเป็นแนวทางในการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และ อาชีพ ว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันหรือไม่ โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาใช้ในการศึกษาค้างนี้ เช่น ระดับการศึกษา หรือรายได้ ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักและมีนัยสำคัญมากพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2556) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำของบุคคลในการที่เลือกทางเลือกที่มีอยู่หลาย ๆ ทางเลือก โดยการรวบรวมและประเมินข้อมูลและสิ่งประกอบอื่นๆ ที่สำคัญ โดยการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียวที่สามารถตอบสนอง เป้าหมายหรือความต้องการของผู้เลือกเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์ (2551, น. 138) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการใช้ความคิดและการกระทำของการรับรู้ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) และประเมินทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

ดวงนภา เขมะลักษณ์ (2547, น. 23) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการคาดคะเนผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ชูชัย เทพสาร (2546, น. 7) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกเอาทางเลือกของวิธีการกระทำทางหนึ่งจากหลายๆ ทางที่มีอยู่เพื่อจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายกระบวนการตัดสินใจ

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การตัดสินใจ เลือกจากหลาย ๆ ทางเลือก โดยจะเลือกทางที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว เพื่อตอบสนองความเป้าหมาย ตามความต้องการของผู้เลือก

ประเภทของการตัดสินใจ

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535) แบ่งการตัดสินใจไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่มีผลตามที่คาดหมายไว้อยู่แล้วเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ตัดสินใจมีข้อมูลเพียงพอและทราบผลของการตัดสินใจ

2) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง เป็นการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีความแน่นอนน้อย เนื่องจากปัจจัยบางอย่างที่ไม่แน่นอน แต่ผู้ตัดสินใจสามารถคาดคะเนความเป็นไปได้

3) การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นการตัดสินใจที่ไม่มีความแน่นอนเลย มีตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผู้ตัดสินใจต้องใช้ประสบการณ์และดุลยพินิจเพื่อช่วยในการตัดสินใจอย่างมาก

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด (Optimal Solution) จำแนกออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1) การระบุปัญหา (Problem Recognition)

การระบุปัญหาเป็นขั้นตอนเริ่มต้นเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของปัญหา ทราบสาเหตุที่ต้องมีการตัดสินใจ ระดับของการตัดสินใจ (กลยุทธ์ ยุทธวิธี หรือปฏิบัติการ) รวมถึงสภาพแวดล้อมของปัญหา และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น โดยผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้และเกณฑ์ที่จะใช้ในการประกอบการตัดสินใจต่อไป

2) การพิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้ (Identification of Alternatives)

จากข้อมูลพื้นฐานของปัญหาจากขั้นตอนที่ 1 นำไปสู่การระบุทางเลือกในการตัดสินใจ (Alternatives) ผู้ตัดสินใจไม่จำเป็นต้องพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมด แต่ให้พิจารณาเฉพาะทางเลือกที่เป็นไปได้ (Feasible Alternatives/ Solutions) ซึ่งเป็นทางเลือกที่ผู้ตัดสินใจสามารถเลือก ได้จริงในทางปฏิบัติ โดยไม่ติดเงื่อนไขหรือข้อจำกัดใด ๆ

3) การวิเคราะห์ศักยภาพของแต่ละทางเลือก (Alternative Analysis)

หลังจากที่รวบรวมทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด จึงทำการวิเคราะห์ศักยภาพของแต่ละทางเลือก โดยมีขั้นตอนสำคัญคือการระบุเกณฑ์ (Criteria) ที่จะใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของแต่ละทางเลือก ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้จะต้องสอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากขั้นตอนการระบุปัญหา เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงกับสาเหตุที่แท้จริง แล้วจึงทำการสำรวจข้อมูลเพื่อประเมินศักยภาพ ของทางเลือกเปรียบเทียบในแต่ละเกณฑ์

4) การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด (Choice Process)

ถ้าเป็นการตัดสินใจที่มีเพียงเกณฑ์เดียว (Single Criterion Decision-making) การเลือก ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสามารถเปรียบเทียบศักยภาพของทางเลือกทั้งหมด และทำการเลือก ทางเลือกที่มีศักยภาพในเกณฑ์ที่พิจารณาสูงที่สุด

5) การประเมินผลทางเลือกหลังการตัดสินใจ (Post-choice Evaluation)

หลังจากที่สามารถตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมแล้ว ขั้นตอนสุดท้าย คือ การประเมินผลของทางเลือกว่าเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ หากไม่เป็นตามที่ต้องการ กระบวนการตัดสินใจก็จะย้อนกลับไปขั้นตอนที่ 1 คือ การระบุปัญหา แล้วจึงหากระบวนการตัดสินใจใหม่อีกครั้งจนกว่าจะได้ทางเลือกที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าว

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation

รุ่งตะวัน แซ่พัว (2560) ได้กล่าวว่า Generation หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาเดียวกัน หรือเกิดปีใกล้เคียงกัน จึงพบเจอกับเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีความใกล้เคียงและคล้ายคลึงกัน จากประสบการณ์ที่ได้พบเจอเหตุการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิต เอกลักษณ์ในทัศนคติ และพฤติกรรมร่วมกัน ในกลุ่มคนรุ่นนั้นๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่อง Generation ของดวงกมล อารีย์มิตร (2557) จากสภาพของโครงสร้างสังคมเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากสภาพสังคมและเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และรวมไปถึงผลจากการเมือง เป็นสาเหตุให้มีการหลอมรวมคนแต่ละ Generation มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปในหลากหลายด้าน ทั้งในด้านของพฤติกรรม ค่านิยม ความคิดและความเชื่อ โดยมีหลายงานวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับ Generation X และ Generation Y แต่การแบ่งอายุหรือปีเกิดนั้นมีความแตกต่างกัน โดยงานศึกษาของ ดวงกมล อารีย์ มิตร (2557) แบ่งกลุ่ม Generation โดย Generation X เกิดในปี ค.ศ. 1966-1976 (พ.ศ. 2509- 2519) เป็นช่วงที่เกิดหลังสงครามโลกผ่านมาแล้ว ดังนั้นคน Generation X เกิดมาในยุคที่เศรษฐกิจมีความมั่นคง คนที่เกิดมาในยุคนี้จึงเติบโตมาพร้อมกับชีวิตที่สะดวกสบาย มีการพัฒนาและริเริ่ม ด้านเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์ ลักษณะเด่นของคน Generation นี้ คือ การใช้ชีวิตเรียบง่าย มีความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (WorkLife Balance) มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดสร้างสรรค์และเปิดกว้าง ผู้บริโภค Generation X มักยินดีจ่ายเพื่อซื้อความสะดวกสบายและมีการจ่ายใช้สอยเพื่อแสดงสถานะทางสังคมอีกด้วย และ Generation Y เกิดในปี ค.ศ. 1977-1994 (พ.ศ. 2520-2537) เป็นช่วงที่เกิดมาในยุคที่เติบโตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ มีการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงได้รับการเลี้ยงดูเป็นอย่างดี ทำให้ถูกจัดว่าเป็นคนที่มีความอดทนต่ำเพราะมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการทำสิ่งที่ตนเองชอบและปฏิเสธ สิ่งที่ไม่ชอบ ลักษณะเด่นของคน Generation Y คือ เป็นคนกล้าแสดงออกและสามารถ

ทำหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน ผู้บริโภค Generation Y จะให้ความสำคัญกับตราสินค้าเป็นหลัก และ นิยมซื้อสินค้าผ่านออนไลน์

Mannheim (1893-1947) ได้แบ่ง Generation ตามพื้นที่และสถานะความเป็นจริง โดยรูปแบบโดยรวมคือ การอาศัยอยู่ร่วมกันหรือพื้นที่เดียวกัน ในช่วงอายุที่เหมือนกัน โดย Generation จะมีการแชร์ประสบการณ์และความรู้สึกที่เหมือนกันในสังคม

จากแนวคิดด้าน Generation ทำให้เห็นได้ว่าการแบ่ง Generation ไม่เพียงเป็นการแบ่งกลุ่มคนที่มีช่วงอายุต่างกัน แต่ยังเป็นการทำให้ทราบถึงค่านิยม พฤติกรรม ความต้องการ หรือประสบการณ์ ของคนแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันด้านอายุที่ปัจจุบันอาศัยอยู่ร่วมกันในสังคม ฉะนั้นทำให้เห็นได้ว่า Generation มีผลต่อการตัดสินใจที่หลากหลายในเรื่องเดียวกัน เนื่องจากความแตกต่างด้านยุคสมัย และประสบการณ์ที่พบเจอในแต่ละ Generation มีความแตกต่างกัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์และการบริหารจัดการโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ (Logistics) คือ กระบวนการในการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บสินค้าหรือทรัพยากรต่างๆ ตั้งแต่จุดต้นทางจนถึงปลายทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สินค้าหรือบริการไปถึงลูกค้าในเวลาที่ต้องการ, ในสภาพที่ดี, และในต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยการบริหารจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและจัดการทุกแง่มุมของโลจิสติกส์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีที่สุดแก่ธุรกิจ

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) คือ กระบวนการในการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บสินค้าหรือทรัพยากรต่างๆ จากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดปลายทาง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าหรือบริการไปถึงลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม, ในสภาพที่ดี, และในต้นทุนที่ต่ำที่สุด การจัดการโลจิสติกส์เป็นการประสานงานระหว่างหลายส่วนของธุรกิจ เช่น การขนส่ง, การจัดการคลังสินค้า, การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง, การจัดการความต้องการลูกค้า, และการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการจัดการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็นหลายกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งแต่ละกระบวนการจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งและจัดการสินค้าต่างๆ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

และไม่เกิดความล่าช้า การวางแผนโลจิสติกส์ คือ การวางแผนการจัดการ โลจิสติกส์ต้องคำนึงถึงการเลือกเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสม, การจัดการสินค้าคงคลัง, การกำหนดวิธีการขนส่ง และการวางแผนการกระจายสินค้า

การขนส่ง คือ การเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสม เช่น การขนส่งทางรถยนต์, เรือ, เครื่องบิน หรือรถไฟ ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและระยะทาง

การจัดการคลังสินค้า คือ การจัดเก็บสินค้าในคลังให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในแง่ของพื้นที่การจัดเก็บและการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางอย่างรวดเร็ว

การควบคุมสินค้าคงคลัง คือ การควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เพียงพอและไม่ขาดแคลนหรือเก็บสินค้าในปริมาณมากเกินไป

การบรรจุภัณฑ์และการจัดส่ง คือ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหายระหว่างการขนส่ง และการจัดการการส่งสินค้าไปยังปลายทาง

การจัดการการคืนสินค้า คือ การจัดการสินค้าที่ลูกค้าต้องการคืนหรือเปลี่ยน โดยการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ เพื่อลดความยุ่งยากในการคืนสินค้าของลูกค้า

กิจกรรมของโลจิสติกส์

ในการศึกษาวิชานี้ โดยนิพนธ์วิชาการได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับกิจกรรมของโลจิสติกส์ อยู่เป็นจำนวนมาก ดังนี้

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์มีทั้งหมด 13 กิจกรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อระบบ โลจิสติกส์ซึ่งต้องอาศัยการประสานการทำงานของแต่ละกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกันเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ (Key Logistics Activities) มีดังนี้

1) การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications) การติดต่อสื่อสารนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการทางธุรกิจ อาจกล่าวได้ว่าหากไม่มีการสื่อสารหรือรับความต้องการมาจากลูกค้าแล้วย่อมไม่เกิดกระบวนการใดๆทางโลจิสติกส์ ดังนั้นการสื่อสารจึงจำเป็นในการดำเนินธุรกิจที่มิใช่แต่เพียงการสื่อสารภายนอกองค์กรหรือการสื่อสารกับลูกค้าหรือกับผู้ขายเท่านั้น การสื่อสารภายในองค์กรก็ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร การมีระบบการสื่อสารที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กรจะช่วยลดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ทำให้การตัดสินใจต่างๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เร็วขึ้น

2) การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า กิจกรรมนี้ครอบคลุมตั้งแต่การนำส่งสินค้าที่ถูกต้อง ถูกจำนวน ถูกสถานที่ ถูกเวลา และตรงตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้

3) กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ (Order Processing) คือ กระบวนการในการจัดการกับคำสั่งซื้อ โดยครอบคลุมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า กิจกรรมดังกล่าวนี้นับเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างองค์กรกับลูกค้า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า จึงควรใช้เวลาในกระบวนการนี้ให้สั้นและหลีกเลี่ยงความผิดพลาดให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

4) การคาดการณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) เป็นการคาดการณ์ความต้องการในตัวสินค้า วัตถุดิบหรือการบริการลูกค้าในอนาคต ซึ่งนับว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการที่จะส่งผลต่อการขาดทุนและการได้กำไรขององค์กร การคาดการณ์ล่วงหน้าจะช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินการว่าจะผลิตสินค้าจำนวนเท่าไร หรือเตรียมบุคลากรมากน้อยเพียงใดเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

5) การจัดซื้อ (Procurement) เป็นกิจกรรมในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ เพื่อจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบนั้นๆ รวมไปถึงการบริหารอุปทานโดยรวมตั้งแต่การคัดเลือกผู้ขาย การเจรจาต่อรองราคา หรือเงื่อนไข ปริมาณการสั่งซื้อ และการประเมินคุณภาพของผู้ขายและวัตถุดิบ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด

6) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของส่วนงานอื่น รวมถึงมีผลต่อกำไรและการขาดทุนขององค์กร ในการจัดการสินค้าคงคลังนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจว่าเป็นอย่างไร บางธุรกิจเป็นกิจการซื้อมา-ขายไป บางกิจการเป็นการผลิตเพื่อสต็อก (Make to Stock) บางกิจการเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า แต่ทางบริษัทต้องทำการออกแบบให้กับลูกค้า (Make to Order) ซึ่งในแต่ละลักษณะธุรกิจจะมีการจัดการสินค้าคงคลังที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าลักษณะธุรกิจจะเป็นแบบใด ก็ต้องมักเริ่มต้นจากการพยากรณ์อุปสงค์ (Demand Forecasting) ก่อนเพื่อให้ทราบก่อนว่ามีปริมาณสินค้าสำเร็จรูป (Finish Goods) จำนวนเท่าไรที่จะขายได้ ดังนั้นบริษัทจึงจะต้องทราบวิธีการพยากรณ์ อุปสงค์ ซึ่งมีวิธีการหาคำตอบอยู่หลายแบบ โดยวิธีการแบบดั้งเดิมในการคำนวณปริมาณที่เหมาะสมเป็นที่รู้จักกันในชื่อของปริมาณการสั่งซื้ออย่างประหยัด (Economic Order Quantity: EOQ) หรือ เทคนิคการสั่งเป็นช่วง (Periodic Order Quantity: POQ) และเทคนิคการสั่งแบบ Silver Meal เป็นต้น

7) กิจกรรมการขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบหรือสินค้าตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้สินค้า หรือการส่งคืนสินค้าผิดปกติกลับมายังคลังสินค้า รวมถึงการขนย้ายสินค้าไปยังจุดที่จะทำลาย ทำให้องค์กรต้องคำนึงถึงรูปแบบลักษณะการเลือกวิธีการขนส่งและเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสมกับตัวสินค้า องค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดส่งให้ลูกค้าตามที่ ถูกเวลา ในสภาพที่สมบูรณ์ รวมถึงการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

8) การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ (Warehousing and Storage) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในคลังสินค้า ตั้งแต่กระบวนการวางโครงสร้างคลังสินค้า การออกแบบและการวางแผนการจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้า จำนวนสินค้าคงคลัง รวมถึงการดูแลรักษาอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมภายในคลังสินค้า เพื่อให้การจัดการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด

9) โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เป็นกระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน ทั้งสาเหตุจากสินค้าเสียหาย หรือหมดอายุการใช้งาน ทั้งนี้้องค์กรจำเป็นต้องมีนโยบายรองรับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนจากสาเหตุต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดต้นทุนน้อยที่สุด ในบางครั้งสินค้าเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง โดยการผ่านกระบวนการหรือนำกลับมาใช้ใหม่ทำให้สามารถลดต้นทุนลงได้ โดยต้องตระหนักถึงกรณีของสินค้าอันตรายที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม ที่ต้องมีการทำลายตามกฎระเบียบที่เคร่งครัดในปัจจุบัน

10) การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ (Parts and Services Support) เป็นความรับผิดชอบต่อสินค้าหลังการขายซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบริการหลังการขายที่ผู้ประกอบการควรมีให้แก่ลูกค้า โดยเป็นการจัดหาชิ้นส่วน อะไหล่ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าในกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดทั้งจากความบกพร่องของกระบวนการผลิตและการใช้งานของลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสินค้าหลังการขายจะช่วยเสริมความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบยาวในหลายด้านทั้งการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต เกิดความรู้สึกที่ดีต่อยี่ห้อสินค้า รวมถึงการบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น ดังนั้นกิจกรรมนี้จึงนับเป็นกิจกรรมสำคัญที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง

11) การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection) โลจิสติกส์ ในด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม ทั้งเรื่องเวลา และสถานที่ ศักยภาพของ “คลังสินค้า” (Warehouse) จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการบริหาร “สินค้าคงคลัง” (Inventory) ทำหน้าที่รองรับกับความไม่แน่นอนของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply)

ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ต้องการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจของตนจึงให้ความสำคัญกับคลังสินค้ามากขึ้น

12) การเคลื่อนย้ายสินค้า (Material Handling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ และสินค้าคงคลังในระหว่างการผลิต รวมถึงการขนย้ายตัวสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว (Finished Goods) ภายในโรงงานหรือคลังสินค้า วัตถุประสงค์ของการจัดการด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าคือ ลดระยะทางการเคลื่อนย้ายให้ได้มากที่สุด ลดจำนวนขั้นตอนในการทำงาน แก้ไขกระบวนการที่เป็นคอขวดให้มีการไหลได้ดีขึ้น และลดการขนถ่ายให้มากที่สุดเพื่อประหยัดแรงงานและค่าใช้จ่าย

13) การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ (Packaging and Packing) ในด้านการตลาดนั้นบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่แสดงถึงลักษณะภายนอกของสินค้า ซึ่งจะต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ แต่สำหรับทางด้านการบริหารจัดการ โลจิสติกส์การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อจะมีบทบาทที่ต่างออกไปจากมุมมองทางการตลาด โดยการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อทางด้านการบริหารจัดการ โลจิสติกส์จะเป็นสิ่งที่ปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายในขณะที่มีการเคลื่อนย้าย การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่ดีจะช่วยให้กระบวนการเคลื่อนย้ายและเก็บสินค้ามีความสะดวกและปลอดภัยจากความสูญเสียที่อาจเกิดจากการเคลื่อนย้ายและการเก็บรักษามากขึ้น ซึ่งทำให้สามารถลดต้นทุนด้านการจัดการวัตถุดิบได้

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง ระบบที่ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกันในการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการ ซึ่งรวมถึงการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การจัดเก็บสินค้า และการกระจายสินค้าไปยังตลาดหรือจุดจำหน่ายต่าง ๆ ห่วงโซ่อุปทานเป็นกระบวนการที่สำคัญในการเชื่อมต่อธุรกิจในภาคต่าง ๆ และมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรในการจัดการสินค้าคงคลัง การควบคุมต้นทุน และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่อุปทานสามารถแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอนหลัก ๆ ซึ่งเชื่อมโยงกันตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางของกระบวนการการจัดส่งสินค้ามีดังนี้

การจัดหาวัตถุดิบ (Sourcing or Procurement) กระบวนการในการหาผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์ที่สามารถจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่จำเป็นสำหรับการผลิตสินค้า โดยการเลือกซัพพลายเออร์ที่สามารถให้สินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและในเวลาที่ต้องการ

การผลิต (Production) การนำวัตถุดิบที่ได้มาผลิตเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การผลิตอาจเป็นกระบวนการที่มีหลายขั้นตอนขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและวิธีการผลิต เช่น การประกอบ, การบรรจุ, การปรับแต่ง

การจัดเก็บสินค้า (Warehousing) หลังจากการผลิตเสร็จสิ้น สินค้ามักจะถูกเก็บไว้ในคลังสินค้าจนกว่าจะถูกส่งไปยังลูกค้าหรือจุดจำหน่าย การจัดการคลังสินค้าจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ เช่น การเก็บรักษาสินค้าให้ปลอดภัยและไม่เสียหาย รวมถึงการจัดเก็บในที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

การขนส่ง (Transportation) การขนส่งสินค้าเป็นกระบวนการสำคัญในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานหรือคลังสินค้าสู่ลูกค้าหรือจุดจำหน่าย การเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสม (รถยนต์, เรือ, เครื่องบิน ฯลฯ) ขึ้นอยู่กับต้นทุน, เวลา, และลักษณะของสินค้าที่จะขนส่ง

การกระจายสินค้า (Distribution) การจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากคลังสินค้าหรือผู้ผลิตไปยังตลาดหรือร้านค้าปลีกที่มีลูกค้า หรือในบางกรณีอาจจะเป็นการส่งถึงมือลูกค้าตรงๆ โดยใช้บริการขนส่งหรือผู้จัดจำหน่ายที่เฉพาะเจาะจง การบริการหลังการขาย (After-Sales Service) เมื่อสินค้าถึงมือลูกค้าแล้ว การให้บริการหลังการขายก็เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งอาจรวมถึงการรับประกันสินค้า, การบริการซ่อมบำรุง หรือการตอบข้อสงสัยของลูกค้า

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ ภาพรวมของกระบวนการในองค์กรที่เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยที่แต่ละขั้นตอนนั้นสามารถสร้างคุณค่า (Value) ให้กับองค์กรและสินค้าอย่างไม่มีปัญหา ซึ่งห่วงโซ่คุณค่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์คู่แข่งของธุรกิจได้ด้วย โดยการเปรียบเทียบแต่ละขั้นตอนของคู่แข่ง ว่าคู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่าหรือมีขั้นตอนอะไรที่น่าสนใจและสามารถนำมาปรับใช้กับองค์กรของเราได้บ้าง

การวิเคราะห์หา Value Chain นั้นสามารถ แยกแต่ละขั้นตอนออกมาเพื่อค้นหาส่วนที่บกพร่องและส่วนที่กำลังรอการพัฒนาอยู่ได้ โดยเราสามารถนำขั้นตอนเหล่านี้เปรียบเทียบกับการจัดการขององค์กรในปัจจุบัน และแผนในอนาคต รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดได้อีกด้วย โดยวิเคราะห์ตามขั้นตอนเหล่านี้ Value Chain หรือ ห่วงโซ่คุณค่านั้นสามารถแยกเป็นกิจกรรมได้ 2 ประเภท ดังนี้

กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

การนำเข้า (Inbound Logistics) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง รับมอบ จัดเก็บ การกระจาย และการจัดการสินค้าคงคลัง

การดำเนินการหรือผลิต (Operations) คือ กิจกรรมในการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้าและจัดลงบรรจุภัณฑ์

การส่งออก (Outbound Logistics) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ จำหน่ายและบริการขนส่งไปยังลูกค้า

การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) คือ กิจกรรมที่ส่งเสริมหรือชักจูงใจให้เกิดการซื้อของลูกค้า เช่น การจัดโปรโมชัน และการโฆษณาช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ

การบริการ (Services) คือ กิจกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและรวมถึงการให้ข้อมูลบริการหลังการขายให้กับลูกค้า

กิจกรรมสนับสนุนองค์กร (Support Activities)

การจัดหา และการจัดซื้อวัตถุดิบ (Procurement) ที่มีคุณภาพสูงที่อยู่ภายใต้ต้นทุนที่องค์กรกำหนด

การพัฒนาเทคโนโลยีและวิจัยสินค้า (Technology Development) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกระบวนการผลิตทั้งเรื่องปริมาณ และงบประมาณ

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองนโยบายขององค์กร

การพัฒนาอื่น ๆ (Firm Infrastructure) การจัดการ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กรให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบบัญชีและการเงิน และระบบจัดซื้อ เป็นต้น

การขนส่ง (Transportation) สามารถตีความหมายได้หลากหลาย การเคลื่อนย้ายสิ่งของ เคลื่อนย้ายคน เคลื่อนย้ายสัตว์ ของหรือวัตถุต่างๆ จากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง หรือแม้กระทั่งการใช้รถเข็น หรือใช้ยานพาหนะชนิดต่างๆ เคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ถือว่าเป็นกิจกรรมการขนส่งเช่นกัน (จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา, 2556) เป้าหมายสำคัญของการขนส่งคือการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงการวางแผนและการจัดการเวลาขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะช่วยส่งผลดีด้านต้นทุนต่อกิจกรรมทางโลจิสติกส์ ช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มกำไรให้กับองค์กรอีกด้วย (กิตติการต์ พรหมตจิต, 2562) โดยปกติประเภทของการขนส่งมีทั้งหมด 5 ประเภท ดังนี้

- 1) การขนส่งทางถนน (Roads Transportation)
- 2) การขนส่งทางอากาศ (Airways Transportation)
- 3) การขนส่งทางน้ำ (Marine Transportation)
- 4) การขนส่งทางราง (Railroads Transportation)
- 5) การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation)

1) สินค้าที่ถูกต้อง (Right Product) คือ การส่งของได้ตามความต้องการและ
 วัตถุประสงค์ของสินค้าที่ถูกต้อง โดยเริ่มจากความเข้าใจในตัวสินค้าหรือสิ่งของที่ต้องการขนส่ง เช่น
 ในสินค้าประเภทใด เป็นสินค้าประเภทบางหรือสามารถทนทานต่อแดด ลม และฝนได้ดี สินค้า
 ถอดประกอบได้หรือไม่ เป็นสินค้าขนาดใหญ่ หรือสินค้าที่มีน้ำหนักมากเกินไปหรือไม่
 ค่าเหล่านี้เหมาะกับการขนส่งประเภทใด ซึ่งการมีความรู้และความเข้าใจในตัวสิ่งของที่
 ขนส่งนั้นจะช่วยทำให้จัดการเวลาและควบคุมต้นทุนได้เป็นอย่างดี

3) สภาพที่ถูกต้อง (Right Condition) คือ การขนส่งสินค้าให้ถึงปลายทางในสภาพที่ถูกต้องนั้นเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่ง ผู้ให้บริการขนส่งมีหน้าที่ในการจัดการและรักษาสภาพสิ่งของหรือสินค้าให้คงอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด โดยทั่วไปแล้วเป็นไปได้ที่สินค้าอาจเกิดความเสียหายหรือสูญเสียสภาพเดิมระหว่างการขนส่งได้ หน้าที่ของผู้ขนส่งจึงต้องทำให้การขนส่งแต่ละครั้งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

5) ลูกค้าที่ถูกต้อง (Right Customer) คือ นอกจากเรื่องประสิทธิภาพในการขนส่งแล้ว การส่งสินค้าให้ถูกตัวผู้รับก็ถือเป็นเรื่องสำคัญ ผู้ให้บริการขนส่งจำเป็นต้องเข้าใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มองหาและพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

6) ถูกเวลา (Right Time) คือ การขนส่งในยุคปัจจุบัน เวลาในการขนส่งเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก เพราะผู้ให้บริการมักถูกคาดหวังและถูกเปรียบเทียบกับบริษัทขนส่งอื่นๆ ในเรื่องของความเร็วในการขนส่งอยู่เสมอ ผู้ให้บริการขนส่งจึงจำเป็นที่จะพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้มีการขนส่งที่รวดเร็วและทันต่อการแข่งขันอยู่เสมอ สามารถนำเทคโนโลยีติดตามการขนส่งและระบบ

แผนที่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้ ช่วยให้คำนวณเส้นทางการขนส่งที่ถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้สินค้าถึงปลายทางได้อย่างรวดเร็ว

7) ต้นทุนที่ถูกต้อง (Right Price) คือ ต้นทุนหรือราคานั้นเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกบริการหรือธุรกิจไม่ใช่แค่ธุรกิจขนส่ง ผู้ให้บริการจึงควรคำนึงถึงต้นทุนและจัดการควบคุมบริหารค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยนำปัจจัยอื่นๆ เข้ามาพิจารณาประกอบ เช่น หากต้องการให้การขนส่งนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็ว จะมีต้นทุนอย่างไรบ้าง หรือการขนส่งสินค้าที่เปราะบาง ต้องมีการดูแลเป็นพิเศษ อาจมีต้นทุนในการขนส่งที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

การเลือกผู้ให้บริการขนส่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ เนื่องจากมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน, ต้นทุน, และความพึงพอใจของลูกค้า การเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสมจึงจำเป็นต้องพิจารณาหลายปัจจัย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดทั้งในแง่ของค่าใช้จ่าย และคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การขนส่ง การเลือกผู้ให้บริการขนส่งมีหลายปัจจัยที่ต้องพิจารณาเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจ ได้แก่

ความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ คือ ผู้ให้บริการขนส่งที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญจะช่วยให้การขนส่งเป็นไปอย่างราบรื่น และลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง เช่น ความล่าช้า หรือความเสียหายของสินค้า

ประสิทธิภาพในการขนส่ง คือ คำนึงถึงความรวดเร็วและความตรงเวลาในการส่งสินค้า ถึงแม้ว่าบางครั้งต้นทุนต่ำอาจจะเป็นจุดเด่น แต่หากผู้ให้บริการขนส่งมีความล่าช้าหรือไม่สามารถตอบสนองตามเวลาที่กำหนดได้ อาจทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ

ความคุ้มค่าของราคา คือ การพิจารณาราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกผู้ให้บริการขนส่ง แต่การเลือกที่เน้นแค่ราคาอาจทำให้ได้บริการที่ไม่ดีหรือไม่ตรงตามความต้องการ การเลือกบริการที่คุ้มค่าจะต้องคำนึงถึงต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นรวมถึงคุณภาพการบริการ

พื้นที่และเครือข่ายการขนส่ง คือ ความสามารถของผู้ให้บริการขนส่งในการให้บริการในพื้นที่ต่าง ๆ ที่ครอบคลุม หรือความพร้อมในการส่งสินค้าระหว่างประเทศ (ถ้าจำเป็น) เช่น การขนส่งในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ

บริการเสริม คือ บริการเสริมต่างๆ เช่น การติดตามสถานะการขนส่ง (Tracking System), การประกันสินค้า, การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ก็เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเลือกผู้ให้บริการ

ประเภทของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

1) Subcontractor เป็นรูปแบบการแบ่งงานให้กับผู้ให้บริการภายนอก รับงานขนส่งไปจัดการต่อ อาจจะเป็นงานที่มีความเสี่ยงไม่สูงมากนัก ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะ หรืออาจจะมองในเรื่องของความคุ้มค่าและการบริหารต้นทุน จึงเลือกให้ผู้ให้บริการภายนอกขนส่งแทน

2) Logistics provider เป็นรูปแบบของการให้บริหารจัดการส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ มีความซับซ้อนกว่า Subcontractor เพราะมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องและต้องใช้ความชำนาญเฉพาะ ผู้ว่าจ้างสามารถใช้ Logistics provider หลายรายก็ได้ และผู้ว่าจ้างยังมีสิทธิเข้าไปบริหารจัดการงานเพื่อให้การทำงานมีความสอดคล้องกันกับระบบการทำงานเดิม

3) Third Party Logistics (3PL) เป็นรูปแบบของการมีเครือข่ายระดับโลก มีการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยีและการลงทุน ลักษณะงานที่ให้บริการจะมีขอบเขตความรับผิดชอบที่กว้างขวาง โดยเป็นตัวแทนของผู้ว่าจ้าง (User) กับลูกค้าหรือคู่ค้าและมีการเชื่อมโยงมีความเป็นบูรณาการ โดยผู้ให้บริการจะเป็น Real user ค่อนข้างแท้จริง ผู้ให้บริการลักษณะนี้จะต้องมีการลงทุนที่สูง โดยเฉพาะจะต้องมีเครือข่ายในระดับโลก

4) Fourth Party Logistics (4PL) เป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในระดับบูรณาการสูงมาก จะเป็นผู้รับผิดชอบบริหารจัดการ ควบคุมผู้ให้บริการ 3PL ในแต่ละรายให้สามารถเชื่อมโยงการทำงาน คือเป็นตัวแทนของผู้รับบริการในการควบคุมและกำกับ 3PL ให้ปฏิบัติตามข้อตกลงซึ่ง มีสัญญาไว้กับตัวแทนของผู้ว่าจ้าง

หลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) หลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความหมายของคุณภาพการบริการ โดยมีผู้ให้คำนิยามและรวบรวมความหมายไว้มากมาย ผู้ทำวิจัยจึงรวบรวมแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการให้คำนิยาม ดังต่อไปนี้

2) Etzel, Walker, and Stanton (2001) ให้คำนิยามสำหรับคุณภาพของการบริการว่า คุณภาพของการบริการ (Service Quality) เป็นการบริการในรูปแบบที่ไม่สามารถมองเห็นได้ และไม่มีตัวตน มีเพียงแต่การนำเสนอให้กับลูกค้าที่มีความคาดหวัง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการบริการนั้นๆ เอง

3) Parasuraman et al. (1985) ให้คำนิยามสำหรับคุณภาพของการบริการว่า เป็นจุดกึ่งกลางระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง โดยความคาดหวังของลูกค้าเป็นผลมาจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมาจากการต้องการของลูกค้าเอง และ

ประสบการณ์ในการรับบริการที่เคยได้รับมา รวมถึงข่าวสารจากลูกค้าอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยรวมหากบริการที่ลูกค้าได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2539) ให้คำนิยามสำหรับคุณภาพของการบริการว่า คุณภาพของการบริการ คือ ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความสามารถในการให้บริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้วนั่นเอง

จากการให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการที่สรุปมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการนั้นต้องมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการ หากความคาดหวังได้ตอบสนองน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ประเมินได้ว่าคุณภาพการให้บริการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรและจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า แต่หากคุณภาพการบริการเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าหรือสูงกว่าความคาดหวังถือว่าคุณภาพการให้บริการมีประสิทธิภาพและสร้างโอกาสในการกลับมาใช้บริการใหม่ของลูกค้าเดิมได้มากขึ้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้เลือกตัวแปรเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้ามาทำการศึกษา โดยได้ผลการศึกษาดังนี้ ปัจจัยด้านบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นริศรา สุวรรณหงษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ ได้เลือกตัวแปรเกี่ยวกับระยะเวลาการขนส่งและความปลอดภัยของสินค้า มาทำการศึกษา โดยได้ผลการศึกษาดังนี้ ระยะเวลาการขนส่งมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับมาก (S.D.= 0.99) และความปลอดภัยของสินค้ามีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับมาก (S.D.= 1.04) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์

สุนทรี พุฒิวร (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์กรณีศึกษา บริษัทเอกชน อำเภอสามพราน ได้เลือกตัวแปรเกี่ยวกับระยะเวลาการขนส่งและการให้ข้อมูลติดตามการบริการมาทำการศึกษาโดยได้ผลการศึกษาดังนี้ ระยะเวลาการขนส่งมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับมาก ($S.D. = 0.85$) และการให้ข้อมูลติดตามการบริการค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับมาก ($S.D. = 0.88$)

ภัทรารุท ตะวันวงศ์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้เลือกตัวแปรเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้ามาทำการศึกษา โดยได้ผลการศึกษาดังนี้ การให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ ($S.D. = 0.673$) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ปภาดา เอี่ยมสอาด (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของนิสิตคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้เลือกตัวแปรเกี่ยวกับระยะเวลาการขนส่งและการให้บริการมาทำการศึกษา ได้ผลการศึกษาดังนี้ ระยะเวลาการขนส่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) และการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) ซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของนิสิตคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธีรนนท์ เฉยเจริญ และพงศ์พัฒน์ มาศกลิน (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วน (EMS) ที่ว่าการไปรษณีย์ ศูนย์กลางจ่าย (พิเศษ) เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากด้านคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านการเอื้อเฟื้อในการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านลักษณะทางกายภาพ การศึกษานี้ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น และโปรแกรม Expert Choice มาวิเคราะห์ความสำคัญในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ

ศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาปัจจัย 2 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขต

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการวิเคราะห์สมการถดถอยที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ความถี่ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลา ที่ใช้บริการ วันที่เลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า 2) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\beta=0.332$) และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta=0.253$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฐาปณี แก้วเสนห์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า แบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และด้านปัจจัยคุณภาพ การบริการ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านารรู้จักและเข้าใจ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บุญกร งามทรัพย์พงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุอาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ไม่ต่างกัน ส่วน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อารียา พรหมปัญญา (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความแตกต่างกัน ในส่วนของการวิเคราะห์หาค่าการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รัตนะ พุทธรักษา และพีรภาว ทีวีสุข (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา พบว่าผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับจดหมายด่วนพิเศษ (EMS) เป็นจำนวนมากที่สุด โดยเป็นเพศชายและเพศหญิง ในจำนวนที่เท่ากันส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 30,001 บาทขึ้นไป โดยมีระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคือการดูแลเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับซึ่ง ตัวแปรทุกตัวล้วนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ศราวุฒิ แก้วศรี, ปรีชา วรรัตน์ไชย, และสาโรช เนติธรรมกุล (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และการให้บริการที่มีมาตรฐานของผู้ประกอบการการขนส่งทางน้ำรองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ การใช้เรือที่ทันสมัย การแจ้งราคาค่าโดยสารที่ชัดเจน ด้านการเข้าถึงจิตใจ การดูแลเอาใจใส่ และการให้ความช่วยเหลือผู้โดยสาร และด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค การให้บริการที่

รวดเร็ว สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดี เนื่องจากส่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และต้องกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป

ปริญญ์ ศิริไพบุลย์ทรัพย์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่าเพศหญิงมีส่วนมากกว่าเพศชายคือ ร้อยละ 82.50 ในขณะที่เพศชายมีร้อยละ 17.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพ โสดมากที่สุด และมีการศึกษาสูงสุดอยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด มีรายได้ต่อ เดือน 15,000-30,000 บาท มากที่สุด ในส่วนข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Kerry Express มากที่สุด คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มี ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 36-100 บาท ค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด ใช้บริการส่งพัสดุกับ Kerry Express เพื่อส่งพัสดุทั่วไปมากที่สุด และเหตุผลอันดับหนึ่งที่เลือกจัดส่งพัสดุกับ Kerry Express คือส่งพัสดุได้รวดเร็ว ถึงมือผู้รับ โดยจากการวิเคราะห์พบว่าระดับการศึกษา และรายได้ที่ แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Kerry Express เพราะทุกระดับการศึกษาและ ทุกระดับรายได้จะได้รับบริการที่เท่าเทียมกัน ความพึงพอใจจึงไม่แตกต่างกัน

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

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้ทำวิจัยกำหนดขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคน Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี โดยมีจำนวนประชากรทั้งหมด 855,059 คน (ดังตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงจำนวนประชากร

หน่วย : คน

จำนวนประชากรแบ่งตามเจนเนอเรชัน เขตปทุมธานี	
1) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X)	291,688
2) เจเนอเรชันวาย (Generation Y)	338,608
3) เจเนอเรชันแซด (Generation Z)	224,763
รวม	855,059

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565

3.1.1 ประชากร (Population) คือ กลุ่มคนเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X), เจเนอเรชันวาย (Generation Y) และเจนเนอเรชันแซด (Generation Z) ในเขตปทุมธานี จำนวนประชากรทั้งหมด 855,059 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่า ความคลาดเคลื่อน ของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

$$n = N / (1 + Ne^2) \quad (3-1)$$

โดย n = คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = คือ ขนาดของประชากร

e = คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

$$n = 855,059 / (1 + 855,059 \times 0,050^2)$$

$$n = 855,059 / (1 + 2,137.648)$$

$$n = 855,059 / 2,138.648$$

$$n = 399.81 \approx 400$$

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดย เลือกจากกลุ่ม ประชากรเฉพาะ GEN X,Y และZ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีเท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

1) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

(1) จัดทำกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถามจากแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(2) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบเขตการศึกษา และวัตถุประสงค์ การวิจัย

(3) นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุง ตามที่ได้รับคำแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความถูกต้องทางหลักวิชา และความ น่าเชื่อถือ โดยส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

ในการพิจารณาความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ การหาค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ ความเหมาะสม (IOC) ในทุกคำถามนั้นให้มีค่าเท่ากับ 1.00 หากคำถามใดมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.05-1.00

จะคัดเลือกไว้ ส่วนคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 จะถูกแก้ไขหรือตัดออกจากแบบสอบถามได้ตามความเหมาะสม (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข หน้า 67)

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหามาทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบ (Pilo Test) จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach's alpha Coefficient : α)

2) เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1: แบบเลือกตอบ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

(1) เพศ และ (2) อาชีพ

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย 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: แบบสอบถามระดับการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4: ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเชิงพรรณนาตามความคิดเห็นของแต่ละคน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ดำเนินงานวิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และใช้การกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ผ่านลิงค์ Google Form ไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบคำถามในแบบสอบถามจนกว่าจะครบตามจำนวนที่กำหนด หลังจากได้รับคำตอบจากแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง หากข้อมูลที่ได้มาไม่สอดคล้องกับแบบสอบถาม เช่น ช่วงอายุที่แบ่งตาม เจเนอเรชัน (Generation) จะทำการคัดออกและเก็บข้อมูลใหม่ให้ครบถ้วน ก่อนนำมาวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ดังต่อไปนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

1) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) มีสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} \quad (3-2)$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าร้อยละ (Percentage) มีสูตรดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n} \quad (3-3)$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนให้เป็นค่าร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) มีสูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n - (n - 1)}} \quad (3-4)$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนกลุ่ม
	x	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับคะแนน จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลความหมาย
4.55 – 5.00	มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
3.55 – 4.54	มีความต้องการอยู่ในระดับมาก
2.55 – 3.54	มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
1.55 – 2.54	มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.54	มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.4.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาการทำทดลอง ใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบจำนวน 30 ชุด จากนั้น นำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach Method) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อตรวจสอบว่าคำถามที่ใช้สามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช ดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad (3-5)$$

เมื่อ	α	แทน	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	K	แทน	จำนวนข้อคำถามของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช ซึ่งการประเมินความเที่ยงของสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	การแปลความหมายระดับเชื่อมั่น
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5

ไม่สามารถรับได้

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

ตัวแปร	Alpha Coefficient
ด้านระยะเวลาการขนส่ง	.879
ด้านการให้บริการลูกค้า	.928
ด้านความปลอดภัยของสินค้า	.914
ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ	.830
ด้านระดับการตัดสินใจ	.571

จากตารางที่ 3.2 พบว่าผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านระยะเวลาการขนส่ง มีค่า $\alpha = .879$ อยู่ในระดับดี ด้านการให้บริการลูกค้า มีค่า $\alpha = .928$ อยู่ในระดับดีมาก ด้านความปลอดภัยของสินค้า ค่า $\alpha = .914$ อยู่ในระดับดีมาก ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ มีค่า $\alpha = .830$ อยู่ในระดับดี และด้านระดับการตัดสินใจ มีค่า $\alpha = .517$ อยู่ในระดับต่ำ

3.4.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ประกอบด้วย การใช้ F-Test และวิเคราะห์แบบมาวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way-Anova) (ศิริพร จำปาวัลย์, 2554) มีสูตรดังนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way-Anova)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	k-1	SS (B)	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม (W)	n-k	SS (W)	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{k-1}$	
รวม (T)	n-1	SS (T)		

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระได้แก่ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
	SS (B)	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between of Squares)
	SS (W)	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within of Squares)
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between groups)
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within groups)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้วิธีวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยและอภิปรายผลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนา

4.1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกิจกรรมโดจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

4.2 ผลการวิจัยเชิงอนุมาน

4.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

4.2.2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโดจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

4.1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนา

4.1.1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนา สรุปข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย จำนวน 400 คน ได้ข้อมูลสรุปดังนี้

ตารางที่ 4.1 สรุปข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	187	46.8
หญิง	188	47
LGBTQ	25	6.2
2. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	48	12
พนักงานบริษัทฯ	190	47.5
ค้าขาย	71	17.8
ธุรกิจส่วนตัว	81	20.2
อื่นๆ	10	2.5

จากตารางที่ 4.1 สรุปข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ ดังนี้

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

2) อาชีพ 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)

4.1.2 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน

ระยะเวลาขนส่ง ของ Gen X

ระยะเวลาการขนส่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	4.47	0.628	มาก
2.ส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด	4.78	0.595	มากที่สุด
รวม	4.63	0.612	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen X อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$) เมื่อวิเคราะห์แล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในด้านส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) และรองลงมาคือด้านระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\bar{X} = 4.47$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen X

การให้บริการลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง	4.72	0.704	มากที่สุด
2. พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ	4.76	0.587	มากที่สุด
3. ความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.79	0.53	มากที่สุด
รวม	4.76	0.607	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen X อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 4.76$) และพนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.72$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen X

ความปลอดภัยของสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง	4.70	0.710	มากที่สุด
2. การชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย	4.63	0.841	มากที่สุด
3. มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย	4.71	0.691	มากที่สุด
รวม	4.68	0.747	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen X อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านการมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมาคือการรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง ($\bar{X} = 4.70$) และการชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย ($\bar{X} = 4.63$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen X

การให้ข้อมูลติดตามการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย	4.70	0.800	มากที่สุด
2. ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน	4.72	0.687	มากที่สุด
3. มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ใช้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง	4.74	0.610	มากที่สุด
รวม	4.72	0.699	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen X อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ใช้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่งมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) รองลงมาคือ ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน ($\bar{X} = 4.72$) และช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย ($\bar{X} = 4.70$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน
ระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Y

ระยะเวลาการขนส่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	4.12	1.093	มาก
2.ส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด	4.21	1.004	มาก
รวม	4.17	1.049	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Y อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในด้านส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และรองลงมาคือด้านระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\bar{X} = 4.12$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการ
ให้บริการลูกค้า ของ Gen Y

การให้บริการลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง	3.98	1.072	มาก
2.พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ	4.05	1.059	มาก
3.ความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.11	1.006	มาก
รวม	4.05	1.046	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen Y อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือพนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 4.05$) และพนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง ($\bar{X} = 3.98$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen Y

ความปลอดภัยของสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง	3.98	1.129	มาก
2. การชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย	3.81	1.224	มาก
3. มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย	3.98	1.116	มาก
รวม	3.92	1.156	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen Y อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านการมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย ($\bar{X} = 3.98$) และการรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง ($\bar{X} = 3.98$) เท่ากัน รองลงมาคือการชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย ($\bar{X} = 3.81$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen Y

การให้ข้อมูลติดตามการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย	4.09	1.076	มาก
2. ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน	4.20	1.037	มาก
3. มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ใช้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง	4.18	0.998	มาก
รวม	4.16	1.037	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen Y อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบันมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) และมีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ใช้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่งมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย ($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน
ระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Z

ระยะเวลาการขนส่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	4.62	0.527	มากที่สุด
2. ส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด	4.55	0.667	มากที่สุด
รวม	4.59	0.597	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาขนส่ง ของ Gen Z อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในด้านระยะเวลาในการจัดส่งสินค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) และรองลงมาคือส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.55$)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการ
ให้บริการลูกค้า ของ Gen Z

การให้บริการลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง	4.15	0.928	มาก
2. พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ	4.28	0.948	มาก
3. ความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.32	1.015	มาก
รวม	4.25	0.964	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ของ Gen Z อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือพนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 4.28$) และพนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.15$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า ของ Gen Z

ความปลอดภัยของสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง	2.74	1.195	ปานกลาง
2. การชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย	4.21	0.988	มาก
3. มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย	3.72	1.166	มาก
รวม	3.56	1.116	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้าของ Gen Z อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นการชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมา คือ การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง ($\bar{X} = 2.74$)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ของ Gen Z

การให้ข้อมูลติดตามการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย	3.68	1.173	มาก
2. ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน	3.66	1.143	มาก
3. มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ให้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง	3.53	1.295	ปานกลาง
รวม	3.62	1.024	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการของ Gen Z อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) และข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ให้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง ($\bar{X} = 3.53$)

4.2 ผลการวิจัยเชิงอนุมาน

4.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ Gen X, Y และ Z ในเขตปทุมธานี

การวิเคราะห์ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี มาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

H1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ที่มีเพศต่างกัน

Descriptives					
เพศ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ชาย	33	4.15	.906	5.709	.005*
หญิง	55	3.58	.686		
LGBTQ	2	4.00	.000		
รวม	90	3.80	.810		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านเพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H1: เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในเขตปทุมธานี

ดังนั้น จึงทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคู่ผลการทดสอบ เป็นดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)

เพศ	ชาย		หญิง		LGBTQ	
	Mean Difference(I-J)	Sig.	Mean Difference(I-J)	Sig.	Mean Difference(I-J)	Sig.
ชาย	-	-	-.570*	.001*	.152	.788
หญิง			-	-	-.418	.453
LGBTQ					-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่าเพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ที่มีเพศต่างกัน

Descriptives					
เพศ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ชาย	115	4.72	.538	13.261	.000*
หญิง	101	4.41	.636		
LGBTQ	17	4.05	.658		
รวม	233	4.54	.622		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านเพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H1:

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในเขตปทุมธานี ดังนั้นจึงทำการทดสอบด้วยค่าสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคู่ ผลการทดสอบเป็นดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)

เพศ	ชาย		หญิง		LGBTQ	
	Mean Difference(I-J)	Sig.	Mean Difference(I-J)	Sig.	Mean Difference(I-J)	Sig.
ชาย	-	-	.3059*	.000*	.6629*	.000*
หญิง			-	-	.3570*	.022*
LGBTQ					-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่าเพศชาย เพศหญิง และ LGBTQ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ที่มีเพศต่างกัน

Descriptives					
เพศ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ชาย	28	4.43	.690	.381	.685
หญิง	19	4.32	.820		
LGBTQ	6	4.17	.408		
รวม	53	4.36	.710		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านเพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .685 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H0 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ในเขตปทุมธานี

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z มาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ที่มีอาชีพต่างกัน

Descriptives					
อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	-	-	-	5.398	.002*
พนักงานบริษัท	35	3.43	.698		
ค้าขาย	31	4.13	.763		
ธุรกิจส่วนตัว	22	3.86	.834		
อื่นๆ	2	4.50	.707		
รวม	90	3.80	.810		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในเขตปทุมธานี ดังนั้นจึงทำการทดสอบต่อด้วยค่าสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคู่ ผลการทดสอบเป็นดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย
ของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาเป็นรายคู่ (LSD)

อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงานบริษัท		ค้าขาย		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	Mean Difference (I-J)	Sig.	Mean Difference (I-J)	Sig.	Mean Difference (I-J)	Sig.	Mean Difference (I-J)	Sig.	Mean Difference (I-J)	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
พนักงานบริษัท	-	-	-	-	-.700*	.000*	-.435*	.037*	-1.071	.054
ค้าขาย					-	-	.265	.211	-.371	.503
ธุรกิจส่วนตัว							-	-	-.636	.258
อื่นๆ									-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัท อาชีพค้าขาย และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกบริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย
ของ GEN Y ที่มีอาชีพต่างกัน

Descriptives					
อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	2	4.50	.707	1.264	.285
พนักงานบริษัท	150	4.48	.642		
ค้าขาย	28	4.57	.634		
ธุรกิจส่วนตัว	48	4.70	.544		
อื่นๆ	5	4.60	.547		
รวม	233	4.54	.622		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .285 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Y ในเขตปทุมธานี

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ที่มีอาชีพต่างกัน

Descriptives					
อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	45	4.40	.720	.542	.585
พนักงานบริษัท	6	4.17	.753		
ค้าขาย	2	4.00	.000		
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-		
อื่นๆ	-	-	-		
รวม	53	4.36	.710		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 เป็นการทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ในจังหวัดปทุมธานี ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ .585 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงสามารถยอมรับ H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ GEN Z ในเขตปทุมธานี

4.2.2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่างๆ ไปสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความสัมประสิทธิ์ สมการถดถอยพหุคูณ 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 4.23 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 4.24 แสดงค่าความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์ สมการถดถอยพหุคูณ 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 4.24 สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ ดังนี้

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

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

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่า ค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกำหนดให้

Y คือ การเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen Y ในจังหวัด
ปทุมธานี

C คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 2.554 – 4.266 ซึ่งไม่เกิน 10 สรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความสัมพันธ์ สัมการถดถอยพหุคูณ 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 4.25 สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ ดังนี้

$$Y = 4.098 + .541D$$

$$= (4.971) (3.475)$$

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่า ค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 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 มีค่า Sig. เท่ากับ .040 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ได้ค่า Beta ติดลบที่ -.422 ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่งและ

การเลือกใช้บริการฯ โดยตีความหมายได้ว่า เมื่อระยะเวลาขนส่งมากขึ้น ความตั้งใจการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทยจะลดลงไปด้วย เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผลลัพธ์ดังกล่าวอาจมีผลมาจากการตีความคำถามคลาดเคลื่อนจากความหมายที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสาร เช่น ข้อคำถาม ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า โดยผู้ทำวิจัยไม่ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า ระยะเวลาการส่งสินค้าสั้น หรือ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านาน ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามอาจตีความหมายจากประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการที่ไม่ดี จึงตีความว่า ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านาน และให้คะแนน 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ผลที่ได้จึงสะท้อนถึงไม่สอดคล้องเจตนารมณ์ของคำถามกับการตีความหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงส่งผลให้ค่า Beta ติดลบ

เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ต่อ GEN Y มีค่า Sig. เท่ากับ .010 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ได้ค่า Beta ติดลบที่ -.191 สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้า กับการเลือกใช้บริการฯ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผลลัพธ์ดังกล่าวอาจเกิดจากตีความคลาดเคลื่อนของคำถามในหัวข้อ ปัจจัยด้านความภัก्यของสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 3 ข้อย่อย ได้แก่ (1) การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง (2) การชดเชยสินค้าเสียหายจากการขนส่ง และ (3) การมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย โดยข้อคำถามดังกล่าวอาจทำให้กลุ่ม GEN Y ตีความหมายว่าการมีระบบรับประกันสินค้าหรือชดเชยความเสียหายของสินค้านั้น คือการยอมรับว่าบริษัทไปรษณีย์ไทยมีโอกาสมากเกินไปที่สินค้าจะชำรุดเสียหายอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยส่งผลต่อคะแนนของแบบสอบถามในเชิงลบโดยไม่ตั้งใจ และทำให้เกิดค่า Beta ติดลบ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-44 ปี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ

ปัจจัยด้านกิจกรรม 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) การให้บริการ ลูกค้า	4.76	0.607	มากที่สุด	4.05	0.104	มาก	4.25	0.964	มาก
3) ความปลอดภัย ของสินค้า	4.68	0.747	มากที่สุด	3.92	1.156	มาก	3.56	1.116	มาก
4) การให้ข้อมูล ติดตามการบริการ	4.72	0.699	มากที่สุด	4.16	1.037	มาก	4.16	1.037	มาก

จากตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่ง 2) การให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ สรุปได้ดังนี้

GEN X มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน

GEN Y มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน

GEN Z มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านระยะเวลาการขนส่ง และมีระดับความเห็นมากที่สุด ต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า, ด้านความปลอดภัยของสินค้า และด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ

5.1.2 การวิเคราะห์เชิงสถิติเชิงอนุมาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อาชีพและปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านระยะเวลาการขนส่งของ 2) ด้านการให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัย และ 4) ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ได้ผลการทดสอบ ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 5.2 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 5.2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ และด้านอาชีพของ GEN X มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .005 และ .002 ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .040 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศของ GEN Y มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านความปลอดภัยของสินค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Y โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .010 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศและอายุ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .001 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในส่วนของปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย GEN X, Y และ Z แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการลูกค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทยนั้นไม่ได้ยิ่งย่อนไปกว่าการให้บริการของบริษัทขนส่งอื่นๆ ดังนั้น GEN X, Y และ Z จึงไม่ได้นำมาเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในเขตปทุมธานี

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

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

5.2.1.1 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 แก้วเสนห์ใน (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบด้านเพศพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

5.2.1.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ขัดแย้งกับงานวิจัยของบุญกร งามทรัพย์พงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบประชากรด้านอาชีพต่างกัน 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

5.2.2 จากสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 1) ด้านระยะเวลาขนส่ง 2) ด้านการให้บริการลูกค้า 3) ด้านความปลอดภัยของสินค้า และ 4) ด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

5.2.2.1 ปัจจัยด้านระยะขนส่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN X ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนะ พุทธรักษา และพีรภาว ทีวีสุข (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา ผลการทดสอบคุณภาพการนำจ่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

5.2.2.2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN Y ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุฒิ แก้วศรี และคณะ (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ความปลอดภัยของสินค้า ถือเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำ

5.2.2.3 ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลติดตามการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN Z ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียานุช ศิริไพบุณย์ทรัพย์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ในการให้บริการขนส่งสินค้าผู้บริโภครู้สึกว่าต้องการได้รับการที่มีความสะดวก มีระบบข้อมูลการ ตรวจสอบสถานะแบบ Real Time มี Application หรือ website สำหรับการติดตามสถานะสินค้า เพื่อลดความยุ่งยากในการติดต่อกับบริษัทผู้ให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในครั้งต่อไป

5.2.2.4 ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย ของ GEN X,Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ชันยธร ดิณภพ (2565) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ ใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมิน

ทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

5.3.1.1 จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศและอาชีพ ของ GEN X, Y และ Z พบว่า ในกลุ่มผู้ใช้บริการ GEN X เพศชาย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท, ค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว และปัจจัยด้านระยะเวลาการขนส่ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ บริษัทไปรษณีย์ไทย ควรจัดการส่งเสริมการตลาดให้ตรงตามเพศและอาชีพที่กล่าวมาข้างต้น รวมถึงการพัฒนาเกี่ยวกับระยะเวลาการขนส่งให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคน GEN X และช่วยเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการ ขนส่งฯ ให้มากขึ้นอีกด้วย

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

5.3.1.3 ในส่วนของผู้ใช้บริการ GEN Z ปัจจัยด้านความการให้ข้อมูลติดตามการบริการ ผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ เพราะฉะนั้นบริษัทไปรษณีย์ไทยควรพัฒนาเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และขั้นตอนกระบวนการติดตามสินค้าให้ทันสมัยและใช้งานได้ง่าย อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นการเพิ่มโอกาสเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งฯ ของผู้บริโภค GEN Z

5.3.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งถัดไป

5.3.2.1 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงกลุ่มประชากรที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานีเท่านั้น เพราะฉะนั้นในครั้งถัดไปผู้ทำวิจัยควรศึกษากลุ่มประชากรจากเขตพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อความหลากหลายของข้อมูล และกลุ่มตัวอย่าง

5.3.2.2 การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการเน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ หากผู้ที่สนใจที่ศึกษาควรเพิ่มตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งฯ เพื่อให้ผลงานวิจัยมีข้อมูลที่หลากหลาย มีความละเอียดและสะท้อนข้อมูลออกมาได้ในหลากหลายปัจจัย

5.3.2.3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้แบบสอบถามปลายปิด ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไป ผู้ที่สนใจควรใช้เครื่องมือที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ หรือทำแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ความหลากหลายของข้อมูล และยังเป็นการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นอีกด้วย

5.3.2.4 การวิจัยในครั้งนี้นำข้อคำถามและมาตรวัดในแบบสอบถามอาจสื่อความหมายกลับด้านทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตีความในการให้คะแนนกลับด้านเช่นกัน ในการทำวิจัยครั้งถัดไปควรเลือกคำหรือประโยคที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ความสับสน และตีความหมายข้อคำถามกลับด้าน

5.3.2.5 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย เท่านั้น ในอนาคตหากผู้ทำวิจัยต้องการศึกษา ควรเปรียบเทียบการเลือกใช้ขอบริการขนส่งบริษัทอื่นๆ หรือ เปรียบเทียบระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย และบริษัทขนส่งเอกชนอื่นๆ ในกลุ่มผู้ใช้บริการ GEN X,Y และ Z คาดว่าจะได้ข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัทขนส่ง นั้นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Independent Study). สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4382/3/kannika_wong.pdf
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ฐาปนี แก้วเสนห์ไฉน. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (Independent Study). สืบค้นจาก <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1801/1/gs611130246.pdf>
- ณัฐพันธุ์เขรนนันท์. (2551). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงกมล อาริยมิตร. (2557). การตัดสินใจซื้อแหวนเพชรของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร (Master's thesis). สืบค้นจาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:105598
- ดวงนภา เขมะลักษณ์. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดนครพนม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ฉันทธร ดิณภพ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24(1)(มกราคม-เมษายน 2565), 85-95. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/257897/173245>
- นริศรา สุวรรณหงษ์. (2564). ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทขนส่งสินค้าเอกชนของผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ (Master's thesis). สืบค้นจาก <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1459>
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2568). ประวัติของบริษัทไปรษณีย์ไทย. สืบค้นจาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85
- บุษกร งามทรัพย์พงศ์. (2563). การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุนิติภัณฑ์ แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/mmm/is/sat17/6214060037.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ภัทรารุท ตะวันวงศ์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214154575.pdf>
- ภาวิณี พลับไธ, สิริชัย คีเลศ, และชลธิศ ดาราวงษ์. (2565). การตลาดเชิงอารมณ์และประสบการณ์ออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มแฟนคลับชาวไทยผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ศิลปินเกาหลีใต้. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 19(2)(ตุลาคม-ธันวาคม 2565), 188-198. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SPUCJ/article/view/259623/176405>
- ภาวิณี กาญจนภา. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รุ่งตะวัน แซ่พัว. (2560). *การศึกษาพฤติกรรมการออมและการลงทุนของ Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร (Independent Study)*. สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5904010088_8239_7066.pdf
- วราภรณ์ เลาหะสัมพันธพร. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ผู้ดูแลเว็บไซต์ผ่านแอปพลิเคชันผู้ดูแลร้านค้าในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (Independent Study)*. สืบค้นจาก <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17223>
- วิษญาพร ปิ่นสุข. (2567). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการซื้อของจากแอปพลิเคชันออนไลน์ระหว่าง LAZADA และ SHOPEE ของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดสมุทรสาคร (Unpublished Independent Study)*. มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2535). *ความลับองค์การ : พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ดีไลต์.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในงานบริการ 1 = Quality in Services (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศราวุฒิ แก้วศรี, ปรีชา วารัตน์ไชย, และสาโรช เนติธรรมกุล. (2558). คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งผู้โดยสารทางน้ำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*, 8(2)(กรกฎาคม-ธันวาคม 2558), 26-33.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริพร จำปาวัลย์. (2554). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแปปทีนและเบรนฟิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ศิริรัตน์ ญาณปรีชา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลชเอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Independent Study). สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3683>
- สุนทรี พุฒิวร. (2564). การศึกษาแนวทางการจัดทำเอกสารขนส่งสินค้าขาออก กรณีศึกษาบริษัทเอกชนในเขตสীلم กรุงเทพมหานคร. วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร, 22(2)(กรกฎาคม-ธันวาคม 2563), 19-29. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jpcru/article/view/248920/169299>
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2556). ความหมายการตัดสินใจ. สืบค้นจาก www.mua.go.th/users/tqf/hed/news/FilesNews/.../News32_8072552.pdf
- อารียา พรหมปัญญา. (2566). โครงการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://kip.kmitl.ac.th/projects/cln4abram00psqadnhux3is4>
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing* (12th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Mannheim, K. (1893-1947). The Problem of Generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). London: Routledge & Kegan Paul.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

การศึกษา เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย ของ Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ตามข้อเท็จจริงและเป็นไปตามความรู้สึกนึกคิดของตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ผู้วิจัยขอพระคุณอย่างสูงที่ท่านเสียสละเวลาอันมีค่าในการช่วงตอบแบบสอบถามฉบับนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามระดับการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4: ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

☐ 3) LGBTQ

2. อายุ

☐ 1) มากกว่า 12 ปี ถึง 26 ปี

☐ 2) มากกว่า 26 ปี ถึง 44 ปี

☐ 3) มากกว่า 44 ปี ถึง 59 ปี

☐ 4) มากกว่า 59 ปี

3. อาชีพ

- ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา
 ☐ 2) พนักงานบริษัทฯ
☐ 3) ค้าขาย
 ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว
☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	ไม่เห็นด้วย (1)
1) ระยะเวลาการขนส่ง					
1.1 ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า					
1.2 ส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด					
2) การให้บริการลูกค้า					
2.1 พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง					
2.2 พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ					
2.3 ความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงาน					
3) ความปลอดภัยของสินค้า					
3.1 การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง					
3.2 การชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย					
3.3 มีข้อแนะนำเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย					
4) การให้ข้อมูลติดตามการบริการ					
4.1 ช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย					
4.2 ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน					
4.3 มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ใช้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง					

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามระดับการตัดสินใจ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับการตัดสินใจ				
	ใช้ แน่นอน	น่าจะ ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่น่าจะ ใช่	ไม่ใช่ แน่นอน
ในอนาคตอันใกล้ ท่านจะเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทยอีกหรือไม่					

ส่วนที่ 4: ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข

แบบประเมิน ค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมิน ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย : กรณีศึกษา Gen X, Y และ Z ในจังหวัดปทุมธานี

ผู้ศึกษา นาย ยุวพงษ์ เต็งยี่ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้สำหรับผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตอบ ให้ใส่เครื่องหมาย (/) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าคำถามมีความสอดคล้องหรือเหมาะสมเพียงใด

+1 = แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือเหมาะสมหรือไม่

-1 = แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องหรือเหมาะสม

ข้อ	หัวข้อการประเมิน	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	เพศ				3	1
	ชาย	1	1	1		
	หญิง					
	LGBTQ					
2	อาชีพ				3	1
	นักเรียน/นักศึกษา					
	พนักงานบริษัทฯ					
	ค้าขาย	1	1	1		
	ธุรกิจส่วนตัว					
	อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ข้อ	หัวข้อการประเมิน	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	ระยะเวลาการขนส่ง					
	ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	1	1	1	3	1
	ส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด	1	1	1	3	1
2	การให้บริการลูกค้า					
	พนักงานสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยได้ถูกต้อง	1	1	1	3	1
	พนักงานมีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ	1	1	1	3	1
	ความเป็นมืออาชีพและรวดเร็วในการปฏิบัติงานของพนักงาน	1	1	0	2	0.67
3	ความปลอดภัยของสินค้า					
	การรับประกันสินค้าเสียหายจากการขนส่ง	1	1	0	2	0.67
	การชดเชยกรณีสินค้าเกิดความเสียหาย	1	1	1	3	1
	มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย	1	1	1	3	1
4	การให้ข้อมูลติดตามการบริการ					
	ช่องทางสำหรับติดตามการขนส่งใช้งานง่าย	1	1	1	3	1
	ข้อมูลการติดตามการขนส่งอัปเดตตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน	1	1	1	3	1
	มีข้อมูลผู้ขนส่งให้ผู้ให้บริการติดต่อได้ในขณะขนส่ง	1	1	0	2	0.67

ข้อ	หัวข้อการประเมิน	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
1	ในอนาคตอันใกล้ท่านจะ เลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทยอีกหรือไม่	1	1	1	3	1



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ยุวพงษ์ เต็งยี่
วัน เดือน ปีเกิด	19 เมษายน 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, 2561 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, 2567
ที่อยู่ปัจจุบัน	28/838 ถนนเลียบคลองสาม ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

