

ส่วนประสมการตลาดบริการ คุณภาพบริการ ประสิทธิภาพที่ได้รับและความภักดีของการใช้บริการขนส่งพัสดุด้วยภายในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น Z ในจังหวัดภูเก็ต
Service marketing mix, service quality, perceived performance and loyalty in using domestic express parcel delivery services of generation Z in Phuket

ประภัสสร เป็งสุทะ, อาทิตย์ สะไบบาง, จิตสุภา เมืองแมน, กิตติพงษ์ ครุฑทรง, และศิริวิทย์ ศิริรักษ์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Praphatsorn Pengsutha, Arthit Sabaibang, Jitsupa Maungman,
Kittipong Krootsong, and Sirawit Sirirak
Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

Abstract

The purposes of this research were to study the personal characteristics and usage behavior of domestic express service users of service users Generation z in Phuket and to study the service marketing mixes, the service quality, the efficiency obtained by service users and the loyalty of using domestic express services. of service users Generation z in Phuket. The sample used in the research was people who use domestic express parcel delivery services In Phuket, aged 15-30 years, 400 people. The research tool was an online questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation. The research findings were as follows: the majority of respondents are female, aged 20-24, with a college education, and most of them are students or unemployed with a monthly income of less than 5,000 Baht. The majority of respondents use KERRY EXPRESS for delivering items such as clothes, jewelry, and shoes. They utilize the service 2-4 times per month, with an average of 1 envelope/box per delivery. The service is most commonly used between 14:01 to 16:00, with an expenditure of 50-100 Baht per transaction. The main reason for using the service is its proximity to their home or workplace, and they are influenced primarily by themselves. Regarding the marketing mix factors, service quality, service efficiency, and user satisfaction towards the usage of express courier services among Gen Z users in Phuket province, the results show a high level of perception.

Keywords: Marketing Mix, Quality Gained, Performance Gained, Loyalty

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ประสงค์ ได้แก่ เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุของผู้ใช้บริการขนส่งด้วยภายในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตและเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และประสิทธิภาพที่ได้รับของผู้ใช้บริการต่อความภักดีของการใช้บริการขนส่งด้วยภายในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่ใช้

บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศ ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีอายุ 15 – 30 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-24 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่ง KERRY EXPRESS ประเภทสินค้าที่จัดส่งคือ เสื้อผ้า เครื่องประดับ รองเท้า มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนหน่วยใช้บริการต่อครั้งคือ 1 ซอง /กล่อง ใช้บริการเวลา 14.01 -16.00น. จำนวนเงินที่ใช้บริการคือ 50 -100 บาท ใช้บริการเพราะ ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการคือ ตนเอง ความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยประสิทธิภาพที่ได้รับและปัจจัยความภักดีของการใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพที่ได้รับ ประสิทธิภาพที่ได้รับ ความภักดี

1. บทนำ

ธุรกิจทางด้านโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างใกล้ชิด เนื่องจากเป็นตัวช่วยสนับสนุนธุรกิจทางการค้าและบริการทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม ตั้งแต่การผลิตสินค้าจนถึงกระบวนการสุดท้าย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเรื่องคุณภาพ การจัดการเวลา และต้นทุนทั้งต้นทุนทางตรงและทางอ้อม (กันหา พงษ์พิงศกร. 2564) การจัดการโลจิสติกส์เป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการเปรียบเทียบเพื่อหาความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่ง ธุรกิจเริ่มมีความรุนแรงในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น โดยสืบเนื่องมาจากการเปิดเสรีการค้า ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องจัดการกับต้นทุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค รวมถึงการจัดการกระบวนการขนส่งสินค้าและบริการ และต้องคำนึงถึงความสำคัญของต้นทุนในการแข่งขัน เพื่อสร้างรายได้เปรียบและความแตกต่างทางการแข่งขัน หากผู้ประกอบการสามารถจัดการด้านต้นทุนให้มีประสิทธิภาพได้ จะส่งผลให้การแข่งขันมุ่งเน้นไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงประสิทธิภาพและคุณภาพที่ได้รับ (ฐาปณี เรื่องศรีโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. 2563)

สังคมในปัจจุบันต้องการความสะดวก รวดเร็ว ทางด้านขนส่งสินค้าต่าง ๆ ทั้งในส่วนของภาคเอกชน บุคคล ร้านค้า ธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจถึงธุรกิจ ธุรกิจถึงบุคคล และบุคคลส่งถึงบุคคล เพื่อให้สินค้าสามารถส่งถึงผู้รับได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายในการส่งสินค้า และสิ่งที่สำคัญด้านการขนส่งคือต้องมีคุณภาพ และประสิทธิภาพต่อผู้บริโภค ธุรกิจบริการด้านการขนส่งเป็นตัวเลือกอย่างหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ได้ครบถ้วน เช่น ด้านการให้บริการการเข้าถึงการใช้บริการ การสื่อสาร และระบบสารสนเทศ (มณีรัตน์ เกษรและ ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจจา. 2565) Generation Z หมายถึงกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1997 ถึงปี 2012 ซึ่งเป็นคนรุ่นล่าสุดหลังจาก Millennials มีลักษณะเป็นคนที่เก่งในการใช้เทคโนโลยีและสื่อสารออนไลน์ มีความเป็นกลุ่มที่เน้นความคิดริเริ่ม มีความต้องการเสรีภาพในการทำงานและการตัดสินใจ มักให้ความสำคัญกับเรื่องความยืดหยุ่นในการทำงาน การสร้างความร่วมมือและความเป็นอิสระ การทำความเข้าใจ Generation Z เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้เข้ากับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนี้ในยุคปัจจุบัน คนรุ่น Z มักมีความชอบที่จะใช้บริการส่งพัสดุภายในประเทศในประเทศไทยเนื่องจากมีหลากหลายประโยชน์และความสะดวกสบายที่ตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้อย่างดีเยี่ยม อย่างแรกคือความรวดเร็วในการจัดส่งซึ่งทำให้พวกเขาสามารถรับพัสดุได้ในเวลาที่รวดเร็ว มีระบบติดตามสถานะพัสดุที่ให้บริการช่วยในการตรวจสอบสถานะและสถานที่ของพัสดุได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้พวกเขามั่นใจว่าพัสดุจะถูก

ส่งถึงและรับได้ทันเวลา รวมถึงมีราคาที่เหมาะสม ทำให้สามารถใช้บริการได้บ่อยครั้งโดยไม่ต้องมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่สูง นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของคนรุ่น Z ที่เน้นการใช้ชีวิตที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้บริการส่งพัสดุในประเทศของพวกเขาส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการนี้สูงขึ้น ทำให้คนรุ่น Z เลือกใช้บริการส่งพัสดุภายในประเทศเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

บริการขนส่งพัสดุด่วนภายในประเทศเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย เนื่องจากภูมิภาคนี้มีสภาพภูมิอากาศทางทะเลและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก การขนส่งพัสดุที่มีความเร่งด่วนเป็นสิ่งสำคัญในการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าในเวลาที่กำหนด ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจออนไลน์มีความสำเร็จอย่างดีและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่ต้องการ การขนส่งด่วนยังส่งผลให้ธุรกิจในพื้นที่ภูเก็ตสามารถแข่งขันกับธุรกิจในพื้นที่อื่น ๆ ได้อย่างดี เนื่องจากสามารถให้บริการส่งสินค้าได้ทันเวลาและมีความน่าเชื่อถือในการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ การให้บริการขนส่งด่วนยังเป็นแหล่งรายได้สำคัญสำหรับพื้นที่ภูเก็ต ซึ่งมีผู้ที่มาเที่ยวและทำธุรกิจในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริการขนส่งพัสดุด่วนเป็นสิ่งที่สำคัญและมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจและส่งเสริมธุรกิจในพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการ คุณภาพบริการและประสิทธิภาพที่ได้รับต่อความภักดีของการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน ผู้บริโภคบางคนอาจขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ คุณภาพทางด้านความปลอดภัยของพัสดุ การให้บริการ รวมไปถึงประสิทธิภาพ จึงเกิดจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการทำวิจัย เพื่อวิเคราะห์คุณภาพ และประสิทธิภาพในการใช้บริการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมความภักดีของการใช้บริการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการ คุณภาพบริการและประสิทธิภาพที่ได้รับต่อความภักดีของการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนภายในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการขนส่ง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุของผู้ใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ต
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการปัจจัยประสิทธิภาพที่ได้รับและปัจจัยความภักดีของการใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ต

3. วิธีดำเนินการ

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศ ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีอายุ 15 – 30 ปี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา จึงเลือกใช้สูตรของ W.G. Cochran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง โดยได้กำหนดความแปรปรวนสูงสุดคือ $p = 0.5$ และ $1 - p = 0.5$ ยอมรับ ความคลาดเคลื่อนได้ในขอบเขตร้อยละ 5 ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในงานวิจัยนี้ เท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาด จึงเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

3.3 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการปัจจัยประสิทธิภาพที่ได้รับและปัจจัยความภักดี

3.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุ ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 4 คุณภาพบริการในการใช้บริการขนส่ง ส่วนที่ 5 ประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้บริการขนส่ง และส่วนที่ 6 ความภักดีในการใช้บริการขนส่ง

แบบสอบถามสร้างตามกรอบแนวคิดในการวิจัยและนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเพื่อขอคำแนะนำปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม แล้วนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด ไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบราก พบว่าค่าความเชื่อมั่นทุกกลุ่มมากกว่า 0.7

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การกำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็นข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพที่ได้รับ และประสิทธิภาพที่ได้รับ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยทำการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์เอกสารวิจัยเชิงวิชาการต่างๆ และข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้
3. การรวบรวมแบบสอบถาม ทำให้การตรวจสอบข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ได้แก่ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพบริการ ประสิทธิภาพที่ได้รับ ตลอดจนระดับความพึงพอใจในส่วนของคุณภาพภักดี ใช้วิธีคิดของ Likert Scale เป็นเกณฑ์ในการแปลผลโดยกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	คือ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	คือ มาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	คือ ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.18 – 2.60	คือ น้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	คือ น้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย/ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.8 ส่วนใหญ่อายุ 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ อายุ 25-29 ปี

คิดเป็นร้อยละ 21.5 และ อายุ 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.5 ซึ่งมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.3 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอาชีพอิสระ/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 14.0 ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 58.5 ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.2

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งพัสดุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่ง KERRY EXPRESS มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ FLASH EXPRESS คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 16.5 ซึ่งประเภทสินค้าที่จัดส่งคือ เสื้อผ้า เครื่องประดับ รองเท้า คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ 5-7 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ส่วนใหญ่มีจำนวนหน่วยใช้บริการต่อครั้งคือ 1 ซอง /กล่อง คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 2 -3 ซอง /กล่อง คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ 4 -6 ซอง /กล่อง คิดเป็นร้อยละ 13.8 ส่วนใหญ่ใช้บริการเวลา 14.01 -16.00น. คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 12.01 -14.00น. คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 10.01 -12.00น. คิดเป็นร้อยละ 18.0 ซึ่งจำนวนเงินที่ใช้บริการคือ 50 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ 101 -200 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ น้อยกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.8 ส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะ ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ เดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีหลายสาขาให้เลือกบริการ คิดเป็นร้อยละ 16.0 ซึ่งผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ คนรู้จัก(ในกลุ่มผู้ค้าออนไลน์) คิดเป็นร้อยละ 16.8

4.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนภายในภายในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านราคาค่าบริการ ด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และด้านลักษณะกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

4.4 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการในการใช้บริการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในการใช้บริการขนส่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

โดยปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในการใช้บริการขนส่งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

4.5 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้บริการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้บริการขนส่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพที่ได้รับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

โดยปัจจัยด้านประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้บริการขนส่งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านความรวดเร็วทันเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือปัจจัยด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ ปัจจัยด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ ปัจจัยด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.14

4.6 ปัจจัยด้านความภักดีในการใช้บริการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความภักดีในการใช้บริการขนส่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีในการใช้บริการขนส่งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

โดยปัจจัยความภักดีในการใช้บริการขนส่งในการใช้บริการขนส่งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทัศนคติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

5. สรุปผลและอภิปรายผล

5.1 สรุปผล

จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1) ผู้ที่ใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศ ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีอายุ 15 – 30 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-24 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่ง KERRY EXPRESS ประเภทสินค้าที่จัดส่งคือ เสื้อผ้า เครื่องประดับ รองเท้า มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนหน่วยใช้บริการต่อครั้งคือ 1 ซอง /กล่อง ใช้บริการเวลา 14.01 -16.00น. จำนวนเงินที่ใช้บริการคือ 50 -100 บาท ใช้บริการเพราะใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการคือ ตนเอง

2) ความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการปัจจัยประสิทธิภาพที่ได้รับและปัจจัยความภักดีของการใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก

5.2 อภิปรายผล

จากผลงานวิจัยสามารถทำการอภิปรายผลได้ดังนี้

1.จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยประสิทธิภาพที่ได้รับและปัจจัยความภักดีของการใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันหา พงษ์พิงศกร (2564) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยประสิทธิภาพการขนส่งและปัจจัยการตัดสินใจใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

2.จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการใช้บริการขนส่งด่วนในประเทศ ของผู้ใช้บริการเจนเนอเรชั่น z ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ เกษรและ ชิมโสณ วิสิฐนุธิกจิภา. (2565) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสม

การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนนำเข้าส่งออกในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของผู้ที่มาใช้บริการตัวแทนนำเข้าส่งออกที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เช่นเดียวกัน

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ควรรักษามาตรฐานของพนักงาน เช่น คำพูดที่แสดงออกด้วยน้ำเสียงที่เป็นมิตร จัดกิจกรรมพิเศษหรือประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่ให้ผู้มาใช้บริการทุกเพศทุกวัยไม่จำกัดอาชีพหรือระดับการศึกษา เพื่อร่วมกิจกรรมด้วยกัน ทำให้บริษัทสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและรู้สึกถึงการดูแลเอาใจใส่

2. ควรมีอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการมากควรจัดทำป้ายหรือโปสเตอร์ชี้แจงเกี่ยวกับรายละเอียดอัตราค่าส่งให้ชัดเจน แนะนำหรืออบรมพนักงานให้มีมาตรฐานในการบริการเท่าเทียมกัน

3. ควรมีการพัฒนาระบบตรวจสอบให้แน่ชัดว่า ปัจจุบันการขนส่งนั้นอยู่ตำแหน่งใดเพื่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และพัฒนาระบบขนส่งพัสดุให้มีความทันสมัยและได้มาตรฐาน

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับความภักดีของการใช้บริการ เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญเนื่องจากผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยหลากหลายในการตัดสินใจ

2. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่องทางอื่นๆ นอกจากแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย และสามารถนำไปขยายผลเพื่ออธิบายข้อมูลได้มากขึ้น

3. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อค้นหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุง บริการได้ดียิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

กันหา พงษ์พิงศกร. (2564). การศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม

ฐาปณี เรืองศรีโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2563). ปัจจัยเสริมสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อสมรรถนะการให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนของผู้ให้บริการโลจิสติกส์. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาปีที่ 14ฉบับที่ 2(เมษายน-มิถุนายน2563)

ณิชภัทร บัวแก้ว. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

มณีนรัตน์ เกษรและ ชิมไสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2565). ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนนำเข้าส่งออก. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีที่ 6ฉบับที่ 2พฤษภาคม-สิงหาคม