

การศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย
จังหวัดนครสวรรค์*

A STUDY OF SERVICE QUALITY AND TRANSPORTATION EFFICIENCY
AFFECTING DECISION TO USE REPEAT SERVICES OF THAI
POST SERVICE USERS, NAKHON SAWAN PROVINCE

กันหา พฤทธิ์พงศกร

Kanha Pharitongsakorn

มหาวิทยาลัยภาคกลาง

The University of Central Thailand, Thailand

E-mail: kanha1514@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ และ 3) เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 5 แห่ง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ ห้างร้านและนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่งแบบด่วนพิเศษเป็นรูปแบบการบริการที่ใช้เป็นประจำมากที่สุด และมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ เดือนละ 1 ครั้ง 2) คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีความสัมพันธ์

* Received 23 November 2020; Revised 3 January 2021; Accepted 6 January 2021



และผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ด้านความประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความแน่นอนและเชื่อถือได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ประสิทธิภาพการขนส่ง, การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ, ไปรษณีย์ไทย

Abstract

The objectives of this research were to 1) To know the personal information of users of Thailand Post Service in Nakhon Sawan Province 2) To know the relationship between service quality of Thai Post Office in Nakhon Sawan Province and the decision to use repeat services of thai post service users. 3) To know the relationship between the transportation efficiency of the Thai Post Office, Nakhon Sawan Province and the decision to use repeat services of thai post service users. This is a Quantitative Research (survey research). The research samples were 400 consumer of Thai Post Office service in Nakhon Sawan Province. The data were collected from September to October 2020 by Questionnaires. The research instrument was a questionnaire from which the collected data were analyzed using Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation and Multiple Linear Regression Analysis (Enter method) with the statistical significance level at 0.05. The results showed that 1) The sample mostly were females, those aged from 20 - 35 years. Most of them graduated with bachelor's degree level. Most of the users are company employee and students. They received monthly income of lower 15,000 baht, the most popular postal services that they are often use are express delivery. They are delivery parcel by Thai Post Office in Nakhon Sawan Province once a month. 2) Quality of Service of Thai Post Office in Nakhon Sawan Province in terms of Equitable Service, Continuous Service, and Progressive Service was a relationship and a positive impact on the decision to use repeat services of thai post service users at the significant level of 0.05. 3) Transportation efficiency of Thailand Post, Nakhon Sawan Province in terms of Economy, Safety, Convenient, and Certainty &

Punctuality was a relationship and a positive impact on the decision to use repeat services of Thai Post service users at the significant level of 0.05.

Keywords: Service Quality, Efficiency of Transportation, Revisiting, Thai Post Service

บทนำ

ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2423 ที่ก่อตั้งไปรษณีย์ขึ้นในประเทศไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงสังกัดหน่วยงานและที่ตั้งมาโดยตลอด จนถึงปี พ.ศ. 2546 จากนโยบายรัฐบาลที่ต้องการประสิทธิภาพรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่าภาคเอกชน ซึ่ง กสท. เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรรูป กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคม และพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการปฏิรูปกิจการไปรษณีย์ นำสู่บริการที่ตอบสนองทุกความต้องการของประชาชน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน มีรายได้ที่เลี้ยงตัวเองเองได้ตลอดไป (ไปรษณีย์ไทย, 2563) แต่อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง [Internet of Things (IoT)] เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่สำคัญมากในยุคดิจิทัล (Digital) เริ่มเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภาคธุรกิจและสังคม รวมถึงธุรกิจบริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์

อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง [Internet of Things (IoT)] ทำหน้าที่เชื่อมประสานระหว่างข้อมูล ผู้รับและผู้ส่งสามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้ถึงกันทั่วทุกมุมโลกด้วยต้นทุนต่ำและรวดเร็วจนกลายเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ผู้ให้บริการไปรษณีย์ในประเทศต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง [Internet of Things (IoT)] ที่ทำให้เกิดทดแทนการให้บริการนำส่งจดหมายและสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งผู้ประกอบการเอกชนที่ให้บริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์มีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งทำให้การดำเนินธุรกิจของการไปรษณีย์มีความยากลำบากมากขึ้น (สมฤทธิ์ จานงค์, 2559) อีกทั้งจำนวนธุรกิจรับส่งเอกสารและสิ่งของมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าผ่านรูปแบบการซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์จึงสามารถขายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง [Business to Customer (B2C)] (สมบูรณ์ ไอรินย์, 2561) จากการคาดการณ์การขนส่งพัสดุในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 4,000,000 ชิ้นต่อวัน โดยการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น เทศกาลช้อปปิ้งเอาใจคนโสด 11.11 ของ Lazada, 12.12 Birthday Sale ของ Shopee และ Black Friday ของ Shop back จะส่งผลให้ยอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกกว่า 1,000,000 ชิ้นต่อวัน



(EIC, 2563)จากการขยายตัวของธุรกิจ e - Commerce ส่งผลให้ผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ซึ่งมีหน้าที่เป็นสื่อกลางมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นทุกปี ผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์รูปแบบใหม่จึงเข้ามาแข่งขันเพื่อแบ่งส่วนทางการตลาด (Market share) ก่อให้เกิดสถานการณ์แข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น (กมลรัตน์ โยธานันต์, 2562)

การเปิดรับข่าวสารและการติดต่อสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์อันจะทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในชีวิตของมนุษย์ เทคโนโลยีในการสื่อสารปัจจุบันทำให้ผู้ใช้บริการสามารถหาข้อมูลของผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจใช้บริการ ได้ผ่านสื่อโทรทัศน์และระบบอินเทอร์เน็ต (ปฐพล มิ่งขวัญ และโชติมา แก้วกรอง, 2558) จากการศึกษาของ นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎา เขียววัฒนสุข พบว่า การให้บริการของพนักงาน การบริการที่รวดเร็ว ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสร้างสื่อโฆษณา เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎา เขียววัฒนสุข, 2562) ดังนั้น ผู้ให้บริการรายใดที่ให้บริการไม่ได้มาตรฐาน ความล่าช้าในการจัดส่ง ละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ จะได้รับผลกระทบ ต่อชื่อเสียง ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (ปาริชาติ ชวนรักธรรม และคณะ, 2563) ซึ่งนำไปสู่ คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในการขนส่ง ที่เป็นตัวแปรหลักที่อาจทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่งในการขนส่ง ครั้งต่อไป หรือการตัดสินใจใช้บริการซ้ำหากมีความพึงพอใจการหลังได้รับบริการ ไปรษณีย์ไทย ได้สำรวจความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการในปี พ.ศ. 2562 จากการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ จำนวน 4,600 คน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เท่ากับ 4.47 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ที่ได้คะแนน เท่ากับ 4.41 (ไปรษณีย์ไทย, 2563) ผู้ประกอบการบริการไปรษณีย์ คือ ไปรษณีย์ไทย จึงจำเป็นต้องปรับตัวในทุกด้าน เช่น พัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถขนส่งสินค้าและพัสดุได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และหลากหลาย และการให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า (Customer Service) ให้มากขึ้น (กันยากาญจน์ จันทรเหลียม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม, 2561) จากการศึกษาของ นิชมน สาริพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ พบว่า องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ เพื่อให้เลือกใช้บริษัทขนส่งเพื่อให้ได้ประโยชน์ต่อธุรกิจสูง ได้แก่ 1) เครื่องจัดส่งสินค้าอัตโนมัติ เพื่อลดเวลาในการรอคิวเข้ารับบริการ การมีตู้จัดส่งอัตโนมัติจะทำให้ผู้มาเข้ารับบริการสามารถดำเนินการด้วยตัวเองได้ โดยเครื่องสามารถชั่งน้ำหนัก เลือกการบริการที่ต้องการ ออกบาร์โค้ด สำหรับส่งสินค้า ชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตและจ่ายเงินทอนได้ ออกใบเสร็จได้ และ 2) ระบบสมาชิก เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ การทำระบบสมาชิกจะทำให้ผู้เข้าใช้บริการรู้สึกถึงความพิเศษที่มากกว่าลูกค้าทั่วไปส่งผลให้มีการเข้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการสะสมแต้ม

แลกของรางวัล มีส่วนลดค่าจัดส่งเนื่องจากการเป็นสมาชิก สามารถยื่นบัตรสมาชิกและใช้บริการได้เลยไม่เสียเวลาในการหยิบบัตรประชาชน หยิบเงินสด ซึ่งในบัตรสมาชิกอาจมีบาร์โค้ด (Bar Code) ที่บันทึกชื่อและรายละเอียดของผู้ถือบัตร และสามารถเติมเงินในบัตรได้ (ณิชนน สาริพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ, 2562)

จากที่ได้กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจและให้ความไว้วางใจกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพียงใด ข้อมูลที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งช่วยในการในการวางแผนกำหนดรูปแบบการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด อันเป็นผลประโยชน์ของธุรกิจจากการได้รับจากความภักดีของลูกค้า และการเก็บรักษาความตั้งใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าไว้ (Hellier, P. K. et al., 2003) ส่งผลให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์รูปแบบใหม่ได้ในอนาคต

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ โดยงานวิจัยได้กำหนด 3 ตัวแปร ได้แก่ 1. ตัวแปรประสิทธิภาพการบริการ ได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ ราณี ศรีไพบูลย์ และคณะ เรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด เกี่ยวกับคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ 2. ประสิทธิภาพการขนส่ง ได้แก่ ความเร็ว ความประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความแน่นอนเชื่อถือได้ (ราณี ศรีไพบูลย์ และคณะ, 2563) โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ สุภาพร สอนอินทร์ และพินันทา โรจน์รัตน์ศิริกุล เรื่องความพึงพอใจของบริษัทตัวแทนผู้ขนส่งสินค้าทางอากาศต่อการให้บริการงานขนส่งสินค้าทางอากาศ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับการบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภคร/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และ



3. ตัวแปรการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (สุภาพร สอนอินทร์ และพินันทา โรจนรัตน์ศิริกุล, 2558) โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ กฤษดา เขียววัฒนสุข และสมพล พุ่งหว่า เรื่องผลของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ให้บริการขนส่ง เกี่ยวกับคุณภาพบริการที่ที่จะมีส่วนในการสร้างคุณค่าตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญ ช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าของตนเองไว้ได้ในระยะยาวและทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี (กฤษดา เขียววัฒนสุข และสมพล พุ่งหว่า, 2562)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ คนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยนำมาจากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรจังหวัดนครสวรรค์ ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จำแนกตามเพศและเขตการปกครอง (สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์, 2563) ได้แก่ เพศชาย จำนวน 517,723 คน และเพศหญิง จำนวน 542,164 คน รวมทั้งสิ้น 1,059,887 คน โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 5 แห่ง เนื่องจากทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรจากตาราง Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ทั้งเพศชายและหญิง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดจึงทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มีกลุ่มตัวอย่างหนาแน่น ได้แก่ ไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ที่ทำการไปรษณีย์ไปรษณีย์สวรรค์วิถี

ที่ทำการไปรษณีย์ไปรษณีย์จิปะวดี ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์ไปรษณีย์นครสวรรค์ ที่ทำการไปรษณีย์ไปรษณีย์บึงขังนครสวรรค์ 2 ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ออกแบบสอบถามตามหลักทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามโดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบคำถามที่ให้เลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale)

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale)

ตอนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ เป็นแบบคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จาก ผู้เชี่ยวชาญ โดยนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับมากกว่า 0.6 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย พร้อมกับตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 จึงได้นำไปเป็นผลของงานวิจัย

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ โดยวิธีการแจกแบบสอบถาม และส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ ข้อมูลประสิทธิภาพการขนส่ง และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ แสดงผลเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



5.2 ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ของผู้ใช้บริการ

$$5.3 \text{ สมการ } Rev = \beta_0 + \beta ES + \beta TS + \beta AS + \beta CS + \beta PS + \Sigma$$

เมื่อ Rev แทน การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Revisiting)

ES แทน การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service)

TS แทน การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely Service)

AS แทน การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)

CS แทน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)

PS แทน การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

5.4 ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ของผู้ใช้บริการ

$$5.5 \text{ สมการ } Rev = \beta_0 + \beta SP + \beta EC + \beta SF + \beta CO + \beta CP + \Sigma$$

เมื่อ Rev แทน การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Revisiting)

SP แทน ความเร็ว (Speed)

EC แทน ความประหยัด (Economy)

SF แทน ความปลอดภัย (Safety)

CO แทน ความสะดวกสบาย (Convenient)

CP แทน ความแน่นอนและเชื่อถือได้ (Certainty and Punctuality)

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมาเพศชายจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 20 – 35 ปีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาอายุ 36 – 50 ปีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และมีอายุ 50 ปี ขึ้นไปจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 186 คนคิดเป็นร้อยละ 46.50

รองลงมาจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ **ด้านอาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และนักเรียน/นักศึกษา 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมาเป็นรับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 15.00 และพ่อบ้านแม่บ้านจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ **ด้านรายได้** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมามีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 และมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ **ด้านรูปแบบการบริการที่ใช้เป็นประจำ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการส่งแบบด่วนพิเศษจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาใช้บริการส่งแบบธรรมดาจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ส่งแบบมีหลักฐานจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ใช้บริการไปรษณีย์เก็บเงินปลายทางจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และใช้บริการส่งของใหญ่จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ และ**ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้งจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาใช้บริการเดือนละ 2 - 3 ครั้งจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ใช้บริการสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้งจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และใช้บริการทุกวันและเกือบทุกวันจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 1 การทดสอบค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ของคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ตัวแปร	Mean	S.D.	Tolerance	VIF
การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	4.1515	.76774	-	-
การให้บริการอย่างเท่าเทียม (ES)	4.3900	.73944	.359	2.782
การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (TS)	4.2325	.74403	.272	3.670
การให้บริการอย่างเพียงพอ (AC)	4.2775	.70034	.275	3.635
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (CS)	4.2313	.74568	.382	2.615
การให้บริการอย่างก้าวหน้า (PS)	4.2488	.74675	.393	2.546



จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรมีค่าไม่ใกล้ 0 และค่าสถิติ VIF ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัว ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นตัวแปรที่อิสระต่อกัน ซึ่งถือว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 2 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์กับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

Pearson Correlation	Rev	ES	TS	AS	CS	PS
การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	-	.587*	.552*	.593*	.647*	.606*
การให้บริการอย่างเท่าเทียม (ES)	.587	-	.777*	.727*	.567*	.590*
การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (TS)	.552	.777*	-	.802*	.596*	.624*
การให้บริการอย่างเพียงพอ (AC)	.593	.727*	.802*	-	.685*	.656*
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (CS)	.647*	.567*	.596*	.685*	-	.739*
การให้บริการอย่างก้าวหน้า (PS)	.606*	.590*	.624*	.656*	.739*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ทั้ง 5 ด้าน ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (CS) มีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา การให้บริการอย่างก้าวหน้า (PS) การให้บริการอย่างเพียงพอ (AC) การให้บริการอย่างเท่าเทียม (ES) และการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (TS) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์	การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	Sig.
ค่าคงที่ (a)	.500	.008*
การให้บริการอย่างเท่าเทียม (ES)	.257	.000*
การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (TS)	-.008	.904
การให้บริการอย่างเพียงพอ (AS)	.092	.217
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (CS)	.343	.000*
การให้บริการอย่างก้าวหน้า (PS)	.168	.004*

Enter: R = .711 / $R^2 = .505$ / $SE_{est} = .54346$ / $F = 80.458$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (ES) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (CS) และการให้บริการอย่าง

ก้าวหน้า (PS) มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายถึงอิทธิพลตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 71.10 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4 การทดสอบค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ของประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์

ตัวแปร	Mean	S.D.	Tolerance	VIF
การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	4.1515	.76774	-	-
ความเร็ว (SP)	4.2838	.72814	.332	3.015
ความประหยัด (EC)	4.0013	.83957	.367	2.726
ความปลอดภัย (SF)	4.1938	.78478	.311	3.215
ความสะอาดสบาย (CO)	4.1738	.79104	.357	2.802
ความแน่นอนและเชื่อถือได้ (CP)	4.3500	.76581	.286	3.499

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรไม่ใกล้ 0 และค่าสถิติ VIF ของตัวแปรไม่ต่ำกว่า 10 ทุกตัว ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นตัวแปรที่อิสระต่อกัน ซึ่งถือว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 5 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์กับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

Pearson Correlation	Rev	SP	EC	SF	CO	CP
การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	-	.637*	.627*	.679*	.694*	.724*
ความเร็ว (SP)	.637*	-	.712*	.740*	.615*	.716*
ความประหยัด (EC)	.627*	.712*	-	.716*	.651*	.578*
ความปลอดภัย (SF)	.679*	.740*	.716*	-	.660*	.737*
ความสะอาดสบาย (CO)	.694*	.615*	.651*	.660*	-	.757*
ความแน่นอนและเชื่อถือได้ (CP)	.724*	.716*	.578*	.737*	.757*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า พบว่า ประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 5 ด้าน ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีด้านความแน่นอนและเชื่อถือได้ (CP) มีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา ความสะอาดสบาย (CO) ความปลอดภัย (SF) ความเร็ว (SP) และความประหยัด (EC) ตามลำดับ



ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทย
จังหวัดนครสวรรค์ที่ต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์	การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (Rev)	
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	Sig.
ค่าคงที่ (a)	.450	.004*
ความเร็ว (SP)	.053	.352
ความประหยัด (EC)	.143	.003*
ความปลอดภัย (SF)	.142	.010*
ความสะดวกสบาย (CO)	.213	.000*
ความแน่นอนและเชื่อถือได้ (CP)	.325	.000*

Enter: R = .785 / R² = .616 / SE_{Est} = .47862 / F = 126.531

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ ด้านความประหยัด (EC) ความปลอดภัย (SF) ความสะดวกสบาย (CO) และความแน่นอนและเชื่อถือได้ (CP) มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายถึงอิทธิพลตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 78.50 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์งานวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 35 ปี ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านและนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มาใช้บริการประเภทส่งแบบด่วนพิเศษเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพล โรจน์จึงประเสริฐ และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจา เรื่องคุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ ในด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (วรพล โรจน์จึงประเสริฐ และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจา, 2563)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ พบว่า คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า เนื่องจากการให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์และไม่มีการให้บริการ



เป็นบุคคลใดเป็นพิเศษในฐานะรู้จักเป็นการส่วนตัว แต่ผู้ใช้บริการทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์ที่ไพรศณีย์ไทยกำหนดในสภาพที่เหมือนกัน การอบรมพนักงานให้มีมาตรฐานการให้บริการที่เหมือนกัน การนำอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยมาใช้อย่างส่งผลเป็นรูปธรรมต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวานนท์ จันทระประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร เรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไพรศณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง ในด้านความภักดีด้านพฤติกรรมในด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (ศิวานนท์ จันทระประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร, 2562) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา สิทธาจารย์ เรื่องภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากให้บริการในสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือการให้บริการเกินความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และความพึงพอใจในการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพดีเลิศ ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ และกลับมาใช้บริการซ้ำหรือเกิดการบอกต่อ (ชนิษฐา สิทธาจารย์, 2562)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไพรศณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ พบว่า ประสิทธิภาพการขนส่งของไพรศณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ในด้านความประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความแน่นอนและเชื่อถือได้ เนื่องจากการส่งมอบไพรศณีย์และพัสดุภัณฑ์ ตั้งแต่ที่ทำการต้นทางจนถึงที่ทำการปลายทางได้อย่างประหยัดในต้นทุนการขนส่งส่งผลให้ประหยัดราคาค่าบริการ ปลอดภัยของวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนส่งส่งผลต่อความปลอดภัยจากการสูญเสียบรรยากาศหรือเสียหายของสินค้าตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการขนส่งสินค้าและบริการการขนส่งมาจากมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบถ้วนและสมบูรณ์ อีกทั้งมีความแน่นอนเชื่อถือได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิดา ไสยรส และวัชรินทร์ สุทธิชัย เรื่องปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัท ไพรศณีย์ ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านความสำเร็จของกิจการไพรศณีย์ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการที่เป็น “ตัวกระตุ้น” ให้มีความต้องการใช้บริการไพรศณีย์เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ความรวดเร็ว ความสะดวกในการเข้าถึง และความคุ้มค่าของตัวบริการ (รัชนิดา ไสยรส และวัชรินทร์ สุทธิชัย, 2562) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาวิดี ผลอนเก เรื่องตัวประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสามารถของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการ ปัญหาด้านการบริการการขนส่งขนาดใหญ่ของที่ทำกรไพรศณีย์ในอำเภออรัญประเทศ ในด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาลูกค้า เนื่องจากปัจจุบันมักจะพบปัญหาพัสดุ



หรือสินค้าสูญหาย หรือผู้รับบริการไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าจาก TRACKING NO. ได้ว่าขณะนี้สินค้าอยู่ระหว่างกระบวนการใด (ปริยาวัติ ผลอนก, 2562)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

บริการไปรษณีย์ (Postal Services) และบริการรับส่งพัสดุภัณฑ์ (Courier Services) เป็นส่วนหนึ่งของบริการโลจิสติกส์ไทย และอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรูปแบบของการให้บริการไปรษณีย์มีวิวัฒนาการตามการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการค้าที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้มากขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการไปรษณีย์และบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยและ Smart Phone ซึ่งมีผลให้มีการเพิ่มขึ้นของการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) อย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา ดังนั้นการปรับปรุง/พัฒนาองค์กรจึงมีความสำคัญในปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งแนวทางในการปรับปรุงการคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ โดยให้ความสำคัญรายด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างเท่าเทียม และการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา ตามลำดับ และประสิทธิภาพการขนส่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์ โดยให้ความสำคัญรายด้าน ได้แก่ ความแน่นอนและเชื่อถือได้ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความเร็ว และความประหยัดตามลำดับ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

- 1) คุณภาพการบริการ ควรต้องปรับและพัฒนาในการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely Service) และการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) โดยจัดปายบอกจุดในการให้บริการต่าง ๆ ให้เหมาะสม เพิ่มช่องทางในการให้บริการให้มากขึ้นและควรมีการแบ่งส่วนงานเฉพาะสำหรับให้บริการแต่ละประเภทเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถใช้บริการได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสูงขึ้น และ
- 2) ประสิทธิภาพการขนส่ง ควรต้องปรับและพัฒนาในความเร็ว (Speed) โดยจัดการบำรุงรักษาสายพานลำเลียงตามแผนการบำรุงรักษาของอุปกรณ์ตามมาตรฐานและกำหนดเวลา เพื่อจะลดปัญหาการรอคอยงานที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งสาเหตุเกิดมาจากอุปกรณ์ขัดข้อง เพื่อส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการขนส่งของไปรษณีย์ไทยจังหวัดนครสวรรค์และการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำเพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่ง เนื่องจากผู้บริการใช้ปัจจัยหลายอย่างในการตัดสินใจ นอกจากปัจจัย

คุณภาพ และประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจได้ง่าย และ 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพที่คาดหวัง และประสิทธิภาพ ที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการขนส่งในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ไปรษณีย์ไทย. (2563). ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย. เรียกใช้เมื่อ 2563 เมษายน 30 จาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85
- _____. (2563). รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ประจำปี 2562. เรียกใช้เมื่อ 30 มิถุนายน 2563 จาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_detail/aboutus/701/14337
- กมลรัตน์ โยธานันต์. (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวบ่งชี้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรับส่งพัสดุภัณฑ์. วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ, 10(1), 30-43.
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และสมพล ท่งหว่า. (2562). ผลของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ให้บริการขนส่ง. วารสารเกษมบัณฑิต, 20(2), 92-106.
- กันยากาญจน์ จันทรเหลียม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 352-364.
- ชนิษฐา สิทธาจารย์. (2562). ภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิชมน สาริพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(1), 20-31.
- นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2562). การเปรียบเทียบลักษณะผู้ใช้บริการคุณภาพบริการที่ได้รับและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม, 6(4), 1782-1796.
- ปรียาดี ผลอนเณ. (2562). ตัวประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสามารถของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการปัญหาด้านการบริการการขนส่งขนาดใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในอำเภออรัญประเทศ. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 18(3), 135-143.



- ปัฐพล มิ่งขวัญ และโชติมา แก้วรอง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัด กาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 26(2), 74-82.
- ปาริชาติ ช้วนรักธรรม และคณะ. (2563). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 6(2), 347-356.
- รัชนิดา ไสยรส และวัชรินทร์ สุทธิชัย. (2562). ปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 13(1), 138-150.
- ราณี ศรีไพบูลย์ และคณะ. (2563). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วรพล โรจน์จิงประเสริฐ และชินโสณ วิสิฐนิตธิกา. (2563). คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 14(2), 35-44.
- ศิวานนท์ จันทระประวัติ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพ การบริการขนส่งพัสดุ ของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง. วารสารการบริหารและการจัดการ, 9(1), 59-79.
- สมบุรณ์ โอริณย์. (2561). แบบจำลองความตั้งใจกลับมาซื้อสินค้าของลูกค้า: การศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C ในประเทศไทย. วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 9(18), 258-276.
- สัมฤทธิ์ จำนงค์. (2559). ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์. (2563). ข้อมูลสำคัญจังหวัดนครสวรรค์ ประจำปี 2563. เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.nakhonsawan.go.th/joomla/attachments/article/2905/NakhonsawanInfojuly2563.pdf>
- สุภาพร สอนอินทร์ และพินันทา โรจน์รัตน์ศิริกุล. (2558). ความพึงพอใจของบริษัทตัวแทนผู้ขนส่งสินค้าทางอากาศต่อการให้บริการงานขนส่งสินค้าทางอากาศ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2558. มหาวิทยาลัยรังสิต.



- EIC. (2563). 3 กลยุทธ์ “ธุรกิจขนส่งพัสดุ” รับมือสงครามราคา ปริมาณส่ง 4 ล้านชิ้นต่อวัน มูลค่า 6.6 หมื่นล้าน. เรียกใช้เมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/transport-and-logistics-strategy-2020/>
- Hellier, P. K. et al. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European journal of marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Yamane. T. (1973). *An Introductory Analysis*. (3rd ed.). Tokyo: Harper International Edition.