

## คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ Service Quality of Kerry Express Parcel Service Company in the View of Online Retailers

วรพล โรจน์จิงประเสริฐ<sup>1</sup> และ ชินโสณ วิสิษฐนิธิกิจ<sup>2</sup>

Woraphon Rodjeungprasert<sup>1</sup> and Chinnaso Visitnitikija<sup>2</sup>

Received : 30 ก.ค. 2562

Revised : 28 พ.ย. 2562

Accepted : 29 พ.ย. 2562

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการ 2) ระดับความพึงพอใจการให้บริการ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจประชากร คือ ผู้จำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test, F-test, One-way ANOVA การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3) ข้อมูลผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส แตกต่างกัน 4) คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $r = 0.610$ ) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ( $r = 0.531$ ) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $r = 0.502$ ) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $r = 0.499$ ) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $r = 0.464$ ) ตามลำดับ และพบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ( $\beta = 0.380$ ) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\beta = 0.234$ ) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ( $\beta = 0.226$ ) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $\beta = 0.126$ ) ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่ง เคอรี่เอ็กซ์เพรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**คำสำคัญ:** คุณภาพการให้บริการ, ผู้จำหน่ายสินค้าทางออนไลน์, เคอรี่ เอ็กซ์เพรส

### Abstract

The purposes of this study were to determine the service quality, the level of consumer service satisfaction, comparison of consumer service satisfaction classified by personal information, and to study the relationship between service quality and service satisfaction. The population of this study was online retailers. The sample was 400 subjects of online products retailers. A questionnaire was employed for data collection and analyzed data in statistic application of percentage, mean, t-test, F-test, One-way ANOVA, multiple correlation, and multiple regression analysis. Findings indicated that overall pictures of the opinions on service quality and service satisfaction of Kerry Express Parcel Service Company were at a high level. The different personal of ages and levels of education affected consumer service satisfaction differently. Service quality correlated with consumer service satisfaction in service equity ( $r=0.610$ ), adequate service ( $r=0.531$ ), continuous service ( $r =0.502$ ), on time service ( $r = 0.499$ ), and progressive service ( $r =0.464$ ), respectively. The service quality of parcel service in consumer trust ( $\beta = 0.380$ ), consumer responsiveness ( $\beta = 0.234$ ), knowing and understanding your consumers ( $\beta = 0.226$ ), and tangible service ( $\beta = 0.126$ ) influenced consumer service satisfaction statistically significant at .01 level.

**Keywords :** Service quality, Online product retailers, Kerry Company

<sup>1</sup> นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมล: nita.shio15@gmail.com

<sup>2</sup> ดร. อาจารย์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

<sup>1</sup> Master student of Business Administration Major, KasemBundit University, Email: nita.shio15@gmail.com

<sup>2</sup> Dr., Lecturer in KasemBundit University

## บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจาก การที่ผู้ประกอบการจำนวนมากขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำพาผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคได้เร็วที่สุด ดังนั้นการแข่งขันของผู้ให้บริการขนส่ง จึงทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการขนส่งเอกชนชั้นนำของประเทศ จะต้องเผชิญกับความท้าทายรูปแบบใหม่ ดังนั้นบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำเป็นจะต้อง ทราบถึงมุมมองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส เพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

คุณภาพการให้บริการ ถือเป็นหัวใจของการดำเนินงานที่บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จะต้องให้ความสำคัญ เพื่อการรักษา ส่วนแบ่งทางการตลาด และการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เนื่องด้วยจำนวนคู่แข่งทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ตัวเลือก ของผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำเป็นจะต้องทราบถึงคุณภาพการให้บริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจในมุมมอง ของผู้ใช้บริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยคุณภาพของการให้บริการที่จะต้องมุ่งเน้น ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 : 12-40) รวมทั้งความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการได้รับ ประกอบด้วย การให้บริการ อย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการ อย่างก้าวหน้า (นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2562 : 1784-1785)

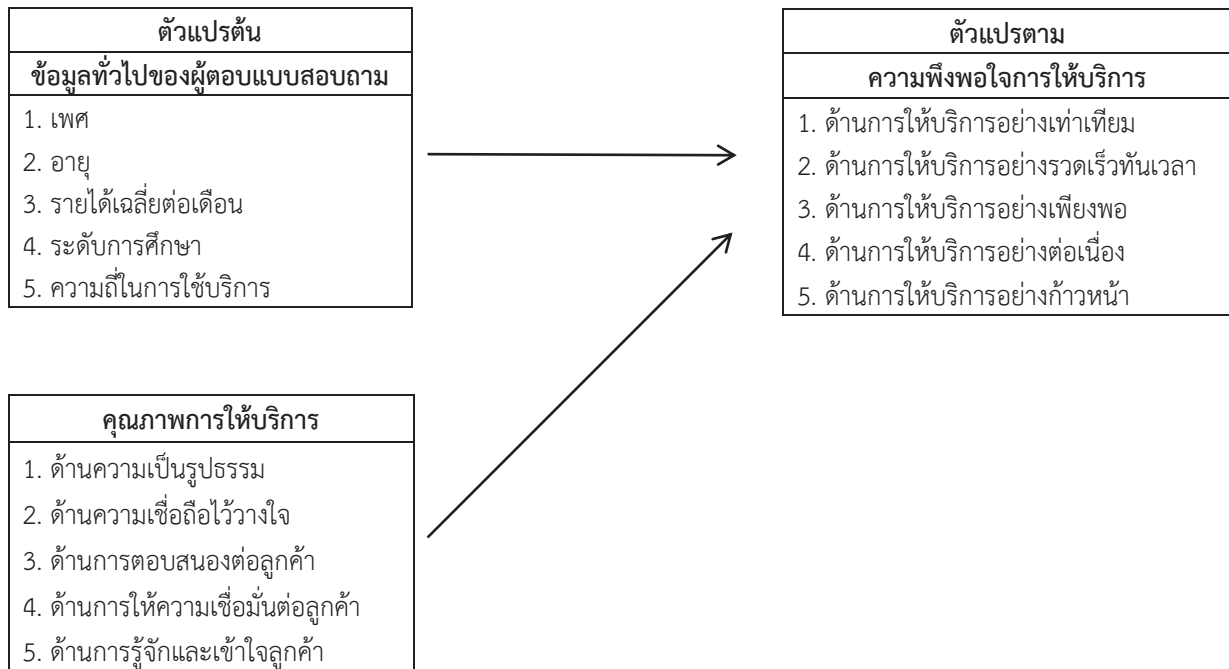
จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา คุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่ผู้ใช้บริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งผ่านบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จึงเป็นเหตุที่ผู้วิจัยสนใจ ในการทำวิจัย เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีต่อบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพการให้บริการขนส่งกับความพึงพอใจการให้บริการขนส่ง บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

## กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988 : 12-40) มาประยุกต์ใช้เป็นคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรม 2) ด้านความเชื่อถือ ไว้วางใจ 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของบริการขนส่ง บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส และความพึงพอใจในการให้บริการโดยประยุกต์ใช้แนวคิดของ Millet (1954 : 397) ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม 2) ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา 3) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ 4) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง 5) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยแสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

#### สมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการขนส่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส
3. คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ ของบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ที่เคยใช้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2561 – เดือน กุมภาพันธ์ 2562 ทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ของ W.G. Cochran (Cochran, 1953 : 96) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 384 คน ทำการเก็บเพิ่มเติมอีก 16 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูล และการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามตามหลักทฤษฎี และแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จัก และเข้าใจลูกค้า (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส 5 มิติ ได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Likert Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามตรวจสอบคุณภาพโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อความ และพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยจะต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความ (Index of Item Objective Congruence) มากกว่า .50 ซึ่งค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบในทุกข้อความ คือ 0.667-1.000 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมากกว่า .80 จึงจะนำไปใช้เก็บข้อมูล

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามแต่ละด้าน

| ประเด็น                                | จำนวนข้อ | Cornbrash's Alpha |
|----------------------------------------|----------|-------------------|
| <b>คุณภาพการให้บริการ</b>              |          |                   |
| 1. ด้านความเป็นรูปธรรม                 | 4        | 1                 |
| 2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ            | 4        | 1                 |
| 3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า             | 4        | 1                 |
| 4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า    | 4        | 1                 |
| 5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า        | 4        | .833              |
| <b>ความพึงพอใจในการให้บริการ</b>       |          |                   |
| 1. ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม      | 4        | 1                 |
| 2. ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา | 4        | 1                 |
| <b>ความพึงพอใจในการให้บริการ</b>       |          |                   |
| 1. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ        | 4        | .917              |
| 2. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง      | 4        | 1                 |
| 3. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า       | 4        | 1                 |

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกส่งแบบสอบถามออนไลน์กับผู้จำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ที่เคยใช้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด จำนวน 400 คน

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงจำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติทดสอบ t-test และสถิติทดสอบ F-test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งของผู้จำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ และใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับระดับความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส และใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

**ผลการวิจัย**

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์สรุปผลได้ตามตาราง 2

**ตาราง 2** ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

| เพศ                        | อายุ                              | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน                   | ระดับการศึกษา                      | ความถี่ในการใช้บริการ                     |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------|
| หญิง 318 คน<br>(ร้อยละ 80) | 21-25 ปี<br>283 คน<br>(ร้อยละ 71) | 15,001-20,000 บาท<br>98 คน (ร้อยละ 25) | ปริญญาตรี<br>310 คน<br>(ร้อยละ 78) | 1-2 ครั้งสัปดาห์<br>221 คน<br>(ร้อยละ 55) |

จากการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ 21-25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ผลจากวิจัยคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส สรุปผลได้ตามตาราง 3

**ตาราง 3** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

| ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ<br>คุณภาพการให้บริการ | $\bar{X}$    | S.D.         |
|-------------------------------------------------|--------------|--------------|
| ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ                    | 3.995        | 0.704        |
| ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ                     | 4.143        | 0.735        |
| ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า                         | 4.228        | 0.769        |
| ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า                | 4.010        | 0.768        |
| ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า                    | 3.990        | 0.735        |
| <b>ภาพรวมเฉลี่ย</b>                             | <b>4.073</b> | <b>0.742</b> |

จากการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.073, S.D. = 0.742) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.995, S.D. = 0.704) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.143, S.D. = 0.735) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.228, S.D. = 0.769) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.010, S.D. = 0.768) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.990, S.D. = 0.735)

2. ระดับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ผลจากวิจัยระดับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส สรุปผลได้ตามตาราง 4

**ตาราง 4** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการ  
ของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

| ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ<br>ความพึงพอใจการให้บริการ | $\bar{X}$    | S.D.         |
|------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม                       | 3.850        | 0.794        |
| ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา                  | 4.080        | 0.794        |
| ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ                         | 3.923        | 0.759        |
| ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง                       | 3.983        | 0.782        |
| ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า                        | 3.943        | 0.746        |
| <b>ภาพรวมเฉลี่ย</b>                                  | <b>3.955</b> | <b>0.775</b> |

จากการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความพึงพอใจการให้บริการภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.955, S.D. = 0.775) ประกอบด้วยด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.850, S.D. = 0.794) ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.080, S.D. = 0.794) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.923, S.D. = 0.759) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.983, S.D. = 0.782) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.943, S.D. = 0.746)

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ตามตาราง 5 และ 6

**ตาราง 5** แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ความพึงพอใจในการให้บริการ |
|-----------------|---------------------------|
| เพศ             | t = 0.047 Sig. = 0.949    |

(ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05\*, .01\*\*)

จากการวิจัยพบว่า ข้อมูลผู้ใช้บริการด้านเพศ พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.949 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสที่ไม่แตกต่างกัน

**ตาราง 6** แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล       | ความพึงพอใจในการให้บริการ |
|-----------------------|---------------------------|
| อายุ                  | F = 2.853 Sig. = 0.024*   |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  | F = 0.759 Sig. = 0.553    |
| ระดับการศึกษา         | F = 5.236 Sig. = 0.000**  |
| ความถี่ในการใช้บริการ | F = 1.309 Sig. = 0.271    |

(ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05\*, .01\*\*)

จากการวิจัยพบว่า ข้อมูลผู้ใช้บริการด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสไม่แตกต่างกัน ส่วนลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ และด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่แตกต่างกัน

4. ศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพการให้บริการขนส่ง กับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส สรุปผลการศึกษาตามตาราง 7

**สมมติฐานที่ 2** คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

**ตาราง 7** แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจ

| คุณภาพการให้บริการ                  | ความพึงพอใจในการให้บริการ |              |                   |
|-------------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
|                                     | r                         | Sig.         | ระดับความสัมพันธ์ |
| ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ        | 0.499                     | 0.000        | ปานกลาง           |
| ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ         | 0.601                     | 0.000        | สูง               |
| ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า             | 0.678                     | 0.000        | สูง               |
| ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า    | 0.725                     | 0.000        | สูง               |
| ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า        | 0.635                     | 0.000        | สูง               |
| ภาพรวมเฉลี่ย                        | 0.628                     |              |                   |
| <b>ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ</b> | <b>0.499</b>              | <b>0.000</b> | <b>ปานกลาง</b>    |

(ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05\*, .01\*\*)

จากการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ภาพรวมมีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการให้บริการ ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน

**สมมติฐานที่ 3** คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ ของบริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส

**ตาราง 8** แสดงผลการคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

| คุณภาพการให้บริการ               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | P-Value  |
|----------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|----------|
|                                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |          |
| Constant                         | 0.542                       | 0.138      |                           | 3.937 | 0.000*** |
| ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ     | 0.120                       | 0.035      | 0.126                     | 3.405 | 0.001*** |
| ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ      | 0.017                       | 0.039      | 0.020                     | 0.443 | 0.658    |
| ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า          | 0.193                       | 0.037      | 0.234                     | 5.15  | 0.000*** |
| ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า | 0.318                       | 0.038      | 0.380                     | 8.470 | 0.000*** |
| ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า     | 0.193                       | 0.033      | 0.226                     | 5.817 | 0.000*** |

ตาราง 8 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t | P-Value |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|---------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |   |         |

R = 0.846; R Square = 0.715; Adjust R Square = 0.700;

S.E.E. = 0.274; F = 47.; Sig. 0.000

(ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05\*, .01\*\*, .001\*\*\*)

จากการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

#### สรุปผล

จากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ตาราง 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

1. คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส พบว่าระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.073, S.D. = 0.742) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.995, S.D. = 0.704) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.143, S.D. = 0.735) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.228, S.D. = 0.769) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.010, S.D. = 0.768) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.990, S.D. = 0.735)

2. ระดับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจการให้บริการ ภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.955, S.D. = 0.775) ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.850, S.D. = 0.794) ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.080, S.D. = 0.794) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.923, S.D. = 0.759) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.983, S.D. = 0.782) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.943, S.D. = 0.746)

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ไม่แตกต่างกัน ส่วนลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่แตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส พบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นผลให้ยอมรับสมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส และคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นผลให้ยอมรับสมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจการให้บริการของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส

## อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับความมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนะ พุทธิรักษา (2560 : 129-132) พบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของยุพิน ใจมีสุขทุกเพลา และศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560 : 497-499) พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ระดับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับความมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช (2559 : 68-69) พบว่าระดับความพึงพอใจการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของพนรนา เสาวลักษณ์สกุล (2560 : 89-97) พบว่าระดับความพึงพอใจการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับความมาก

เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล โดยลักษณะ ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งของบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิติพล ภูตะโชติ (2561 : 86-96) พบว่าอายุ และวุฒิการศึกษา ที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไทยพาณิชย์ จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า กับความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรเจริญ แรงฤทธิ์ (2559 : 107-108) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่งสินค้าทางบก ของบริษัทเวลด ฮาพิปปิง แอน ทรานสปอร์ต จำกัด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเปรียบเทียบ ลูกค้าที่มีปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของบริษัทเวลด ฮาพิปปิง แอน ทรานสปอร์ต จำกัด

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการที่เป็นรูปธรรม เฉพาะกลุ่มผู้ที่ขายสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การรับพัสดุที่จะส่งถึงที่อยู่ด้วยรถที่ส่งพัสดุอยู่แล้วจะทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกมากขึ้นและพัสดุได้รับการจัดส่งรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.2 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่รวดเร็ว แต่เนื่องจากผู้ที่มาใช้บริการมีความต้องการที่หลากหลาย แยกกลุ่มความต้องการของผู้ใช้บริการออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ คือ ผู้ที่ใช้บริการเพื่อหารายได้และไม่หารายได้ เพื่อบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรจะแยกความต้องการระหว่างผู้ใช้บริการทั่วไป และผู้ที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ จะทำให้เห็นความต้องการของผู้ใช้บริการชัดเจนขึ้น การตอบสนองจะทำได้ตรงจุดและเห็นผลมากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นอย่างดี โดยความเชื่อมั่นที่ผู้ใช้บริการ จะทำให้เกิดความภักดีต่อธุรกิจ ดังนั้น บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรสร้างมาตรฐานในการให้บริการ ที่ไม่ว่าจะเข้าไปใช้บริการที่สาขาไหน ก็จะได้รับบริการในลักษณะเดียวกัน เช่น พนักงานมีจิตบริการ มีทักษะความรู้ และเพื่อความเป็นมาตรฐานควรจะมีการทดสอบเป็นระยะ ๆ เพื่อสร้างมาตรฐานให้พนักงาน เมื่อพนักงานมีมาตรฐานการให้บริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเชื่อมั่น ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

1.4 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส มีการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีความเข้าใจและรู้ถึงความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ แต่ความต้องการของผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้บริการผ่านระบบสมาชิก จะทำให้บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มาวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการในอนาคตเพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการของบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสต่อไป

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษากการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการในส่วนต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจทางการขนส่ง

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชน เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการ เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากปัจจัยด้านคุณภาพ

2.3 ควรมีการศึกษากการพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่ง เพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการขนส่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

นิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2562). การเปรียบเทียบลักษณะผู้ใช้บริการ คุณภาพบริการที่ได้รับ และประสิทธิภาพที่ได้รับ ที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่งเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.

วารสารมหาจุฬานาครธรรมศรณ, 6(4), 1783-1796.

นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาวิทยาลัยขอนแก่น.

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(27), 86-96.

นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช. (2559). ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม.

วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

พรนรา เสาวลักษณ์สกุล. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

พรเจริญ แรงฤทธิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางบก ของบริษัท เวลด์ฮาพิชปี้ง แอนทรานสปอร์ต จำกัด. วารสารบัณฑิตศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 9(2), 102-111.

ยุพิน ใจมีสุขทุกเพลลา และศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร. (2560). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท บี.เอช. ไทยเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

รัตนะ พุทธิรักษา. (2560). คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 6(2), 124-134.

Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.

Millet, D. J. (1954). *Management in the Public Service. The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.