

คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Quality of Service that Effect on People Behavior in Capital District, Suratthani Province Which
Using the Service of Thailand Post Company Limited

บุรินทร์ แพรกสงฆ์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนผู้ใช้บริการ จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.964 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test และหาความสัมพันธ์โดยใช้ไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพแต่งงาน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการที่สาขาไปรษณีย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้บริการฝากส่งไปรษณีย์ มากที่สุด เลือกใช้บริการเพราะความสะดวก เช่น ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ที่จอดรถสะดวก เสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 100 บาท มาใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 2 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 10.01 - 12.00 น. มาใช้บริการคือ วันจันทร์ ใช้ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการนานกว่า 3 - 5 นาที รับรู้ข่าวสารจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ คือ ตัวของผู้ใช้บริการเอง คุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมและรายได้มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้าน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ มีความสัมพันธ์กันทุกด้าน

คำสำคัญ : คุณภาพบริการ, พฤติกรรมการใช้บริการ, บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ABSTRACT

The objective of this research is to study service quality, service behavior so that compare service behavior classified by personal factors to study the relation between personal factors and service behavior, study the relation between service quality and service behavior and study the opinion, commentation. The sample groups of this study are 385 customers using the service of Thailand Post company limited. The research tool is questionnaire that has the reliability as 0.964. and analyzed with statistical techniques including frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one way Analysis of Variance and correlation analysis

The results of this research reveal that most of the customers are female, bachelor degree educated, aged between 21-30 years, married and state official/employee officer with monthly of income between 10,000-20,000 baht per month which have domiciled in Suratthani province . Most use the service at Suratthani Post office which use postal service because of the location of post office is near home or office, convenience of parking. Average expense is less than 100 baht, using the service 1-2 time for a month, service time period is 10.00-12.00 am, use the service on Monday, take 3-5 minutes for using the service, get news and information from internet , influential person is own user. Comparing service behavior of Thailand Post company limited in capital District , Suratthani which classified by individual factors have the result that all individual factors have affected on service behavior of Thailand Post Co, Ltd. The relation between individual factors and service behavior have the result that gender has no relation with service behavior but other individual factors are related. The relation between service quality and service behavior has the result that frequency and time of using the services has related in all aspects.

Keywords : Service quality , Service behavior , Thailand Post company limited

บทนำ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยแปลงสภาพมาจากหน่วยงานบริการด้านไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) เดิมกิจการไปรษณีย์ของไทยได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี 2426 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) จวบจนถึงต้นปี 2520 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เหมาะสม

กับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในปี 2546 จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ที่มีลักษณะไร้พรมแดน (Globalization) มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเปิดเสรีการค้าบริการ ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์อีกครั้งเป็นรูปบริษัทจำกัดดังกล่าวแล้วข้างต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเชิงธุรกิจและศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ ในขณะที่ยังคงรับภาระในการให้บริการเชิงสังคมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติโดยต่อเนื่อง กิจการไปรษณีย์มีการพัฒนาความเจริญในด้านต่าง ๆ มาโดยลำดับ จากระยะเริ่มแรกที่เป็นการพัฒนาเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมความเข้มแข็งและรองรับการขยายตัว ต่อมาได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยการนำเครื่องจักรอุปกรณ์อันทันสมัยมาใช้ในการ คัดแยกส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ การนำระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติมาใช้ในการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ รวมทั้งได้เปิดบริการที่เป็นเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ (Pay at Post) บริการธนาคารออนไลน์ เป็นต้น ภายหลังการแปลงสภาพเป็น ปณท ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินงานให้เป็นเชิงธุรกิจมากขึ้น มีการจัดทำแผนธุรกิจไปรษณีย์อย่างเป็นระบบ โดยแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและการเงิน อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบบริการในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยมีบริการใหม่ ๆ ที่เหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เช่น บริการ Messenger Post, บริการแอปพลิเคชัน Prompt Post พร้อมบริการกล่องพร้อมส่ง บริการ Drive Thru Post “ส่งของ...ไม่ต้องลงจากรถ” ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) บริการจัดส่งสิ่งของส่งด่วนพื้นที่กรุงเทพฯ (Same Day Post) ตู้จำหน่ายไปรษณีย์อัตโนมัติ (APM) บริการขนส่งสินค้าและสิ่งของขนาดใหญ่ (Logispost) บริการอรรถประโยชน์ ส่งได้ที่ไปรษณีย์ (บริการรับส่งซื้ออาหารอรรถประโยชน์และสิ่งของจากภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ) และแม้กระทั่งการเป็นตัวแทนรับจำหน่ายสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เสริมประสิทธิภาพการให้บริการด้วยการนำระบบที่ผู้ฝากส่งสามารถติดตามและตรวจสอบสิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ได้ด้วยตนเอง (ระบบ Track and Trace) มาใช้กับบริการบางบริการด้วย ขณะเดียวกัน ปณท ก็ได้ละเลิกการให้บริการเชิงสังคม ด้วยการรักษาสถานะเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์และจุดให้บริการที่มีจำนวนกว่า 4,909 แห่ง (สถานะ 31 ธันวาคม 2560) กระจายอยู่ทั่วประเทศทุกภูมิภาค ทั้งในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงธุรกิจและพื้นที่ในชนบทห่างไกล และการให้บริการพื้นฐานที่ครบถ้วนทั้งด้านการสื่อสาร การส่งสิ่งของ และด้านการเงินด้วยค่าบริการในราคาประหยัดเพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วนมีโอกาสได้รับประโยชน์จากบริการไปรษณีย์อย่างทั่วถึง สมกับเป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของคนไทยและสังคมไทยอย่างแท้จริง

ปัจจุบัน E-Commerce กลายเป็นช่องทางการตลาดและการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารจาก 3G ไปสู่ 4G ที่ทำให้การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตสะดวกขึ้น ส่งผลให้คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือสูงขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้พฤติกรรมของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป มีความเชื่อมั่นและคุ้นเคยกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง

ออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้ช่องทาง E-Commerce ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเหตุผลสำคัญมาจากการรุดตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่ และ E-Commerce จากต่างชาติไม่ว่าจะเป็น Lazada ในเครือ Alibaba จากจีน, Shopee จากสิงคโปร์, JD Central จากจีน ร่วมทุนกับกลุ่ม Central ของไทย และ 11Street จากเกาหลี ฯลฯ ยังไม่นับรวมถึงพ่อค้า แม่ค้ารายย่อย ที่หันมาประกอบธุรกิจค้าขายออนไลน์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line กันมากขึ้น รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งระบบการชำระเงิน การจัดส่งสินค้าที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาด E-Commerce ในไทยขยายตัวได้เร็วขึ้นส่งผลให้ธุรกิจบริการรับขนส่งพัสดุซึ่งเปรียบเสมือนตัวกลางในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิต ร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้า ไปยังผู้บริโภคปลายทาง ได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของตลาด E-commerce ตามไปด้วย

คุณภาพการให้บริการจึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาภาพลักษณ์ และกิจการขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ สามารถแข่งขันในตลาดของธุรกิจการรับส่งสิ่งของและพัสดุภัณฑ์ ผู้วิจัยในฐานะที่ทำงานที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์กรณีไม่ทราบขนาดประชากร (Infinite Population) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Cochran (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2550 : 74) จากการสุ่มตัวอย่างที่มีค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 385 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพความน่าเชื่อถือของการบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ความไว้วางใจและการเข้าถึงจิตใจ ในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกแบบประเมินค่า 5 ระดับ เพื่อวัดประเด็นต่าง ๆ โดยสร้างแบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือกตอบ ซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549 : หน้า 16)

- 5 หมายถึง มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลต่อการเลือกใช้บริการมาก
- 3 หมายถึง มีผลต่อการเลือกใช้บริการปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อย
- 1 หมายถึง มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้จำแนกระดับความพึงพอใจ พิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดไว้ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับการเลือกใช้บริการ
4.20 - 5.00	มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด
3.40 - 4.19	มีผลต่อการเลือกใช้บริการมาก
2.60 - 3.39	มีผลต่อการเลือกใช้บริการปานกลาง
1.80 - 2.59	มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อย
1.00 - 1.79	มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ แล้วนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ให้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้างเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาแล้วจัดพิมพ์แบบสอบถาม

5. หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและมีความสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try - Out) กับประชาชนที่มาติดต่อกับไปรษณีย์อำเภอพุนพินที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpla Coefficient)

ของครอนบาค (Cronbach, 1990 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : หน้า 96) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .964

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มาติดต่อเคาน์เตอร์ไปรษณีย์ในเขตอำเภอเมือง ทั้ง 5 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญเมื่อเก็บแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและเก็บเพิ่มถ้าหากแบบสอบถามไม่ครบหรือขาดความสมบูรณ์ตามจำนวนที่ต้องการ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ชนิดความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)
4. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพแต่งงาน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทยที่สาขาไปรษณีย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี มากที่สุด รองลงมา ที่สาขาไปรษณีย์มะขามเตี้ย เคาน์เตอร์ไปรษณีย์บ้านดอน และเคาน์เตอร์ไปรษณีย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ส่วนสาขาที่ใช้บริการน้อยที่สุด คือ ไปรษณีย์ขุนทะเล

2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการฝากส่งไปรษณีย์ มากที่สุด รองมาคือ ซื้อสินค้าไปรษณีย์ (กล่อง, ซอง, วัสดุหุ้มห่อ) ฝากส่งสิ่งของน้ำหนักมากกว่า 20 กก., รถ จยย. ชำระเงิน บริการการเงิน ต่าง ๆ (Pay at Post) และซื้อแสตมป์ สิ่งสะสมต่าง ๆ ตามลำดับ

2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวก เช่น ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ที่จอดรถสะดวก มากที่สุด รองลงมาคือ ใช้บริการมานานแล้ว ประหยัดค่าใช้จ่าย มั่นใจในการบริการ ชื่อเสียง ความมั่นคง ความปลอดภัยในการใช้บริการ และคุณภาพและความหลากหลายในบริการ ตามลำดับ

2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามเสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 100 บาท รองลงมาคือ 101 - 200 บาท 201 - 300 บาท และมากกว่า 301 บาท ตามลำดับ

2.5 ความถี่ในการมาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย โดยเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 2 ครั้ง มากที่สุด รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้ง 3 - 4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง ตามลำดับ

2.6 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกช่วงเวลาที่มาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในช่วงเวลา 10.01 - 12.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือ 08.30 - 10.00 น. 13.01 - 15.00 น. 12.01 - 13.00 น. 15.01 - 17.00 น. และ 17.01 - 19.00 น. ตามลำดับ

2.7 วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการคือ วันจันทร์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันศุกร์ วันพฤหัสบดี ส่วนวันที่มาใช้บริการน้อยที่สุดคือ วันเสาร์ - วันอาทิตย์

2.8 ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการนานกว่า 3 - 5 นาที รองลงมาคือ นานกว่า 5 - 10 นาที นานกว่า 10 นาทีขึ้นไป และ 1 - 3 นาที ตามลำดับ

2.9 ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข่าวสารการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ ข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว/เพื่อน ส่วนช่องทางที่รับรู้ข่าวสารน้อยที่สุดคือ สื่อโฆษณาทางวิทยุ

2.10 ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในในการเลือกใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย คือ ตัวของผู้ใช้บริการเอง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ไทย และหน่วยงานที่ทำงานอยู่ ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ บิดา/มารดา

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจ ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 เพศ แตกต่างกันในด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ และความถี่ในการมาใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.2 อายุ แตกต่างกันในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการ และช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.3 อาชีพ แตกต่างกันในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ และช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.4 สถานภาพ แตกต่างกันในด้านประเภทของการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.5 การศึกษา แตกต่างกันในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.6 รายได้ แตกต่างกันในด้านความถี่ในการมาใช้บริการ ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.7 ภูมิลำเนา แตกต่างกันในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

5.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ

5.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

5.3 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ การรับรู้ข่าวสารการบริการ และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

5.4 สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านประเภทของการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

5.5 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านความถี่ในการมาใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ

5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

5.7 ภูมิคำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

6.1 ลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ

6.2 ความน่าเชื่อถือของการบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ

6.3 การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ

6.4 ความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ

6.5 การเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ และการรับรู้ข่าวสารการบริการ

7. ผลการศึกษาความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ พบว่า การบริการควรมีความรับผิดชอบและดูแลให้พัสดุที่ส่งคงสภาพที่เหมือนเดิมให้มากที่สุด ควรมีสาขาบริการให้มากขึ้นเพื่อสะดวกกับการเดินทางไปใช้บริการ การจัดส่งเอกสารถึงผู้รับยังช้าอยู่ อยากให้จัดส่งให้ถึงผู้รับรวดเร็วกว่าเดิม อยากให้เช็คสถานะสำหรับการส่งแบบลงทะเบียนได้ทุกระยะเหมือน ems บริการดี รวดเร็ว เหมาะสมกับค่าบริการ เมื่อส่งของให้ผู้รับควรส่ง SMS แจ้งผู้ฝากส่งทราบด้วยจะดีมาก กำจัดปัญหาเรื่องสินค้าสูญหายและถูกขโมยระหว่างขนส่ง รวมถึงปรับปรุงราคาและความรวดเร็วเพื่อแข่งขันกับภาคเอกชน และมั่นใจในบริการเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพแต่งงาน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี และสอดคล้องกับข้อมูลสถิติประชากรของประเทศไทยระบุว่า มีประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชายประมาณ 1,200,000 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิพัฒน์ เวชะวากยานนท์ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษากลยุทธ์การกำกับที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จากผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาจจะเป็นเพราะว่าในระบบของข้าราชการการทำธุรกรรมผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ และมีความน่าเชื่อถือมากกว่า

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการที่สาขาไปรษณีย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้บริการฝากส่งไปรษณีย์ มากที่สุด เลือกใช้บริการเพราะความสะดวก เช่น ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ที่จอดรถสะดวก เสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 100 บาท มาใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1 - 2 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 10.01 - 12.00 น. มาใช้บริการคือ วันจันทร์ รองลงมาคือ วันศุกร์ ใช้ระยะเวลาในการติดต่อรับบริการนานกว่า 3 - 5 นาที รับรู้ข่าวสารการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ คือ ตัวของผู้ใช้บริการเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริยากร ปานรอด และรัชพงษ์ ชัชวาลย์ (2561, หน้า 237) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาเขตพื้นที่การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์สงขลา พบว่า สถานที่ตั้งของหน่วยงานสะดวกในการเดินทางมารับบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.04 โดยมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ถูกถามมีความพึงพอใจ ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ระบบรักษาความปลอดภัย และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ที่อธิบายไว้ว่า เป็นการพยายามสร้าง

คุณค่าโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการบริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer - Value Proposition) ต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ โดยลูกค้าจะมีความพึงพอใจกับการนำเสนอบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีเมื่อมาใช้บริการในที่ทำการไปรษณีย์ จากผลการวิจัยพบว่า วันที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ วันจันทร์ รองลงมาคือ วันศุกร์ เนื่องจากวันจันทร์เป็นวันแรกของการทำงาน และวันศุกร์ก็เป็นวันสุดท้ายของการทำงานในสัปดาห์นั้น จึงทำให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะดำเนินการเพื่อให้ทันกับระยะเวลา และอีกประการหนึ่งก็คือ ผู้ใช้บริการรับรู้ข่าวสารการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารที่ได้ผลดีที่สุดก็คือ การติดต่อผ่านโลกออนไลน์ ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมายโดยไม่จำเป็นต้องกำหนดเหมือนการสื่อสารผ่านทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรืออื่น ๆ และเป็นการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิต อินทร (2554, 89) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าวันที่มีความสะดวกในการมาใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่สะดวกมาใช้บริการในวันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลาของวันที่มาใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเช้า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง พบว่าส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 51-100 บาทต่อครั้ง

3. ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมและรายได้มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริยากร ปานรอด และ รัชชพงษ์ ชัชวาล (2561, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาเขตพื้นที่การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์สงขลา พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาเขตพื้นที่การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์สงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพของบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิษฐ์ โสรส (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการไปรษณีย์ จังหวัดจันทบุรี ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย : ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการรับรู้บริการและข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของ Lovelock (2007, pp. 198)

ได้อธิบายไว้ว่าการปรับปรุงคุณภาพของบริการจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและยังสามารถลดต้นทุนของธุรกิจได้อีกด้วย

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรยุทธ ปัตตาเทสง (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษของที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมาไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยปัจจัยด้านอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่า อาชีพบางอาชีพโดยเฉพาะหน่วยงานราชการติดต่อบริการหรือการส่งเอกสารทางราชการผ่านไปรษณีย์ไทย สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ เพราะถือว่าเป็นหน่วยงานของรัฐเหมือนกัน

5. ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภกร ชิดนอม ชูสิทธิ์นงค์เรือง และอรจันทร์ ศิริโชติ (2556, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมซื้อและทัศนคติของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ร้านค้าปลีกไปรษณีย์พัทลุง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ การศึกษาและภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อสินค้าของลูกค้า ร้านค้าปลีกไปรษณีย์พัทลุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ การศึกษาและภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าร้านค้าปลีกไปรษณีย์พัทลุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิทิต อินทร (2552, หน้า 90) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์สมุทรปราการ ที่ระบุว่าพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าสาเหตุที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนั้น เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ล้วนมีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยทำให้การแสดงผลพฤติกรรมมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละปัจเจกบุคคล ดังจะยกได้จากปัจจัยด้านอาชีพ เช่น อาชีพต่างกัน ย่อมที่จะมีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการที่ต่างกัน

6. ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการในด้านความถี่ในการมาใช้บริการ และระยะเวลาในการติดต่อรับบริการ ส่วนประเภทของการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ ไม่สัมพันธ์กันในทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการจะมองถึงคุณภาพของการให้บริการเป็นเหตุผลหลักในการมาใช้บริการ ถ้าการบริการดี โอกาสที่จะมาใช้

บริการก็มีความถี่มากขึ้น เพราะงานบริการลูกค้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนาน ๆ และเลือกที่จะใช้บริการกับเราต่อไป เพราะถึงแม้ว่าบริษัทจะมีคุณภาพมากเพียงใด แต่หากการบริการไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่ใช้บริการกับเราอีกต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา เชียงแสน (2553, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากลุ่มองค์กรที่ใช้บริการวงจรเช่าสื่อสารความถี่สูง : กรณีศึกษา บริษัท เอ จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. การศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่า การบริการควรมีความรับผิดชอบและดูแลให้พัสดุที่ส่งคงสภาพที่เหมือนเดิมให้มากที่สุด ควรมีสาขาบริการให้มากขึ้นเพื่อสะดวกกับการเดินทางไปใช้บริการ การจัดส่งเอกสารถึงผู้รับยังช้าอยู่ อยากให้จัดส่งให้ถึงผู้รับรวดเร็วกว่าเดิม อยากให้เช็คสถานะสำหรับการส่งแบบลงทะเบียนได้ทุกกระยะเหมือน ems บริการดี รวดเร็ว เหมาะสมกับค่าบริการ เมื่อส่งของให้ผู้รับควรส่ง SMS แจ้งผู้ฝากส่งทราบด้วยจะดีมาก กำจัดปัญหาเรื่องสินค้าสูญหายและถูกขโมยระหว่างขนส่ง รวมถึงปรับปรุงราคาและความรวดเร็วเพื่อแข่งขันกับภาคเอกชน และมั่นใจในบริการเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกสิทธิ์ คงทอง (2556, หน้า 191) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการ ฝากส่งสินค้าผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า ไปรษณีย์ไทย ควรพัฒนาระบบการขนส่งที่สามารถรักษาความปลอดภัย ไม่ชำรุดเสียหายของสินค้าที่ฝากส่งผ่านไปรษณีย์มากขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคาดหวังมากที่สุด ควรมีการโฆษณาบริการของไปรษณีย์ในลักษณะที่เน้นให้เห็นถึงความปลอดภัยในการจัดส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์ และไปรษณีย์ควรพัฒนาบริการที่เน้นความรวดเร็ว เน้นความประหยัดอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิต อินทร (2552, 89) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ควรตรวจสอบคุณภาพการนำจ่ายอย่างใกล้ชิดมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิษฐ์ ไสรส (2559, หน้า 51) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย : ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี พบว่า ไปรษณีย์ควรรับผิดชอบการชดเชยค่าเสียหายกรณีของสูญหายหรือเสียหายให้มากขึ้นกว่าเดิม ควรเพิ่มความระมัดระวังในการขนส่งให้สิ่งของอยู่ในสภาพดีไม่ชำรุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ารับรู้ข่าวสารการบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ดังนั้น จึงเสนอแนะให้บริษัทไปรษณีย์ไทย ควรพัฒนาและส่งเสริมระบบการบริการทางด้านข่าวสารของบริษัทผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ข่าวสารส่งถึงผู้ใช้บริการดีที่สุด และมีความรวดเร็ว

2. จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น บริษัทควรกำหนดหรือหาแนวทางในการรับผิดชอบ และการชดเชยค่าเสียหายที่ชัดเจน เพียงพอในกรณีพัสตุ สิ่งของมีการสูญหาย หรือแตกหักเสียหาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการกลับมาใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์ปัญญา.(2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10)

กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนินฐา เชียงแสน. (2553). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากลุ่มองค์กร

ที่ใช้บริการจริงเข้าสู่สัญญาความรวดเร็วสูง : กรณีศึกษา บริษัท เอ จำกัด. การค้นคว้าอิสระ

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชญาณัฐ โสรส. (2559). คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ไปรษณีย์ไทย

: ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับ

ผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธีรยุทธ ปัตตาเทสง. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

นิติพล ภูตะโชติ. (2560). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขา

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(27), 85 - 96

- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- พรพิพัฒน์ เวศราภรณ์. (2552). กลยุทธ์การกำกับที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขต จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วิฑิต อินทร. (2552). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ศุภร ชีณอม ชูลีรัตน์ คงเรือง และอรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). พฤติกรรมการซื้อและทัศนคติของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ร้านค้าปลีกไปรษณีย์พัสดุ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สิริยากร ปานรอด และ รัชพงษ์ชัชวาล. (2561). การรับรู้คุณภาพการให้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาเขตพื้นที่การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์สงขลา. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วันที่ 20 - 21 สิงหาคม 2561 หน้า 231 - 239
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). สัมภาษณ์ประชากรและเคหะ. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- เอกสิทธิ์ คงทอง. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการฝากส่งสินค้าผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Lovelock, Christopher (2007). **Services Marketing People, Technology, Strategy.**
Sixth Edition, Pearson Education