การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการขนส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ธีรยุทธ อินปัญญา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กรกฎาคม 2562
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ การให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ธีรยุทธ อินปัญญา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กรกฎาคม 2562
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

อาจารย์ที่ปรึกษาและคณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....

(ดร.วีระพงษ์ กิติวงค์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภักดีพินิจ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

กรกฎาคม 2562

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา และความคิดเห็น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วีระพงษ์ กิติวงค์ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งมีส่วนทำให้การศึกษาค้นคว้าเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ประสิทธิประสาทความรู้ คำชี้แนะ ตลอดจนแนวทางการทำงาน และเพื่อนนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ให้กำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย

ขอขอบคุณ คุณพิชญนนท์ วงค์หาญ พี่ที่ปรึกษาในการทำวิจัยและช่วยเหลือทั้งแรงกาย แรงใจในการทำวิจัย

ขอขอบคุณคุณแม่เวียงทอง อินปัญญา คุณพ่อตา ยงยุทธ ธาราทิพยกุล คุณแม่ยาย นวลตา ธาราทิพยกุล และคุณภรรยา ที่ช่วยสนับสนุนแรงกาย กำลังใจ เงินทอง และเวลาเพื่อช่วยเหลือในการทำวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ขอบคุณส่วนงานของคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศน์ศาสตร์ ที่ช่วยในการประสานงานต่าง ๆ อย่างราบรื่น

ธีรยุทธ อินปัญญา

เรื่อง: การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ผู้ศึกษาค้นคว้า: ธีรยุทธ อินปัญญา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2561

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วีระพงษ์ กิติวงค์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การให้บริการขนส่งพัสดุ, ไปรษณีย์ไทย, เคอรี่ เอ็กซ์เพรส

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพลส จำกัด เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่ใช้ได้มีจำนวน 344 ชุด จากทั้งหมด 385 ชุด (89.35%) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย กระบวนการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยและ T-test

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้รับบริการบริษัทไปรษณีย์ไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และพนักงานเอกชน อายุระหว่าง 18-54 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 24,999 บาท กลุ่มผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ส่วนมากจะเป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อายุระหว่าง 18-44 ปี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 39,999 บาท จากการสกัดปัจจัยใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยใหม่ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านพนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ 2) ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ 3) ปัจจัยด้านความใส่ใจในการจัดการพัสดุของผู้ให้บริการ 4) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

Title: A COMPARATIVE STUDY OF CRITICAL FACTORS OF CUSTOMER SATISFACTION IN PARCEL DELIVERY SERVICE RENDERED BY THAILAND POST COMPANY LIMITED AND KERRY EXPRESS (THAILAND) COMPANY LIMITED.

Author: Teerayutt Inpanya, Independent Study: M.B.A., University of Phayao, 2018

Advisor: Ph.D, Weerapong Kitiwong

Keyword: Satification, Parcel delivery service, Thailand Post, Kerry Express.

ABSTRACT

This independent study aims to compare the important factors which affect the satisfaction of the parcel delivery service of Thailand Post Company Limited and Kerry Express Company Limited. Data are collected by using questionnaires. The usable questionnaires are 344 of 385 (89.35%). Data analysis is performed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, factors analysis and T-test.

The results of the study found that customers of Thailand Post company are mostly students and private employees whose ages are between 18-54 years old and the average monthly income is not more than 24,999 baht. On the other hand, the customers of Kerry Express Company Limited are mostly government officials and state enterprise employees whose ages are between 18-44 years old and the average monthly income is not more than 39,999 baht. From factor analysis, it was found that the factors which affect the satisfaction of the parcel delivery service consist of 4 new factors: 1) the staff's attention to customers, 2) the speed of service delivery and delivery assistance, 3) taking care of the parcel, 4) useful information provided to the clients.

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

คำถามของการวิจัย 3

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

กรอบที่ใช้ในการวิจัย 4

นิยามศัพท์เฉพาะ 4

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย 5

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6

ข้อมูลทั่วไป 6

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ 8

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค 9

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 10

3 วิธีดำเนินการวิจัย 15

วิธีวิทยาการวิจัย 15

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 15

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผล 16

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 18

การจัดกลุ่มความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ 21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ **หน้า**

5 บทสรุป 28

สรุปผลการวิจัย 28

อภิปรายผลการวิจัย 29

ข้อเสนอแนะ 31

บรรณานุกรม 32

ภาคผนวก 36

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 37

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า 45

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

1 แสดงผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเป็นสัดส่วนมากที่สุด..... 18

2 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด..... 19

3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)..... 21

4 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ และเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ..... 23

สารบัญภาพ

ภาพ **หน้า**

1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย 4

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในระยะ 2–3 ปีที่ผ่านมา คือ “ธุรกิจโลจิสติกส์” และ “การขนส่งสินค้า” ซึ่งเป็นผลจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E–Commerce) ได้เข้ามาสู่วิถีชีวิตของผู้คน โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบค้าปลีกไปสู่การซื้อขายและชำระเงินผ่านเทคโนโลยีบนโลกออนไลน์ พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์นั้นกลายเป็นพฤติกรรมใหม่ของคนไทย ผู้คนส่วนใหญ่เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยไปใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว ราคาถูก และประหยัดเวลา เป็นปัจจัยสำคัญ ทำให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ร้านค้าออนไลน์จึงสามารถสนองความต้องการผู้บริโภคได้และเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นตัวชี้วัดที่จะช่วยสนับสนุนตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E–Commerce) ได้เป็นอย่างดี

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA ได้ประเมินมูลค่าการซื้อขายผ่านออนไลน์ในปี 2561 เพิ่มขึ้นเกิน 3 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 อยู่ในระดับ 2.4 ล้านล้านบาท ทำให้ธุรกิจโลจิสติกส์ และการขนส่งสินค้ากลายเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มยอดขายเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย ด้วยเหตุที่การจัดการขนส่งสินค้าจากผู้ขายไปถึงมือผู้ซื้อต้องใช้บริการการขนส่งสินค้าเป็นหลัก ยิ่งกิจกรรมซื้อขายออนไลน์ขยายตัวมากขึ้นเพียงใด ก็ยิ่งต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าไปยังผู้รับมากขึ้นเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ จึงมีผู้สนใจประกอบกิจการโลจิสติกส์และก้าวเข้าสู่ E–Commerce สำหรับการแข่งขันในประเทศไทย เรียกได้ว่าเป็นการแข่งขัน Extreme Red Ocean (ทีมเศรษฐกิจ, 2561, สื่อออนไลน์)

บริการขนส่งที่สนับสนุนด้าน E–Commerce โดยตรง (E–Commerce Fulfillment) สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก กลุ่มแรก คือ กลุ่มผู้บริการส่งพัสดุในกรุงเทพและต่างจังหวัด (ใช้เวลา 1–15 วันทำการ) เหมาะสำหรับร้านค้า E–Commerce ที่มีลูกค้าอยู่ทั่วประเทศ หรือในกรุงเทพที่ไม่ได้รีบใช้สินค้าด่วน ผู้บริการส่งพัสดุที่ให้บริการด้านนี้ คือ ไปรษณีย์ไทย, Kerry Express, SCG Express, Alpha Fast และ Ninja Van สำหรับกลุ่มที่สอง ได้แก่ กลุ่มแอปพลิเคชันที่ให้บริการโดยมอเตอร์ไซค์ภายในกรุงเทพและปริมณฑล (ส่งของภายใน 1 ชั่วโมง) ซึ่งในกลุ่มนี้ไม่ได้มีเพียงลูกค้า E–Commerce เท่านั้นที่ใช้บริการ แต่บุคคลทั่วไปในกรุงเทพและปริมณฑลก็

นิยมใช้บริการ โดยใช้บริการผ่านแอพพลิเคชั่น ผู้ที่ให้บริการด้านนี้ คือ Grab, Line Man, Lalamove และ Skootar (Issaree, 2560, สื่อออนไลน์)

จะเห็นได้ว่า ในการใช้บริการขนส่งสำหรับกลุ่มผู้บริการส่งพัสดุในต่างจังหวัดนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการขนส่ง 2 อันดับแรก คือ ไปรษณีย์ไทย และ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส แม้ว่าไปรษณีย์ไทยจะได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีในโลกดิจิทัล ทำให้การจัดส่งจดหมายติดแสตมป์และไปรษณียภัณฑ์ลดลง แต่ไปรษณีย์ไทยก็สามารถพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส พลิกโฉมการจัดการขนส่งให้รองรับตลาด E-Commerce ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้น โดยไปรษณีย์ไทยได้นำระบบคัดแยกอัตโนมัติมาใช้งานเพื่อความรวดเร็ว แม่นยำ ลดจำนวนพนักงานคัดแยกลง แต่หันไปเพิ่มพนักงานนำจ่ายให้มากขึ้น พร้อมอุปกรณ์นำจ่ายที่รวดเร็ว สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา เปิดแอปพลิเคชัน “พร้อมโพสต์ Prompt Post” ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า C2C สามารถจ่าหน้าซองหรือกล่อง และสร้างบาร์โค้ดจากระบบอัตโนมัติได้ด้วยตัวเอง เพิ่มบริการพร้อมส่ง (กล่องสีฟ้า) ในราคาเหมาจ่ายทั่วประเทศ ที่ช่วยประหยัดเวลาส่งได้ไม่ต้องรอคิวด้วยช่องบริการพิเศษ (Fast Track) ช่วยจัดเตรียมการฝากส่งล่วงหน้าให้ผู้ประกอบการ E-Commerce โดยเฉพาะ รวมถึงเข้าไปช่วยสนับสนุนการค้าออนไลน์สินค้าชุมชนตามนโยบายของรัฐบาลด้วย

แม้ไปรษณีย์ไทยจะยังคงรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจโลจิสติกส์และขนส่งพัสดุ แต่สัดส่วนการเติบโตก็มีแนวโน้มลดลงจากเดิม 70% มาอยู่ที่ 50% ในปัจจุบัน เพราะต้องเผชิญกับการแข่งขันจากคู่แข่งที่เข้ามาแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด สำหรับ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จากฮ่องกงที่เข้ามาจัดตั้งสำนักงานใหญ่ในประเทศไทยนั้น ปัจจุบันมีเครือข่ายบริการที่ครอบคลุมไปทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย โดยบริการจัดส่งพัสดุด่วน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ได้กลายเป็นที่นิยมจากผู้ใช้บริการอย่างมาก ได้รับการโหวตให้เป็น “ธุรกิจออนไลน์ขวัญใจคนไทยแห่งปี 2560” สาขาการบริหารจัดส่งสินค้าเยี่ยมยอดครองใจมหาชนจาก “สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)” หรือ ETDA อย่างไรก็ตาม เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ได้พัฒนาธุรการบริการขนส่งอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ทุกที่ ทั่วไทย” เพื่อขยายเครือข่ายบริการจัดส่งพัสดุเร่งด่วนภายใน 1 วันในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และเพิ่มจุดให้บริการใหม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ พร้อมประกาศจะเพิ่มสาขาให้บริการจาก 1,500 สาขาขึ้นเป็น 2,500 สาขาในปี 2561

จากพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนไป และการขยายตัวของธุรกิจบริการขนส่งที่สนับสนุนด้าน E-Commerce ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจขนส่ง ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น ปัจจัยของการให้บริการจัดส่งพัสดุที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีหลายประการ เช่น 1) ความรวดเร็ว ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ล้วนต้องการได้รับสินค้าอย่าง

รวดเร็ว มิเช่นนั้นผู้บริโภคอาจใช้วิธีการเดินเลือกซื้อที่ร้านค้าแทน 2) ความถูกต้อง เมื่อสั่งซื้อสินค้าไปแล้ว ผู้บริโภคย่อมเกิดความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าถูกต้องตามที่สั่ง รวมถึงสินค้านั้นต้องอยู่ในสภาพที่ดี ไม่มีความเสียหายเกิดขึ้นกับตัวสินค้า 3) ความสามารถในการติดตามพัสดุเป็นสิ่งที่สร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และ 4) การรับประกันต่อความเสียหายของพัสดุ

ด้วยเหตุดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในการวางแผนกลยุทธ์ รวมถึงหาแนวทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุดต่อไป

คำถามของการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัดแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณจากสูตรการขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 385 ตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non–Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และสรุปผลการศึกษาในระหว่าง เดือน กุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2562 รวมระยะเวลาที่ศึกษา 5 เดือน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ประยุกต์กรอบแนวคิดจาก Li (2002) เป็นกรอบการวิจัย ดังภาพ 1

ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เข้าใจความหมายเฉพาะของคำที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ให้ตรงกัน ผู้ศึกษาจึงได้นิยามความหมายของคำต่าง ๆ ดังนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งจะวัดจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าหรือการบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการ หรือความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลต่อโอกาสในการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำในอนาคต

การให้บริการขนส่งพัสดุ หมายถึง บริการรับส่งสินค้า ที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ทั้งผู้ส่งสินค้าและผู้รับสินค้า โดยมีการจัดการรับสินค้า ณ จุดบริการ และนำสินค้าไปส่งยังสถานที่ปลายทางที่ได้กำหนดไว้

ไปรษณีย์ไทย หมายถึง หน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายในสังกัดของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยแปลงสภาพมาจากหน่วยงานบริการด้านไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ให้บริการ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการไปรษณียภัณฑ์ กลุ่มบริการขนส่ง และโลจิสติกส์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ และกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ซึ่งมีจุดให้บริการในประเทศไทย 4,909 แห่ง (สถานะ 31 ธ.ค. 2560)

เคอรี่ เอ็กซ์เพรส หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการขนส่งพัสดุโดยมีสาขามากกว่า 5,500 แห่งในประเทศไทย ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท Kerry Logistics Network Ltd. ให้บริการในการจัดส่งพัสดุไปยังสำนักงานและสถานประกอบการต่าง ๆ บริการจัดส่งพัสดุกับช่องการทำธุรกิจผ่านสื่อต่าง ๆ (E-commerce) และการขายสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ (Home-Shopping Channels) ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

2. ผลที่ได้จากการศึกษา สามารถนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาการบริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายในสังกัดของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมโดยแปลงสภาพมาจากหน่วยงานบริการด้านไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2560, สื่อออนไลน์) เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่ปี 2426 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) จวบจนถึงต้นปี 2520 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในปี 2546 จากกระแสเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีลักษณะไร้พรมแดน (Globalization) มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเปิดเสรีการค้าบริการ ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์อีกครั้งเป็นรูปบริษัทจำกัด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเชิงธุรกิจและศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ ในขณะที่ยังคงรับภาระในการให้บริการเชิงสังคมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติโดยต่อเนื่อง

ภายหลังการแปลงสภาพเป็นไปรษณีย์ไทย ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินงานให้เป็นเชิงธุรกิจมากขึ้น มีการจัดทำแผนธุรกิจไปรษณีย์อย่างเป็นระบบ โดยแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการไปรษณียภัณฑ์ กลุ่มบริการขนส่งและ

โลจิสติกส์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ และกลุ่มธุรกิจค้าปลีกและการเงิน อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบบริการในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยมีบริการใหม่ ๆ ที่เหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เช่น บริการ Messenger Post, บริการแอปพลิเคชัน Prompt Post พร้อมบริการกล่องพร้อมส่ง, บริการ Drive Thru Post “ส่งของ...ไม่ต้องลงจากรถ”, ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox), บริการจัดส่งสิ่งของส่งด่วนพื้นที่กรุงเทพฯ (Same Day Post), ตู้นำจ่ายไปรษณีย์อัตโนมัติ (APM), บริการขนส่งสินค้าและสิ่งของขนาดใหญ่ (Logispost), บริการอร่อยทั่วไทย สั่งได้ที่ไปรษณีย์ (บริการรับสั่งซื้ออาหารอร่อย และมีชื่อเสียงจากภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ) และแม้กระทั่งการเป็นตัวแทนรับจำหน่ายสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เสริมประสิทธิภาพการให้บริการด้วยการนำระบบที่ผู้ฝากส่งสามารถติดตามและตรวจสอบสิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ได้ด้วยตนเอง (ระบบ Track and Trace) มาใช้กับบริการบางบริการด้วย ขณะเดียวกัน ไปรษณีย์ไทยก็มิได้ละเลยการให้บริการเชิงสังคม ด้วยการรักษาสถานะเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์และจุดให้บริการที่มีจำนวนกว่า 4,909 แห่ง (สถานะ 31 ธ.ค. 2560) กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ทั้งในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงธุรกิจและพื้นที่ในชนบทห่างไกล และการให้บริการพื้นฐานที่ครบถ้วนทั้งด้านการสื่อสาร การส่งสิ่งของ และด้านการเงินด้วยค่าบริการในราคาประหยัดเพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วนมีโอกาสได้รับประโยชน์จากบริการไปรษณีย์อย่างทั่วถึง สมกับเป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของคนไทยและสังคมไทยอย่างแท้จริง

2. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อปีพุทธศักราช 2549 (บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์) ปัจจุบันมีจุดให้บริการกว่า 5,500 แห่งทั่วประเทศไทย โดยมีบริการจัดส่งพัสดุด่วนอย่างการจัดส่งภายในวันถัดไป (ND) ซึ่งครอบคลุมกว่า 99.9% ทั่วทุกพื้นที่ในประเทศ และกว่า 97% ของการจัดส่งประสบความสำเร็จในการเข้าจัดส่งตั้งแต่ครั้งแรก ปัจจุบัน บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น สำนักงาน คลังสินค้า ร้านค้ารายย่อย และครัวเรือน เป็นจำนวนทั้งสิ้นกว่า 1,100,000 ชิ้นต่อวัน ทั้งนี้ ยังรวมถึงลูกค้ารายสำคัญอย่างบริษัทการค้าระหว่างประเทศ บริษัทอีคอมเมิร์ซ การขายสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ หน่วยงานด้านเทคโนโลยี บริษัทโทรคมนาคม สถาบันการเงิน โรงเรียน เรื่อยไปจนถึงร้านค้าปลีกต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2556 บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ได้เริ่มให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการของลูกค้าในกลุ่มบุคคลส่งถึงบุคคล (C2C) โดยมีการเปิดให้บริการสาขา (Parcel Shop) อีกทั้งบริการผ่านทางตู้ล็อกเกอร์ตามอาคารสำนักงานและคอนโดมิเนียม ซึ่งจุดให้บริการต่าง ๆ

เหล่านี้จะช่วยให้ลูกค้าและร้านค้าขนาดเล็กในกรุงเทพฯ สามารถส่งสินค้าไปยังครอบครัว เพื่อน ลูกค้า และบริษัทคู่ค้าในประเทศไทยได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการเรียกเก็บเงินปลายทาง (COD) ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ไม่เพียงเป็นที่รู้จักภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค ทั้งในฮ่องกง ไต้หวัน เวียดนามและมาเลเซียอีกด้วยบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัดเป็นบริษัทสัญชาติฮ่องกง ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท Kerry Logistics Network Ltd. ดำเนินธุรกิจด้านการขนส่งพัสดุโดยมีสาขามากกว่า 5,500 แห่งในประเทศไทย ถือครองส่วนแบ่งในตลาดธุรกิจขนส่งเอกชนมากถึงร้อยละ 80 (Tangsiri, 2561, สื่อออนไลน์) ในปี 2560 บริษัทมีรายได้ถึง 6,577 ล้านบาท (Lupang, 2561, สื่อออนไลน์) ซึ่งเพิ่มมากขึ้นจากปี 2559 ถึง 105 เปอร์เซ็นต์ บริษัทที่ให้บริการขนส่งอื่น ๆ ก็ยังมีอยู่ในตลาดการขนส่งพัสดุเอกชน เช่น SCG Express, TP Logistic, Ninja Van, และอื่น ๆ ซึ่งเมื่อรวมกันทั้งหมดแล้วมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพียงแค่ 20 เปอร์เซ็นต์ และยังมีผู้ให้บริการประเภทอื่นอีก ที่ผู้บริโภคยังมีทางเลือกใช้บริการส่งพัสดุ เช่น รถทัวร์ สายการบิน รถตู้ระยะสั้น ที่ยังเป็นคู่แข่งขันทางของธุรกิจขนส่งพัสดุเอกชน

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2537 (2542, หน้า 659) ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ชอบ ชอบใจ พึงใจ สมใจ จุใจ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า มีความรู้สึกในทางบวกของบุคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ยุทธภูมิ จันทร์สุภาเสน (2555) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ความรู้สึก หรือการแสดงออกของบุคคลต่อการได้รับ การตอบสนองตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล โดยมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการถ้าหากได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ จะทำให้รู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการ จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

รฑิตา ฟูแสง (2561) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ความพอใจ ความชอบใจเมื่อผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการ จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่เป็นบวก หรือพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะของผู้ใช้บริการ และพฤติกรรมที่มารับบริการ เป็นต้น

Li (2002) ได้ทบทวนวรรณกรรมในอดีต และสรุปว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจที่ผู้บริโภคมีต่อบริษัท เกิดขึ้นเมื่อสินค้าหรือบริการที่ตนเองได้รับเป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง ความพึงพอใจจะนำไปสู่ความภักดีต่อบริษัท และการซื้อสินค้าซ้ำ

Perreault, Cannon, and McCarthy (2008, หน้า 5) อธิบายว่า ความพึงพอใจวัดจากระดับความสามารถของกิจการที่สามารถเติมเต็มความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวังของลูกค้าได้

Kerin, Hartley, and Rudelius (2009, หน้า 100) กล่าวว่า หลังจากที่ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการความคาดหวังของตนเอง สินค้าหรือบริการจะมีความไวต่อประสบการณ์ของผู้บริโภค ที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ จะมีผลต่อการสื่อสารในตัวสินค้าหรือผู้ให้บริการไปยังผู้อื่น หรือพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะวัดจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าหรือการบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการ หรือความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลต่อโอกาสในการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

การศึกษานี้ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจตามการศึกษาของ Li (2002) เป็นต้นแบบการศึกษา ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการขนส่งพัสดุในประเทศสหรัฐอเมริกา (เช่น บริษัท US Postal Service บริษัท UPS และบริษัท FedEx เป็นต้น) ได้สรุปปัจจัยต่าง ๆ ออกได้เป็น 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความพร้อมในการให้บริการ หมายถึงระดับความสามารถของผู้ใช้บริการในการเข้าถึงการให้บริการจัดส่งพัสดุและการให้บริการลูกค้าของผู้ให้บริการ

2. การตอบสนองของการให้บริการ หมายถึงระดับการตอบสนองได้ทันท่วงทีและเหมาะสมของพนักงานผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ

3. ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ หมายถึงระดับความสามารถของผู้ให้บริการในการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง พัสดุไม่ได้รับความเสียหาย และตรงต่อเวลา

4. ความสมบูรณ์ในการให้บริการ หมายถึงระดับความสามารถของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ที่ให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบอย่างสมบูรณ์แบบ

5. ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ หมายถึงระดับความสามารถของพนักงานของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ในการปฏิบัติงานด้วยความเป็นมืออาชีพ เช่น ความสุภาพอ่อนน้อม ความเห็นอกเห็นใจ ความซื่อสัตย์ และความเป็นมิตร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรนันท์ พุทธชาติ (2553) ศึกษาการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจขอลผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทย แบบ One Stop Service กรณีศึกษา: เขตบางขุนเทียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ และศึกษาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการไปรษณีย์ไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์และความแตกต่างของข้อมูล 2 กลุ่มตัวแปร (Paired-Samples T-Test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลจากการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้บริการประเภทรับ-ส่ง พัสดุในประเทศและต่างประเทศรองลงมา คือ บริการรับ-ส่ง จดหมายในประเทศและต่างประเทศ 2) ระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 3) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อม และด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 4) การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมมีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ระดับมากไม่แตกต่างกันทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อม และด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 6) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมในภาพรวมมีความคาดหวังและความพึงพอใจ แตกต่างกัน ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อม และด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ชญานิษฐ์ โสรส (2559) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย: กรณีศึกษาไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งสถิติเชิง

อนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่า T–test, F–test, ANOVA, และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ อีกทั้งยังได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ลูกค้ารายใหญ่และลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ จำนวน 20 คน ผลการศึกษาเชิงปริมาณผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีเพียงการเอาใจใส่ที่ไม่มีอิทธิพล ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า มีระบบบริการที่ดีรวดเร็วสะดวกและปลอดภัย สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมภาพ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีจำนวนที่เหมาะสม

นิรวิทธ์ สิระวิทยาวานิช (2559) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงใจในการใช้บริการธุรกิจขนส่ง ภายในประเทศบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ ความพึงใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่เชิงอนุมาน ประกอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One–way ANOVA) และการเปรียบเทียบ เชิงซ้อนด้วยวิธี Fisher's Least Significant Different (LSD) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้ 10,000–20,000 บาทต่อเดือนส่วนมีการส่งของ เดือนละ 1 ครั้ง เป็นการส่งของทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการบริการ 0–100/บาทครั้ง และเป็นการส่งแบบบุคคลถึงบุคคลเป็นส่วนใหญ่และจะนิยมมาใช้บริการในวันพุทธและวันพฤหัส ความพึงพอใจของลูกค้าในใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจที่สูงสุดด้านคุณกระบวนการให้บริการ และมีค่าความพึงพอใจระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพการบริการ ส่วนที่ลูกค้าพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริม โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

อภิญญา จันทร์สังข์ (2559) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัท เคอรี่ เอ็กเพรส จำกัด ในเขต

สมุทรปราการ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติแบบ T-test และ F-test ทดสอบความสัมพันธ์จากค่า Chi-Square test และวัดความสัมพันธ์โดยสถิติ Contingency Coefficient ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพราะความรวดเร็วในการบริการ โดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ ในด้านความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเอาใจใส่ ด้านความมั่นใจ และด้านสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการ ตามลำดับ

จุไรพร พินิจชอบ (2560) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ ผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่ ได้แก่ ผู้ให้บริการด้านการขนส่งไปรษณียภัณฑ์และสินค้า ซึ่งใช้เทคโนโลยีและระบบการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ทันสมัย เช่น Kerry Express, Line man และ Lalamove โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยทางด้านพฤติกรรม ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน แบ่งเป็นผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่เลือกใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 213 คน และ ผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่ จำนวน 187 คน โดยพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพ/การนำเสนอ และปัจจัยด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพ/การนำเสนอ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการสมัยใหม่มากกว่าบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

(Convenience Sampling) จากอาจารย์ นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิต และบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่ามีปัจจัยประชากรศาสตร์เพียง 3 ด้านเท่านั้นที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ คือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

นิติพล ภูตะโชติ (2561) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพ โสด อาชีพ นักเรียน นักศึกษา รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่นในแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ให้บริการไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ให้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกันของลูกค้า ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ด้านอาชีพที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา กระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาจจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการขนส่งพัสดุของผู้ให้บริการในด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น ที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันต่อผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ โดยมีความพึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความไว้วางใจและด้านบุคลากรตามลำดับ ส่วนด้านราคามีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และมีความสำคัญในระดับท้ายสุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยประยุกต์กรอบแนวคิดในการศึกษาจากแนวคิดของ Li (2002)

วิธีวิทยาการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนระชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณจากสูตรการขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ W.G. Cochran (อ้างอิงใน วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2556, หน้า 43) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 385 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในงานพระราชทานปริญญาบัตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2560 เมื่อวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2562 โดยสอบถามผู้ที่มาร่วมงานซึ่งเป็นผู้ปกครองบัณฑิตที่มาจากจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามประยุกต์จาก Li (2002) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลแบบเลือกรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และเปอร์เซ็นต์การใช้บริการขนส่งพัสดุจากบริษัทผู้ให้บริการต่าง ๆ ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้บริการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 38 ข้อ

โดยแบ่งออกเป็น 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงระดับ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผล

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามได้จะถูกนำมา คำนวณคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์การให้ความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ตามการศึกษาของกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ (2552) ดังนี้ ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00–1.86 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.87–2.71 หมายถึง ไม่เห็นด้วย ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.72–3.57 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.58–4.43 หมายถึง รู้สึกเฉย ๆ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.44–5.28 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย ระดับคะแนนเฉลี่ย 5.29–6.14 หมายถึง เห็นด้วย ระดับคะแนนเฉลี่ย 6.15–7.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และกระบวนการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุ ผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากชุดแบบสอบถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้วิธี EFA (Exploratory Factor Analysis) ด้วยวิธี Principle Component with VARIMAX Rotation เลือกค่า Eigen value มีค่าเกิน 1.0 และตัดหัวข้อที่มี Loading น้อยกว่า 0.40 ออกไป และใช้ T-test ในการเปรียบเทียบปัจจัยความพึงพอใจ

การวิเคราะห์องค์ประกอบหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) เป็นเทคนิควิธีทางสถิติที่จะจับกลุ่มหรือรวมกลุ่ม หรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ตัวแปรภายในองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ส่วนตัวแปรที่ต่างองค์ประกอบ จะสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มี สามารถใช้ได้ทั้งการพัฒนาทฤษฎีใหม่ หรือการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎีเดิม (วิรัช วรรณรัตน์, 2538)

การวิเคราะห์องค์ประกอบมี 2 ลักษณะ (ไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ, 2556) ได้แก่

1. การวิเคราะห์เพื่อหาตัวประกอบใดบ้างที่มีตัวแปรร่วมกัน เพื่อที่จะบรรยายหรือสำรวจหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปร (กลุ่มย่อย) ในตัวแปรต่าง ๆ ที่ศึกษา เรียกการวิเคราะห์วิธีนี้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ หรือ Exploratory Factor Analysis (EFA) โดยจะมุ่งเน้นศึกษาโมเดลการวัด (Measurement Model) โดยที่ไม่มีสมมติฐานกำหนดเอาไว้ แต่จะใช้ข้อมูลทางสถิติเป็นเครื่องมือในการระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Variable) กับองค์ประกอบ (Factor) ดังนั้นผู้วิจัยจะไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะมีองค์ประกอบจำนวนเท่าใด และแต่ละองค์ประกอบจะมีชื่ออะไร เนื่องจากข้อมูลมาจากการคำนวณ ไม่ได้มาจากทฤษฎี

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าสมมติฐานโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดไว้ (มาจากหลักการและทฤษฎีต่าง ๆ) เมื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคนี้แล้วมีความสอดคล้องกันหรือไม่ เรียกการวิเคราะห์วิธีนี้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน หรือ Confirmatory Factor Analysis (CFA) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่นักวิจัยได้วางโมเดลไว้ก่อนแล้ว รู้ถึงจำนวนองค์ประกอบ ชื่อขององค์ประกอบและตัวแปร มีการใช้สถิติเพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของโมเดล

เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ ไม่มีการจำแนกตัวแปรแต่ละตัวในกลุ่มตัวแปรเหล่านั้น ว่าตัวแปรใดเป็นตัวแปรอิสระ ตัวแปรใดเป็นตัวแปรตาม ซึ่งในการศึกษานี้ เนื่องจากเป็นกรณีที่ผู้ศึกษาไม่มีความรู้ หรือมีความรู้น้อยมากเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร จึงเลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยใช้วิธี EFA (Exploratory Factor Analysis) ศึกษาว่าองค์ประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยที่จำนวนองค์ประกอบร่วมที่หาได้ จะมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนตัวแปรนั้น เป็นการศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยการเก็บข้อมูล มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 344 ชุด

ตาราง 1 แสดงผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเป็นสัดส่วนมากที่สุด

ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
1. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	151	46.90
2. บริษัท เคอรี่ เอ็ดซ์เพรส จำกัด	113	32.85
3. บริษัท นิ่ม เอ็กซ์เพรส จำกัด	1	0.29
4. บริษัท พัสดุภัณฑ์ไทย จำกัด	3	0.87
5. รถทัวร์	8	2.33
6. อื่น ๆ	5	1.54
7. ใช้บริการทั้งไปรษณีย์ไทย และ เคอรี่ เอ็กซ์เพรสในสัดส่วนที่เท่ากัน	63	18.31
รวม	**344**	**100**

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ แกร็บไบค์ 3 รายและไลน์แมน 2 ราย

จากตาราง 1 แสดงถึงสัดส่วนของผู้ที่ใช้บริการขนส่งพัสดุส่วนใหญ่ 43.90 เปอร์เซ็นต์ เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นสัดส่วนจำนวนมาก รองลงมาคือเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด อยู่ที่ 32.85 เปอร์เซ็นต์ และยังมีผู้ที่เลือกใช้บริการทั้งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็น 18.31 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 2 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (N=151)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (N=113)		ไปรษณีย์ไทย และ เคอรี่ เอ็กซ์เพรสในสัดส่วนที่เท่ากัน (N=63)		อื่น ๆ (N=17)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
1. ชาย	59	39.33	36	31.86	23	36.50	5	29.41
2. หญิง	91	60.67	77	68.14	40	63.50	12	70.59
อายุ								
1. 15–17 ปี	2	1.32	0	0.00	1	1.59	0	0.00
2. 18–24 ปี	50	33.11	46	40.71	25	39.68	1	5.88
3. 25–34 ปี	38	25.17	39	34.51	17	26.98	7	41.18
4. 35–44 ปี	25	16.56	14	12.39	10	15.87	5	29.41
5. 45–54 ปี	21	13.91	11	9.73	4	6.35	2	11.76
6. 55–64 ปี	10	6.62	3	2.65	4	6.35	2	11.76
7. 65 ปีขึ้นไป	5	3.31	0	0.00	2	3.17	0	0.00
สถานภาพ								
1. โสด	74	49.01	73	64.60	40	63.49	7	41.18
2. สมรสมีบุตร	61	40.40	28	24.78	18	28.57	7	41.18
3. สมรสไม่มีบุตร	6	3.97	12	10.62	4	6.35	3	17.65
4. หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้างและมีบุตร	8	5.30	0	0.00	1	1.59	0	0.00
5. หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้างและไม่มีบุตร	2	1.32	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ระดับการศึกษา								
1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	17	11.26	0	0.00	5	8.06	3	17.65
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	15	9.93	6	5.31	0	0.00	4	23.53
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	22	14.57	13	11.50	7	11.29	2	11.76
4. อนุปริญญา/ ปวส.	8	5.30	13	11.50	8	12.90	1	5.88
5. ปริญญาตรี	84	55.63	74	65.49	37	59.68	5	29.41
6. สูงกว่าปริญญาตรี	5	3.31	7	6.19	5	8.06	2	11.76
อาชีพ								
1. ผู้บริหารองค์กร	1	0.66	1	0.88	0	0.00	0	0.00
2. พนักงานบริษัทเอกชน	21	13.91	11	0.73	9	14.29	2	11.76
3. เจ้าของกิจการ	11	7.28	21	18.53	7	11.11	3	17.65
4. พ่อค้า แม่ค้า ค้าขาย	29	19.21	9	7.96	4	6.35	3	17.65

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (N=151)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (N=113)		ไปรษณีย์ไทย และ เคอรี่ เอ็กซ์เพรสในสัดส่วนที่เท่ากัน (N=63)		อื่น ๆ (N=17)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ (ต่อ)								
5. วิชาชีพ สถาปนิก หมอ ทนายความ วิศวกร	0	0.00	1	0.88	1	1.59	0	0.00
6. ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจพนักงานในกำกับของรัฐ	18	11.92	19	16.81	9	14.29	2	11.76
7. ช่างฝีมือ	0	0.00	1	0.88	2	3.17	0	0.00
8. ผู้ใช้แรงงาน	4	2.65	3	2.65	1	1.59	1	5.88
9. เกษตรกร ชาวสวน ชาวไร่	19	12.58	3	2.65	7	11.11	5	29.41
10. แม่บ้าน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
11. นักเรียน นักศึกษา	31	20.53	30	26.55	12	19.05	1	5.88
12. เกษียณรับบำนาญ	3	1.99	0	0.00	0	0.00	0	0.00
13. คนว่างงาน	7	4.64	9	7.96	3	4.76	0	0.00
14. พ่อค้า/แม่ค้า/ค้าขายออนไลน์	3	1.99	3	2.65	7	11.11	0	0.00
15. อื่น ๆ	4	2.65	2	1.77	1	1.59	0	0.00
รายได้								
1. น้อยกว่า 6,000 บาท	37	24.50	27	23.89	13	20.63	1	5.88
2. 6,000–14,999 บาท	57	37.75	31	27.43	21	33.33	5	29.41
3. 15,000–24,999 บาท	39	25.83	28	24.78	12	19.05	9	52.94
4. 25,000–39,999 บาท	10	6.62	20	17.70	11	17.46	2	11.76
5. 40,000–59,999 บาท	7	4.64	3	2.65	5	7.94	0	0.00
6. 60,000 บาท ขึ้นไป	1	0.66	4	3.54	1	1.59	0	0.00

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในสัดส่วนที่มากกว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พ่อค้า แม่ค้า ค้าขาย ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ และเกษตรกรอายุระหว่าง 18–54 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 24,999 บาท กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในสัดส่วนที่มากกว่า ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา อายุระหว่าง 18–44 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 39,999 บาท กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการทั้งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส

จำกัด ในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ เกษตรกร กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มพ่อค้า แม่ค้าออนไลน์ อายุระหว่าง 18–44 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 39,999 บาท กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ พ่อค้า แม่ค้า ค้าขาย และเกษตรกร อายุระหว่าง 25–44 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,000–24,999 บาท

การจัดกลุ่มความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ

กระบวนการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากชุดแบบสอบถามของ Li (2002) จำนวน 38 ข้อคำถาม เพื่อจัดกลุ่มของปัจจัยโดยนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้วิธี EFA (Exploratory Factor Analysis) ด้วยวิธี Principle Component with VARIMAX Rotation เลือกค่า Eigen value มีค่าเกิน 1.0 และตัดหัวข้อที่มีค่า Loading น้อยกว่า 0.40 ออกไป เหลือชุดตัวแปรตามกลุ่มที่ผ่านการคัดเลือกมีจำนวน 34 ข้อ จัดกลุ่มปัจจัยได้เป็น 4 กลุ่ม ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุ	Factor Loading
1. พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ	
1.1 การให้บริการต่อหน้าของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าอย่างดี	0.8675
1.2 พนักงานของบริษัทให้บริการด้วยความใส่ใจ คำนึงถึงผู้รับบริการเสมอ	0.8230
1.3 พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ	0.8188
1.4 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของการให้บริการขนส่งพัสดุโดยรวม	0.7805
1.5 พนักงานของบริษัทสามารถตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าต่าง ๆ และราคาค่าบริการได้	0.7422
1.6 พนักงานของบริษัทมีความสุภาพอ่อนน้อม	0.7362
1.7 การให้บริการทางโทรศัพท์ของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี	0.7065
1.8 การให้บริการขนส่งพัสดุตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ	0.7055
1.9 คุณภาพในการบริการขนส่งพัสดุมีอยู่ในระดับสูง	0.6529
1.10 พนักงานของบริษัทสามารถให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบการให้บริการรับ–ส่งพัสดุ	0.5132
1.11 พนักงานของบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีความใส่ใจต่อการขนส่งในทุกขั้นตอน	0.4357

ตาราง 3 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุ	Factor Loading
2. ความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ	
2.1 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ปัญหาของท่านด้านการขนส่งถูกแก้ไข "อย่างรวดเร็ว"	0.7657
2.2 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ "อย่างรวดเร็ว"	0.7530
2.3 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางอินเทอร์เน็ต ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข "อย่างรวดเร็ว"	0.7452
2.4 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางอินเทอร์เน็ต ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข "อย่างเหมาะสม"	0.7392
2.5 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ปัญหาของท่านด้านการขนส่งได้รับการแก้ไข "อย่างเหมาะสม"	0.6970
2.6 ระยะเวลาที่พนักงานตอบสนองการให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	0.5491
2.7 ระยะเวลารอสายเมื่อติดต่อใช้บริการทางโทรศัพท์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้	0.5373
2.8 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ "อย่างเหมาะสม"	0.5072
3. ความใส่ใจในการจัดการพัสดุของผู้ใช้บริการ	
3.1 พัสดุ ถูกจัดส่งโดยไม่มีการสูญหาย	0.5908
3.2 ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ สามารถส่งพัสดุ ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	0.5026
3.3 ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ มารับพัสดุ ตรงตามเวลาที่	0.4853
3.4 เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ "อย่างรวดเร็ว"	0.4707
3.5 หีบห่อพัสดุถูกส่งด้วยความระมัดระวังไม่มีความเสียหาย	0.4641
3.6 เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ "อย่างเหมาะสม"	0.4619
3.7 เมื่อสอบถามจากผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล "อย่างเหมาะสม"	0.4303
3.8 มีพนักงานให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ประจำเคาน์เตอร์ตลอดเวลา	0.4091
4. การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ	
4.1 มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ได้ทางโทรศัพท์	0.8038
4.2 มีบริการให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับบริการขนส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	0.7885
4.3 มีบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่ง ทางโทรศัพท์	0.6718
4.4 มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	0.6557
4.5 มีบริการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับบริการพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	0.6235
4.6 มีพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	0.6090
4.7 มีพนักงานคอยให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ	0.5994

หมายเหตุ: KMO (Kaiser–Meyer–Olkin)=0.9691, Bartlett's test of Sphericity. X^2=703, $p < 0.0000$

จากตาราง 3 ผลการจัดกลุ่มความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการประกอบด้วย การให้บริการต่อหน้าของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าอย่างดี พนักงานของบริษัทให้บริการด้วยความใส่ใจ คำนึงถึงผู้รับบริการเสมอ เป็นต้น ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุประกอบด้วย เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ปัญหาของท่านด้านการขนส่งถูกแก้ไข “อย่างรวดเร็ว” เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ “อย่างรวดเร็ว” เป็นต้น ปัจจัยด้านความใสใจในการจัดการพัสดุของผู้ให้บริการประกอบด้วย พัสดุถูกจัดส่งโดยไม่มีการสูญหาย ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุสามารถส่งพัสดุได้ตรงตามเวลากำหนด เป็นต้น และปัจจัยด้านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการประกอบด้วย มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ได้ทางโทรศัพท์ มีบริการให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับบริการขนส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ เป็นต้น

ตาราง 4 แสดงระดับความเห็นต่อปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ และเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (A)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (B)		T-test	
	mean	แปรผล	mean	แปรผล	P -Value	
1. พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ	**5.27**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**	**5.25**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
1.1 การให้บริการต่อหน้าของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าอย่างดี	5.31	เห็นด้วย	5.17	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.352	A=B
1.2 พนักงานของบริษัทให้บริการด้วยความใส่ใจ คำนึงถึงผู้รับบริการเสมอ	5.16	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.26	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.564	A=B
1.3 พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ	5.34	เห็นด้วย	5.16	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.228	A=B
1.4 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของการให้บริการขนส่งพัสดุโดยรวม	5.20	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.27	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.882	A=B

ตาราง 4 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (A)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (B)		T-test	
	mean	แปรผล	mean	แปรผล	P -Value	
1. พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ (ต่อ)	**5.27**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**	**5.25**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
1.5 พนักงานของบริษัทสามารถตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าต่าง ๆ และราคาค่าบริการได้	5.31	เห็นด้วย	5.23	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.567	A=B
1.6 พนักงานของบริษัทมีความสุภาพอ่อนน้อม	5.39	เห็นด้วย	5.20	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.219	A=B
1.7 การให้บริการทางโทรศัพท์ของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี	5.22	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.21	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.968	A=B
1.8 การให้บริการขนส่งพัสดุตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ	5.19	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.25	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.717	A=B
1.9 คุณภาพในการบริการขนส่งพัสดุมีอยู่ในระดับสูง	5.18	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.21	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.816	A=B
1.10 พนักงานของบริษัทสามารถให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบการให้บริการรับ-ส่งพัสดุ	5.404	เห็นด้วย	5.45	เห็นด้วย	0.721	A=B
1.11 พนักงานของบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีความใส่ใจต่อการขนส่งในทุกขั้นตอน	5.212	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.327	เห็นด้วย	0.486	A=B
2. ความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ	**5.036**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**	**5.120**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
2.1 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์ ปัญหาของท่านด้านการขนส่งถูกแก้ไข “อย่างรวดเร็ว”	5.007	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.080	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.639	A=B
2.2 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์ ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ “อย่างรวดเร็ว”	5.053	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.301	เห็นด้วย	0.060 *	A<B
2.3 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางอินเทอร์เน็ต ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข “อย่างรวดเร็ว”	4.987	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.168	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.274	A=B
2.4 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางอินเทอร์เน็ต ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข “อย่างรวดเร็ว”	5.053	ค่อนข้างเห็นด้วย	4.973	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.623	A=B

ตาราง 4 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (A)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (B)		T-test	
	mean	แปรผล	mean	แปรผล	P -Value	
2. ความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ (ต่อ)	**5.036**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**	**5.120**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
2.5 เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์ ปัญหาของท่านด้านการขนส่งได้รับการแก้ไข “อย่างรวดเร็ว”	5.020	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.088	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.649	A=B
2.6 ระยะเวลาที่พนักงานตอบสนองการให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	5.166	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.159	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.965	A=B
2.7 ระยะเวลารอสายเมื่อติดต่อใช้บริการทางโทรศัพท์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้	4.967	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.071	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.488	A=B
3. ความใส่ใจในการจัดการพัสดุของผู้ให้บริการ	**5.320**	**เห็นด้วย**	**5.247**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
3.1 พัสดุ ถูกจัดส่งโดยไม่มีการสูญหาย	5.338	เห็นด้วย	5.398	เห็นด้วย	0.726	A=B
3.2 ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ สามารถส่งพัสดุ ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	5.371	เห็นด้วย	5.310	เห็นด้วย	0.693	A=B
3.3 ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ มารับพัสดุตรงตามเวลาที่กำหนด	5.364	เห็นด้วย	5.230	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.349	A=B
3.4 เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ “อย่างรวดเร็ว”	5.384	เห็นด้วย	5.292	เห็นด้วย	0.521	A=B
3.5 หีบห่อพัสดุถูกส่งด้วยความระมัดระวังไม่มีความเสียหาย	5.119	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.159	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.832	A=B
3.6 เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ “อย่างรวดเร็ว”	5.298	เห็นด้วย	5.053	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.051*	A>B
3.7 เมื่อสอบถามจากผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล “อย่างรวดเร็ว”	5.238	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.035	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.083*	A>B
3.8 มีพนักงานให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ประจำเคาน์เตอร์ตลอดเวลา	5.444	เห็นด้วย	5.496	เห็นด้วย	0.697	A=B

ตาราง 4 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการ	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (A)		บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด (B)		T-test	
	mean	แปรผล	mean	แปรผล	P -Value	
4. การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ	**5.143**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**	**5.262**	**ค่อนข้างเห็นด้วย**		
4.1 มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ได้ทางโทรศัพท์	4.987	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.080	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.565	A=B
4.2 มีบริการให้ข้อมูลทางโทรศัพท์เกี่ยวกับบริการขนส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	4.954	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.106	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.345	A=B
4.3 มีบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่งทางโทรศัพท์	5.079	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.398	เห็นด้วย	0.038 *	A<B
4.4 มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	5.119	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.283	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.318	A=B
4.5 มีบริการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับบริการพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	5.265	ค่อนข้างเห็นด้วย	5.398	เห็นด้วย	0.420	A=B
4.6 มีพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ	5.285	เห็นด้วย	5.230	ค่อนข้างเห็นด้วย	0.714	A=B
4.7 มีพนักงานคอยให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ	5.311	เห็นด้วย	5.336	เห็นด้วย	0.867	A=B

หมายเหตุ: ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 โดยใช้การทดสอบแบบข้างเดียว

จากตาราง 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด การตอบแบบสอบถามการเห็นด้วยในแต่ละข้อคำถามหมายถึงผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าพึงพอใจเกี่ยวกับ

ประเด็นต่าง ๆ โดยการใช้ T-test พบว่า ผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในสัดส่วนที่มากกว่า มีความเห็นว่าได้รับการบริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในประเด็น เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ “อย่างเหมาะสม” และประเด็นเมื่อสอบถามจากผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล “อย่างเหมาะสม” (P-value=0.051 และ 0.083 ตามลำดับ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1) และผู้ที่ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในสัดส่วนที่มากกว่า มีความเห็นว่าได้รับบริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในประเด็น เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ทางโทรศัพท์ ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ "อย่างรวดเร็ว" และประเด็น มีบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่ง ทางโทรศัพท์ (P-value=0.051 และ 0.038 ตามลำดับ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1)

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษา เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด จำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 385 ตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในงานพระราชทานปริญญาบัตร มหาวิทยาลัยพะเยา ปีการศึกษา 2560 เมื่อวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2562 โดยสอบถามผู้ที่มาร่วมงานซึ่งเป็นผู้ปกครองบัณฑิตที่มาจากจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาข้อคำถามจาก Li (2002) จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในสัดส่วนที่มากกว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พ่อค้า แม่ค้า ค้าขาย ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ และเกษตรกรอายุระหว่าง 18-54 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 24,999 บาท กลุ่มผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัดในสัดส่วนที่มากกว่า ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา อายุระหว่าง 18-44 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 39,999 บาท และกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการส่งพัสดุทั้งบริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัดและบริษัท เคอรี่

เอ็กซ์เพรส จำกัดในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ พนักงานในกำกับของรัฐ เกษตรกร กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มพ่อค้า แม่ค้าออนไลน์ อายุระหว่าง 18–44 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 39,999 บาท

จากการสกัดปัจจัย พบว่าสามารถจัดกลุ่มปัจจัยออกเป็น 4 ปัจจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านพนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ 2) ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ 3) ปัจจัยด้านความใส่ใจในการจัดการพัสดุของผู้ให้บริการ และ 4) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านพนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการ จากการพิจารณาปัจจัยย่อยในด้านต่าง ๆ ผู้ใช้บริการขนส่งเห็นด้วยกับปัจจัยที่ได้สอบถาม หมายถึงผู้ใช้บริการพึงพอใจกับปัจจัยข้อคำถาม โดยปัจจัยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการทั้งสองบริษัทอยู่ในระดับพึงพอใจและค่อนข้างพึงพอใจ แต่ยังมีบางปัจจัยเมื่อทำการเปรียบเทียบกันทางค่าสถิติ (T–test) จะแตกต่างกันคือ ปัจจัยเมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการ พนักงานมีการให้บริการ “อย่างเหมาะสม” ปัจจัยเมื่อสอบถามจากผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล “อย่างเหมาะสม” ปัจจัยเมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ “อย่างรวดเร็ว” และปัจจัยมีบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่งทางโทรศัพท์

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุ ตามที่ Li (2002) ได้สรุปว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะที่ผู้บริโภคมีต่อบริษัท เกิดขึ้นเมื่อสินค้าหรือบริการที่ตนเองได้รับเป็นไปตามหรือมากกว่าที่ตนเองคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีต่อบริษัท และเกิดการซื้อสินค้าซ้ำ จากการสกัดปัจจัยจนได้ปัจจัยใหม่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านพนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการต่อผู้รับบริการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับการศึกษาของกันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

2. ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการและช่วยเหลือการจัดส่งพัสดุ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอภิญญา จันทร์สังข์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตสมุทรปราการ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพราะความรวดเร็วในการให้บริการ และสอดคล้องกับเบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่าการตอบสนองอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ปัจจัยด้านความใส่ใจในการจัดการพัสดุของผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของภัทรดา จันทะเนตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท ผดุงฤทธิ์ ขนส่ง จำกัด มีผลการศึกษาพบว่าระดับคุณภาพโดยรวมการให้บริการขนส่งของบริษัท ผดุงฤทธิ์ขนส่ง จำกัด ด้านความมั่นใจมีระดับมาก หากพิจารณาระดับคุณภาพจากค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบพบว่า การจัดเรียงสินค้ามีความเป็นระเบียบป้องกันความผิดพลาดสินค้าส่งถึงปลายทางครบถ้วนตามจำนวนไม่มีการสูญหาย มีการรักษาความปลอดภัยและป้องกันการสูญหายให้กับสินค้า มีการประกันภัยทั้งรถขนส่งสินค้าและป้องกันสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดการชำรุด เช่น มีอุปกรณ์ยึด รัด หีบห่อบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น โดยมีระดับความสำคัญมากน้อย ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งพัสดุ ซึ่งสอดคล้องกับกิตติภัทธ์ พลทัศน์โยธิน และคณะ (2560) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการขนส่งสินค้าในจังหวัดเลย อุดรธานี หนองบัวลำภู ไปยังกรุงเทพมหานคร ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขปัญหาปรากฏว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องความสนใจและการเอาใจใส่ของลูกค้า ในการรับรู้และแก้ไขปัญหาในการขนส่งสินค้า

5. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดควรมีการปรับปรุงในด้านเมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์ได้รับด้านบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่งทางโทรศัพท์ ส่วนบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรปรับปรุงในด้านบริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการพนักงานมีการให้บริการ “อย่างเหมาะสม” และด้านการให้บริการสอบถามจากผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล “อย่างเหมาะสม”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดควรมีการปรับปรุงในการติดต่อกับผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุทางโทรศัพท์เพื่อรับการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่งทางโทรศัพท์ โดยเพิ่มการให้บริการโทรนัดกับผู้รับพัสดุก่อนนำส่ง เพื่อความถูกต้อง

2. บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ควรปรับปรุงในด้านบริการขนส่งพัสดุ ที่เคาน์เตอร์บริการพนักงานมีการให้บริการ “อย่างเหมาะสม” และด้านการให้บริการสอบถามจากผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล “อย่างเหมาะสม” โดยการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการของพนักงาน เช่น การฝึกอบรมเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า การฝึกอบรมการปฏิบัติตนต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษานี้ มุ่งเน้นศึกษาด้านคุณภาพบริการขนส่งพัสดุ ซึ่งประกอบด้วย ความพร้อมในการให้บริการ การตอบสนองของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ความสมบูรณ์ในการให้บริการ ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ สำหรับการศึกษานี้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลา ผู้ศึกษาได้ศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเชิงลึก การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) กล่าวคือ นอกจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แล้ว ควรศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งในการศึกษาของภาวิดา สุทธิสรโยธิน (2559) ที่ศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าประเภท Cash&Carry กรณีศึกษา ห้างแม็คโคร ก็ได้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์จากเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews)

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐ์เกษม. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

กิตติภัทร์ พลทัศน์โยธิน, ดุษฎีวัฒน์ แก้วอินทร์, ปณภา ภิรมย์นาค, สุรณัฐ ทิพย์บรรณา, ญาณกฤช พวงจันทร์, เฉลิมชัย สุขประเสริษฐ์, และคณะ. (2560). **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการขนส่งสินค้าในจังหวัด เลย ดร บัว ไปยังกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.

จิรนันท์ พุทธชาติ. (2553). **เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจขอลผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทย แบบ One Stop Service กรณีศึกษา: เขตบางขุนเทียน**. การศึกษาเฉพาะบุคคล บธ.บ., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.

จุไรพร พินิจชอบ. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

ชญานิษฐ์ โสรส. (2559). **คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย: ไปรษณีย์ไทยจังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์ บธ.บ., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ. (2556). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. **วารสารจิตวิทยาคลีนิก,** 44(1), 1–16.

ทีมเศรษฐกิจ [นามแฝง]. (23 เมษายน 2561). ธุรกิจโลจิสติกส์เฟื่องฟู...ขานรับค้าออนไลน์. **ไทยรัฐออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.thairath.co.th/news/business/market-business/1261829

นิติพล ภูตะโชติ. (2561). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

นิรวิทธ์ สิระวิทยาวานิช. (2559). **ความพึงพอใจการใช้บริการธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม**. การค้นคว้าอิสระ บธ.บ., มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด. (ม.ป.ป.). เกี่ยวกับเรา. **เคอรี่ เอ็กซ์เพรส บริษัทจัดส่งพัสดุชั้นนำของประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จาก https://th.kerryexpress.com/th/about/

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2560). ประวัติความเป็นมาของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. **ไปรษณีย์ไทย 4.0 มาตรฐาน ทันสมัย พึงพอใจลูกค้า**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_detail/aboutus/89/10053

เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2537. (2542). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์

ภัทรดา จันทะเนตร. (2558). **คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท ผดุงฤทธิ์ ขนส่ง จำกัด**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปทุมธานี.

ยุทธภูมิ จันทร์สุภาเสน. (2555). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลพะเยา จังหวัดพะเยา**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

รฑิตา ฟูแสง. (2561). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดพะเยา.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา,พะเยา.

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์(อินสตาแกรม)ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

วิรัช วรรณรัตน์. (2538). การวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor analysis). **วารสารการวัดผลการศึกษา,** 48(1), 37–42.

อภิญญา จันทร์สังข์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพลส จำกัด ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, เพชรบุรี.

Issaree [นามแฝง]. (15 พฤษภาคม 2561). รวมข้อมูลบริการส่งของในไทย เปรียบเทียบจุดเด่นและราคา ใครตอบโจทย์ E-Commerce มากกว่ากัน. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก https://techsauce.co/tech-and-biz/comparing-logistics-companies-in-thailand

Kerin, R. A., Heartley, S. W., and Rudelius, W., (2009). **MARKETING: THE CORE** (พิมพ์ครั้งที่ 3). New York: McGraw-Hill.

Li, B. (2002). **A Study of critical factor of customer satification in parcel delivery service**. Dissertation Ph.D, University of Nebraska, Nebraska.

Lupang [นามแฝง]. (15 พฤษภาคม 2561). เปิดโมเดลธุรกิจ “เคอรี่ เอ็กซ์เพรส” กับการเป็น Network Company เพื่อเร่งสปีดโต และการจับมือ VGI เปิดบริการ ‘Delivery man’ ช่วง Q3 ปีนี้. **Techsauce**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.marketingoops.com/news/biz-news/kerry-express/

Perreault, W. D., Jr., Cannon, J. P., and McCarthy, E. J., (2008). **Basic Marketing: A marketing strategy planning approach** (พิมพ์ครั้งที่ 1). New York: McGraw-Hill.

Tangsiri [นามแฝง]. (14 พฤษภาคม 2561). ส่องกลยุทธ์ Kerry Express ทำอย่างไรถึงเป็นเบอร์หนึ่งขนส่งฝั่งเอกชนด้วยส่วนแบ่งการตลาด 80%. **Brand Inside ธุรกิจคิดใหม่**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จาก https://brandinside.asia/kerry-express-no1-delivey-service/

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นสำหรับการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ 5 ด้าน ได้แก่ ความพร้อมในการให้บริการ การตอบสนองของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ความสมบูรณ์ในการให้บริการ ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการและความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ

2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน ดังกล่าว

3) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้ ใช้สำหรับสอบถามผู้ที่ใช้บริการนำส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

   ◯ ชาย ◯ หญิง

2. อายุ

   ◯ 15– 17 ปี ◯ 18–24 ปี ◯ 25–34 ปี ◯ 35–44 ปี ◯ 45–54 ปี
   ◯ 55–64 ปี ◯ 65 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

   ◯ โสด ◯ สมรสมีบุตร ◯ สมรสไม่มีบุตร
   ◯ หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าและมีบุตร ◯ หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าแต่ไม่มีบุตร

4. ระดับการศึกษา

   ◯ ประถมศึกษา/ต่ำกว่า ◯ มัธยมศึกษาตอนต้น ◯ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
   ◯ อนุปริญญา/ปวส ◯ ปริญญาตรี ◯ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

◯ ผู้บริหารองค์กร ◯ พนักงานบริษัทเอกชน ◯ เจ้าของกิจการ

◯ พ่อค้า/แม่ค้า/ค้าขาย ◯ วิชาชีพ: สถาปนิก หมอ ทนายความ วิศวกร

◯ ข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานในกำกับของรัฐ

◯ ช่างฝีมือ งานกึ่งฝีมือ: ช่างไม้ ช่างทาสี พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม

◯ ผู้ใช้แรงงาน: กรรมกร หาบเร่ แผงลอย รับจ้างทั่วไป

◯ เกษตรกร ชาวสวน ชาวไร่ (เป็นเจ้าของเอง)

◯ แม่บ้าน (ช่วยค้าขายในบ้าน ไม่ถือว่าทำงาน)

◯ นักเรียน/นักศึกษา

◯ เกษียณรับบำนาญ

◯ คนว่างงาน (กำลังหางานหรือรองานอยู่)

◯ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. รายได้/เดือน

◯ น้อยกว่า 6,000 บาท ◯ 6,000–14,999 บาท ◯ 15,000–24,999 บาท

◯ 25,000–39,999 บาท ◯ 40,000–59,999 บาท ◯ 60,000 บาท ขึ้นไป

7. ให้ท่านระบุประมาณยอดเปอร์เซ็นต์การใช้บริการส่งพัสดุจากผู้ให้บริการในแต่ละรายในปีที่แล้วของท่าน

_____ไปรษณีย์ไทย

_____เคอรี่ เอ็กซ์เพรส

_____นิ่มเอ็กเพรส

_____พัสดุภัณฑ์ไทย

_____รถทัวร์ (บขส. สมบัติทัวร์ สยามเฟิร์สทัวร์)

_____อื่น ๆ (ระบุ_____)

100% รวม

ตอนที่ 2 ส่วนนี้ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการให้บริการส่งพัสดุของผู้ให้บริการที่ท่านใช้บริการบ่อยครั้งมากที่สุดจากคำตอบที่ท่านได้ให้ไว้ในข้อ 7 ตอนที่ 1 เช่น หากท่านใช้บริการของไปรษณีย์ไทย บ่อยครั้งมากที่สุด ให้ท่านตอบคำถามในส่วนนี้ที่เกี่ยวข้องกับไปรษณีย์ไทย ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5	6	7
1. มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการ **จัดส่งพัสดุ** ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆได้ **ทางโทรศัพท์**							
2. มีบริการให้ข้อมูล **ทางโทรศัพท์** เกี่ยวกับบริการขนส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ							
3. มีบริการนัดหมายการให้บริการรับพัสดุเพื่อนำส่ง **ทางโทรศัพท์**							
4. มีการให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ ท่านสามารถสอบถามเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ผ่าน **ทางอินเทอร์เน็ต**							
5. มีบริการให้ข้อมูล**ทางอินเทอร์เน็ต**เกี่ยวกับบริการพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ							
6. มี**พนักงาน**คอยให้ความช่วยเหลือหากท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุ							
7. มี**พนักงาน**ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการส่งพัสดุ เช่น ราคา เวลาเปิดทำการ การติดตามสินค้า หรือข้อมูลอื่น ๆ							
8. มี**พนักงาน**ให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ประจำ**เคาน์เตอร์**ตลอดเวลา							

รายการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5	6	7
9. ระยะเวลารอสายเมื่อติดต่อใช้บริการ**ทางโทรศัพท์**อยู่ในระดับที่ยอมรับได้							
10. ระยะเวลาที่**พนักงาน**ตอบสนองการให้บริการจัดส่งพัสดุอยู่ในระดับที่ยอมรับได้							
11. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางโทรศัพท์** ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ **"อย่างเหมาะสม"**							
12. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางโทรศัพท์** ท่านได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการ **"อย่างรวดเร็ว"**							
13. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางโทรศัพท์** ปัญหาของท่านด้านการขนส่งได้รับการแก้ไข **"อย่างเหมาะสม"**							
14. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางโทรศัพท์** ปัญหาของท่านด้านการขนส่งถูกแก้ไข **"อย่างรวดเร็ว"**							
15. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางอินเทอร์เน็ต** ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข **"อย่างเหมาะสม"**							
16. เมื่อติดต่อผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ**ทางอินเทอร์เน็ต** ปัญหาด้านการขนส่งถูกแก้ไข **"อย่างรวดเร็ว"**							
17. เมื่อสอบถามจากผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับ**พนักงาน**ขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล **"อย่างเหมาะสม"**							
18. เมื่อสอบถามจากผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ เกี่ยวกับพนักงานขนส่งพัสดุ พนักงานสามารถให้ข้อมูล **"อย่างรวดเร็ว"**							

รายการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5	6	7
19. ปัญหาในการขนส่งพัสดุได้ถูกแก้ไข **"อย่างเหมาะสม"** หลังจากได้แจ้งกับพนักงานขนส่งพัสดุ							
20. ปัญหาในการขนส่งพัสดุได้ถูกแก้ไข **"อย่างรวดเร็ว"** หลังจากได้แจ้งกับพนักงานขนส่งพัสดุ							
21. เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่ **เคาน์เตอร์บริการ** พนักงานมีการให้บริการ **"อย่างเหมาะสม"**							
22. เมื่อใช้บริการขนส่งพัสดุ ที่ **เคาน์เตอร์บริการ** พนักงานมีการให้บริการ **"อย่างรวดเร็ว"**							
23. ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ **มารับพัสดุ** ตรงตามเวลาที่กำหนด							
24. ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ สามารถ**ส่งพัสดุ** ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด							
25. หีบห่อพัสดุถูกส่งด้วยความระมัดระวังไม่มีความเสียหาย							
26. พัสดุ ถูกจัดส่งโดย**ไม่มีการสูญหาย**							
27. พนักงานของบริษัทให้บริการขนส่งพัสดุมีความใส่ใจต่อการขนส่งในทุกขั้นตอน							
28. พนักงานของบริษัทสามารถส่งพัสดุได้สำเร็จลุล่วง							
29. พนักงานของบริษัทสามารถให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบการให้บริการรับ-ส่งพัสดุ							
30. พนักงานของบริษัทมีความสุภาพอ่อนน้อม							
31. การให้บริการ**ทางโทรศัพท์**ของพนักงานมีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี							

รายการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5	6	7
32. การให้บริการ**ต่อหน้าของพนักงาน**มีความใส่ใจ และรับฟังความต้องการของลูกค้าอย่างดี							
33. พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ							
34. พนักงานของบริษัทสามารถตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าต่าง ๆ และราคาค่าบริการได้							
35. พนักงานของบริษัทให้บริการด้วยความใส่ใจ คำนึงถึงผู้รับบริการเสมอ							
36. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของการให้บริการขนส่งพัสดุโดยรวม							
37. คุณภาพในการบริการขนส่งพัสดุมีอยู่ในระดับสูง							
38. การให้บริการขนส่งพัสดุตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ							

คำชี้แจง กรุณาอ่าน คำจำกัดความ และตอบคำถามข้างล่าง (ข้อที่ 39 ถึง 44)

ตอนที่ 3 แสดงระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ

ความพร้อมในการให้บริการ: ระดับความสามารถของผู้ใช้บริการในเข้าถึงการให้บริการจัดส่งพัสดุและการให้บริการลูกค้าของผู้ให้บริการ

การตอบสนองของการให้บริการ: ระดับการตอบสนองได้ทันท่วงทีและเหมาะสมของพนักงานผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ

ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ: ระดับความสามารถของผู้ให้บริการในการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง พัสดุไม่ได้รับความเสียหาย และตรงต่อเวลา

ความสมบูรณ์ในการให้บริการ: ระดับความสามารถของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ที่ให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบอย่างสมบูรณ์แบบ

ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ: ระดับความสามารถของพนักงานของผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ในการปฏิบัติงานด้วยความเป็นมืออาชีพ เช่น ความสุภาพอ่อนน้อม ความเห็นอกเห็นใจ ความซื่อสัตย์ และความเป็นมิตร

รายการ	**ระดับความสำคัญ**						
	ไม่มีเลย	**น้อยมาก**	**ค่อนข้างน้อย**	**กึ่งกลาง**	**ค่อนข้างมาก**	**มาก**	**มากที่สุด**
	1	2	3	4	5	6	7
ในฐานะของผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุ **และเพื่อทำให้ท่านเกิด**ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ มีความสำคัญมาก น้อยเพียงใด							
39. ความพร้อมในการให้บริการ							
40. การตอบสนองของการให้บริการ							
41. ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ							
42. ความสมบูรณ์ในการให้บริการ							
43. ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ							

44. ในฐานะของผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุและเพื่อทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ โปรดเรียงลำดับปัจจัยดังต่อไปนี้ ตามลำดับความสำคัญต่อท่าน (1 คือ มากที่สุด–5 คือ น้อยที่สุด)

_____ความพร้อมในการให้บริการ

_____การตอบสนองของการให้บริการ

_____ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ

_____ความสมบูรณ์ในการให้บริการ

_____ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ

45. ในปัจจุบันกระแสข่าวในสังคมออนไลน์ในแง่ลบที่มีต่อการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการส่งพัสดุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่านหรือไม่

ระดับผลกระทบต่อการตัดสินใจ						
ไม่มีเลย	**น้อยมาก**	**ค่อนข้างน้อย**	**กึ่งกลาง**	**ค่อนข้างมาก**	**มาก**	**มากที่สุด**
1	2	3	4	5	6	7

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ นามสกุล ธีรยุทธ อินปัญญา

วัน เดือน ปี เกิด 1 พฤศจิกายน 2532

ที่อยู่ปัจจุบัน 72 หมู่ 4 ตำบลจำป่าหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

ที่ทำงานปัจจุบัน ห้องเย็น ยงยุทธ พะเยา

ตำแหนงหนาที่ปจจุบัน ผู้จัดการ ห้องเย็น ยงยุทธ พะเยา

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2556 ผู้จัดการ ห้องเย็น ยงยุทธ พะเยา

พ.ศ. 2555 Thai Guide บริษัท เพกัส (ประเทศไทย) จำกัด

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554 บธ.บ. (การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว),
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, จังหวัดชลบุรี

ผลงานการตีพิมพ์

ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ธีรยุทธ อินปัญญา (ผู้บรรยาย). (8 มิถุนายน 2562). การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด. ใน **การประชุมทางวิชาการบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 5** (หน้า 192–210). พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ –