

ความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา
สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
The Customer's Satisfaction of the Student Post Office
at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

สุทามาศ ยิ้มวัฒนา¹ ทรศิกา ธาเนนพวงศ์² นภัสนันท์ ทองอินทร์³

Sutamard Yimwattana, Thatsika Thaneenoppawong, Naphasanan Thong-in

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 3. เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการไปรษณีย์นักศึกษา 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ T-test และ F-test (ANOVA) ระดับความสำคัญของสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อไปรษณีย์นักศึกษา สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาในแต่ละด้านโดยรวมอยู่มีความพึงพอใจในระดับมาก 2. พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จัดส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับ ชายหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการขนส่งแบบเร่งด่วน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการขนส่ง

Received: 2021-01-20 **Revised:** 2021-03-21 **Accepted:** 2021-03-23

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Bachelor of Business Administration Program in Logistics Management, Faculty Of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
e-mail: sutamard@aru.ac.th

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Bachelor of Business Administration Program in Logistics Management, Faculty Of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

³ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Bachelor of Arts Program in Tourism, Faculty Of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

สินค้า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการขนส่งสินค้าโดยเฉลี่ย 1-5 ชิ้น จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการส่งของกับไปรษณีย์นักศึกษา 36-100 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 3. ผลการทดสอบสมมติฐาน เพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ (Keywords): ความพึงพอใจ; ไปรษณีย์นักศึกษา

Abstract

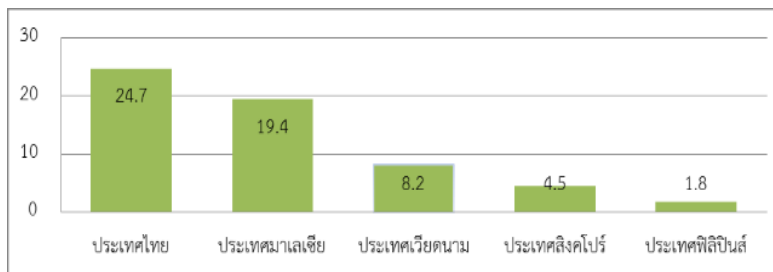
This research aimed to 1) study customer's satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, 2) study customer's behaviors of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, 3) compare demography factors that affect customer's satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. The subjects of the study were 400 customers who received services at the Student Post Office who were selected. The research instrument was a satisfaction questionnaire. Data were analyzed by using statistical analyses including percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested by using T-test and F-test (ANOVA) considering p-value at 0.05. The results showed that 1) customer's satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University in terms of were all in high satisfaction level. 2) The customer's behaviors of the Student Post Office revealed that most of the subjects sent clothing and apparels items (n = 237; 58.5%), used express delivery (n = 294; 73.5%), received service once or twice a week (n = 211; 52.8%), sent items up to 1 – 5 pieces a time (n = 361; 90.3%), and paid 36 – 100 baht a time when they received services from the Student Post

Office (n = 275; 68.8%). 3) The hypotheses test results showed that the different genders influenced the significant different satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University in terms of price, people, physical, and process aspects ($p < 0.05$) The different ages influenced the significant different satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University in terms of people and physical aspects ($p < 0.05$) . Furthermore, the different educational levels influenced the significant different satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University in terms of people and physical aspects ($p < 0.05$). Finally, the different occupations influenced the significant different satisfaction of the Student Post Office at Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University in terms of products, price, place, people, and physical aspects ($p < 0.05$).

Keywords: Satisfaction; Student Post Office

บทนำ (Introduction)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์เติบโต ร้อยละ 5.3-7 จากการขยายตัวการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2561) นำมาซึ่งโอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการขนส่ง ที่จะต้องมีการปรับตัวให้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว ไปรษณีย์นักศึกษาที่มีความจำเป็นต้องปรับตัวตาม เนื่องจากประเทศไทยมีมูลค่าการประกอบธุรกิจแบบการขายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคโดยตรง หรือ Business to Customer (B2C) ติดอันดับ 1 ของอาเซียน โดยมีมูลค่าสูงถึง 24.70 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และทิ้งห่างจากมาเลเซียซึ่งมีมูลค่าเพียง 19.41 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า,2562) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตของตลาดธุรกิจ e-Commerce ในประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจให้บริการขนส่งที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการขนส่งจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ในการนำเสนอรูปแบบการให้บริการของตนเองให้โดดเด่นและสร้างความแตกต่างในตลาด เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการจากการที่ปัจจุบันมีตัวเลือกอยู่เป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 1 มูลค่าสูงสุดการประอบธุรกิจการขายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคโดยตรง
5 อันดับแรกของเอเชีย (หน่วยพันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562

การแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้นของธุรกิจรับฝากส่งพัสดุในปัจจุบัน การมุ่งสร้างผลกำไรเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง การที่ธุรกิจจะดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่นจำเป็นต้องปรับตัวตามสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นหนึ่งตัวแทนธุรกิจรับฝากส่งพัสดุดำเนินการโดยสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เปิดให้บริการเมื่อปี 2560 เป็นไปรษณีย์แห่งในประเทศไทยที่ดำเนินการโดยนักศึกษา ภายใต้มาตรฐานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความต้องการปรับตัวเพื่อพัฒนาคุณภาพการดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์แข่งขัน

จากที่กล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและทำวิจัยในเรื่องความพึงพอใจไปรษณีย์นักศึกษา สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในครั้งนี้ เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของทางไปรษณีย์นักศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
3. เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย บุคลากร 703 คน และนักศึกษา 4,890 คน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งสิ้น จำนวน 5,593 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2563)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยใช้การสุ่มโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง ของ ยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนในการสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัยฉบับนี้คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กลั่นกรองออกมาเป็นแบบสอบถาม ซึ่งใช้วัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รวมถึงการปรับปรุงและนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถามโดยได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha เท่ากับ 0.898 (Cronbach & Shavelson, 2004) คณะผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไป โดยเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภท ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ขนส่งสินค้าเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ที่มีคำตอบหลายตัวเลือก จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษาเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ที่มีคำตอบหลายตัวเลือก จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา โดยข้อคำถามมีจำนวน 32 ข้อ ซึ่งเป็นมาตรวัดค่า 5 ระดับแบบลิเคิร์ต (Likert scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัยโดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการไปรษณีย์นักศึกษา จำนวน 1 ข้อ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการติดตั้งระบบสแกนข้อคำถาม ผ่าน QR CODE บริเวณที่ทำการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และช่องทาง

การสื่อสารองค์กร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ที่มาใช้บริการจริง กระบวนการดำเนินการจะเป็นลักษณะเชิญชวนให้ผู้มารับบริการ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 คณะผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลและ ความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

5.2 คณะผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

5.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.1.4 การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการหาค่า t-test และ F-test

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

2. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 79 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 มีอาชีพนักศึกษา จำนวน 345 คิดเป็นร้อยละ 86.5 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 183 คน ร้อยละ 45.8

3. พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จัดส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับ ชายหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการขนส่งแบบเร่งด่วน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการขนส่งสินค้า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการขนส่งสินค้าโดยเฉลี่ย 1-5 ชิ้น จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการส่งของกับไปรษณีย์นักศึกษา 36-100 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8

3. ระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผลวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวมของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ผู้รับได้พัสดุในเวลาที่กำหนด ($\bar{X}= 4.48$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ มีบริการหลากหลาย เช่น การส่งแบบลงทะเบียน พัสดุด่วน EMS ($\bar{X}= 4.36$)

3.2 ด้านราคา ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ ($\bar{X}= 4.64$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ อัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับบริษัทอื่นที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน ($\bar{X}= 4.27$)

3.3 ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.37$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ช่วงเวลาการทำการมีความเหมาะสม ($\bar{X}= 4.40$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ สถานที่ตั้งในการให้บริการมีความเหมาะสม และ ช่องทางในการติดต่อขอรับบริการมีความสะดวก เช่น facebook Line โทรศัพท์ Social Media เป็นต้น ($\bar{X}= 4.36$)

3.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ของสมนาคุณ การจัดโปรโมชั่นต่างๆมีความน่าสนใจ ($\bar{X}= 3.95$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ การส่งเสริมทางการตลาด เช่นการจัดโปรโมชั่น ของสมนาคุณ เป็นต้น ($\bar{X}= 3.73$)

3.5 ด้านบุคลากร ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ พนักงานแต่งกายเรียบร้อย ($\bar{X}= 4.47$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างมีอาชีพ ($\bar{X}= 4.23$)

3.6 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.23$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดส่ง เช่น อุปกรณ์จำหน่าย อุปกรณ์หุ้มห่อ กรรไกร เทปกาว เป็นต้น ($\bar{X}= 4.33$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ มีการแสดงข้อมูลขั้นตอนการให้บริการ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ($\bar{X}= 4.15$)

3.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการที่ทำงานสะดวกรวดเร็วไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.59$) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาให้บริการ เช่นระบบการจ่ายเงิน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.16$)

4. ตารางแสดงการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ตารางที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	.675	.500
ด้านราคา	2.757	.006*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.284	.201
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.307	.192
ด้านบุคลากร	2.025	.044**
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.055	.041**
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.019	.044**

หมายเหตุ * Sig ที่ระดับ 0.01

** Sig ที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ($P < 0.05$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	.325	.808
ด้านราคา	1.447	.229
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.176	.913
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.961	.411
ด้านบุคลากร	3.575	.014**
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.232	.022
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.295	.276

หมายเหตุ * Sig ที่ระดับ 0.01

** Sig ที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($P < 0.05$) ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	.300	.825
ด้านราคา	.609	.610
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.144	.331
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.190	.313
ด้านบุคลากร	3.340	.019**
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.043	.029**
ด้านกระบวนการให้บริการ	.228	.877

หมายเหตุ * Sig ที่ระดับ 0.01

** Sig ที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($P < 0.05$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้าน และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 4 อาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	2.663	.048**
ด้านราคา	4.770	.003*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.290	.005*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.798	.496
ด้านบุคลากร	6.520	.000*
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	5.120	.002*
ด้านกระบวนการให้บริการ	1.945	.122

หมายเหตุ * Sig ที่ระดับ 0.01

** Sig ที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($P < 0.05$) ส่วน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 5 รายได้มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	1.073	.396
ด้านราคา	2.472	.044**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.371	.243
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.694	.597
ด้านบุคลากร	1.971	.098
ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1.424	.225
ด้านกระบวนการให้บริการ	.133	.970

หมายเหตุ * Sig ที่ระดับ 0.01

** Sig ที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในด้านราคา ($P < 0.05$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ข้อเสนอแนะจากการสำรวจ

- 1) ควรมีเครื่องแบบของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดเพื่อความน่าเชื่อถือ
- 2) ควรเพิ่มการทักทายระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อภิปรายออกเป็น 7 ด้านดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้รับได้พัสดุในเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.48$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2561, หน้า 88) ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขา ขอนแก่นและสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่อธิบายว่าผลิตภัณฑ์และบริการเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ

1.2 ด้านราคา ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ ($\bar{X} = 4.64$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Kotler

(2012) ซึ่งกล่าวว่าราคาเป็นต้นทุนผู้ซื้อ ผู้ซื้อนั้นจะทำการเทียบราคาของสินค้ากับคุณค่าที่ได้รับ ถ้าหากคุณค่าสินค้านั้นสูงกว่าจะทำการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสฌาวดี โฆษิตานนท์ (2561, 34) ซึ่งพบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1.3 ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) และมีปัจจัยย่อยในเรื่องช่วงเวลาการทำการมีความเหมาะสม สถานที่ตั้งในการให้บริการมีความเหมาะสม และ ช่องทางในการติดต่อขอรับบริการมีความสะดวก เช่น facebook Line โทรศัพท์ Social Media เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมจักร เล็กบรรจง (2558) ซึ่งพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ความหลากหลายของช่องทางเข้าถึงบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมาก ในมุมมองการดำเนินธุรกิจบริการในปัจจุบัน

1.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ของสมนาคุณ การจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ มีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ Kotler (2012) ที่อธิบายว่าการส่งเสริมทางการตลาดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการเข้าถึง เข้าใจ เกิดการชักจูงให้เกิดพฤติกรรม เลือกใช้บริการ เป็นกุญแจสำคัญของการสร้างความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องต่อธุรกิจ

1.5 ด้านบุคลากร ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ พนักงานแต่งกายเรียบร้อยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยรัตน์ บันลือ (2556, หน้า 33) พบว่าการให้บริการของบุคลากรมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร ที่อธิบายไว้ว่า ลูกค้าจะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับการจากพนักงานที่มีความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

1.6 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดส่ง เช่น อุปกรณ์จำหน่าย อุปกรณ์หุ้มห่อ กรรไกร เทปกาว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2561, หน้า 93) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านกายภาพ คือ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัย สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ระบบรักษาความปลอดภัย จัดการตกแต่งสถานที่มีความสวยงามสะอาดเป็นระเบียบ นำไปสู่การสร้างคุณค่าของรูปแบบการให้บริการ

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไปรษณีย์นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการที่ทำงานสะดวกรวดเร็วไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.59$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรกานต์ ทรัพย์เสริมทวี และคณะ (2561, หน้า 303) ซึ่งพบว่า กระบวนการ เป็นวิธีการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการ

ให้ บริการกับลูกค้าที่รวดเร็วธุรกิจบริการนั้น ผลลัพธ์เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้แต่กระบวนการทั้งหมดส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่ใช้บริการ ดังนั้นกระบวนการให้บริการจึงเป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจ บริการที่ดีสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2. การประยุกต์ใช้ผลงานวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าเป้าหมายของโปรเซสส์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา คือกลุ่มลูกค้าเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีและมีอาชีพนักศึกษา ควรมีการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ 3 ด้านดังนี้

2.1 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ควรมีแนวทางส่งเสริม การส่งเสริมทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่น ของสมนาคุณ ที่เหมาะสมตามเทศกาล

2.2 ด้านบุคลากร ควรมีแนวทางส่งเสริม การฝึกอบรมพนักงานให้บริการอย่างมืออาชีพ ในด้านการให้บริการการกล่าวต้อนรับ ทักทาย สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

2.3 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรมีแนวทางส่งเสริม มีการแสดงข้อมูลขั้นตอนการให้บริการ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย เป็นแผนผังที่ชัดเจนในจุดที่เข้าถึงผู้ใช้บริการโดยง่าย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 จัดการส่งเสริมทางการตลาดให้เหมาะสมและดึงดูดนักศึกษาให้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น ส่วนลดให้กับผู้ใช้บริการที่แสดงบัตรนักศึกษา เป็นต้น

1.2 มีการสร้างภาพลักษณ์ของโปรเซสส์นักศึกษาใหม่ ประชาสัมพันธ์ร่วมกับการสื่อสารองค์กร ของมหาวิทยาลัยฯ เป็นระยะ เพื่อเชิญชวนให้ผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับโปรเซสส์สาขาอื่นที่ดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน

2.2 มีการศึกษาในด้านปัญหาและอุปสรรค เพื่อความครอบคลุมและแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจรับส่งเอกสารและสิ่งของบวทวิเคราะห์ประจำเดือนเมษายน 2562. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201904.pdf. [8 กุมภาพันธ์ 2563.]
- คณะกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ (2562). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพ.ศ.2562. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เค.พี จัทรเกษม.

- ธรรมจักร เล็กบรรจง. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทประกันภัยไทยจำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี**. 12(27), 85-96.
- วรกานต์ ทรัพย์เสริมทวี และคณะ. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร ยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. 14(3), 291-305.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). **จับตาธุรกิจรุ่ง 2561**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKNOWLEDGE/article/KSMEAnalysis/Documents/Top-Down-Business-2561.pdf>. [4 กุมภาพันธ์ 2563.]
- อัครวดี โฆษิตานนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร. **การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรรวรรณ์ มั่นใส และพจนีย์ เสงี่ยมจิตต์. (2557). “การพัฒนาชุดการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เรื่อง การดำรงชีวิตของสัตว์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4”. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัยพิษณุพนธ์**. 9(2), 91-96.
- Bloom, B.S. (1976). **Human Characteristics and School Learning**. New York: McGraw-Hill Book.
- Cronbach, Lee J. & Shavelson, Richard J. (2004). **My Current Thoughts on Coefficient Alpha and Successor Procedures**. *Educational and Psychological Measurement*. 64(3), 391-418.
- Kotler, P. (2012). **Marketing management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis (3th ed.)**. New York: Harper and Row.