



พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค
Behavior and Satisfaction of Using Thailand Post Company Limited, Seacon
Bangkae Branch

จิตรวี ทองเถา

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค และความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พฤติกรรมของผู้ใช้บริการคือ การเลือกใช้บริการรับ-ส่งพัสดุในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้บริการเดือนละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 12.01 - 16.00 น. และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 50 บาท นอกจากนี้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจมากที่สุด คือด้านราคาค่าบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ และมีความพึงพอใจในน้อยที่สุด คือด้านลักษณะกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และพฤติกรรมในการใช้บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



Abstract

This research aims to study the demographic, customers' behavior, and customers' satisfaction at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch. The samples used for this study are 400 samples from people who servicing at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch. This research was purposive sampling. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used chi-square.

The results of the study showed that most customers are female, aged between 20-30 years old, hold bachelor's degree, single, worked in private companies, and earned more than 30,000 baht. Customers' behavior is the choice of courier services for domestic or oversea. They send 1 time per month. The time period is 12:01-4:00 pm. The expense per time is below 50 Baht. In addition, customers' satisfaction at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch overall was high level. The most satisfaction was price. Secondly, it was process. The lowest satisfaction was physical evidence.

The hypothesis testing revealed that demographic: gender, age, level of education, occupation and customers' behavior of used Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch related to satisfaction: service quality, price, personal, process and physical evidence.

Keywords: Behavior, Satisfaction, Thailand Post Company Limited.

บทนำ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยแปลงสภาพมาจากหน่วยธุรกิจด้านบริการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์หลักในการแปลงสภาพเป็นบริษัทจำกัดเพื่อปฏิรูปกิจการไปรษณีย์ของประเทศไทยให้สามารถดำเนินงานต่อเนื่องไปด้วยตนเองในระยะยาวโดยไม่เป็นภาระของรัฐรวมทั้งสามารถรองรับการให้บริการไปรษณีย์ที่สนองตอบความต้องการของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศโดยให้บริการสื่อสารขั้นพื้นฐานในลักษณะเชิงสังคมแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันการส่งจดหมายและสิ่งของโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นที่นิยมและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในหลายด้าน ทำให้มีปริมาณงานที่สูงขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจ อีคอมเมิร์ซหรือการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากถึงหลักล้านต่อวัน ไปรษณีย์ยังมีบริการมากมายให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย การเติมเงินออนไลน์ การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของไปรษณีย์เอง การต่อ พ.ร.บ.รถยนต์ การสำรองตั๋วการเดินทางและตั๋วการแสดง การชำระค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการบริการ Bank @ Post โดยมีการฝาก-โอน-รับ แต่การบริการที่หลากหลายก็เกิดปัญหาต่างๆตามมามากมายเช่นกัน จากการเก็บสถิติตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 ถึง





เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 พบว่า บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการจัดส่งสินค้าไปแล้วทั้งสิ้น 123,495 ชิ้น และสร้างรายได้มากกว่า 11,836,285 ล้านบาท (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2560) จากจำนวนงานที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีกระบวนการทำงานในหลายขั้นตอน ตั้งแต่รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย และมีระบบลำเลียงซับซ้อน มีคนเข้ามาเกี่ยวข้องหลายคน หลายขั้นตอนกว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับ จำนวนพนักงานก็ไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ความรับผิดชอบในหน้าที่และประสิทธิภาพในการทำงานจึงไม่เทียบเท่าพนักงานประจำที่มีประสบการณ์และความชำนาญมากกว่า จึงนำไปสู่ปัญหาด้านการบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญหาพวกนี้ส่งผลให้คนใช้บริการไปรษณีย์ลดลง และเกิดการแข่งขันทางการตลาดโดยมีคู่แข่งชั้นสูง ทั้งบริษัทของคนไทยและต่างชาติที่หันเข้ามาทำธุรกิจนี้ อย่างเช่น DHL, UPS, FedEx และบริษัทนิมชีเส่งขนส่ง 1988 จำกัด (กิตติยา, 2553)

จากที่ได้กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแคเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค ว่าลูกค้ามีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดเพียงใด ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการและสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค

การทบทวนวรรณกรรม

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

Pearce (2015) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมและความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมาก และเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณที่มาก ดังนั้นโปรแกรมการตลาดใด ๆ ที่มุ่งสร้างความภักดีของลูกค้าจะมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมากจึงจะทำธุรกิจได้รับกำไรในระยะยาวเกิดจากโปรแกรมการสร้าง ความภักดีของลูกค้าและการที่นักการตลาดต้องการส่วนแบ่งการตลาดทำให้นักวิชาการมองว่า ความภักดีของลูกค้าเป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายและปกป้องส่วนแบ่งตลาด และทำให้ต้องใช้สิ่งจูงใจต่างๆ ในการสร้างความภักดีของลูกค้า ซึ่งอาจกำหนดเป็นแนวความคิดเอกพจน์เป็นทัศนคติที่มีต่อวัตถุ ความภักดีหรือการซื้อซ้ำเป็นพฤติกรรมการอุปถัมภ์หรืออาจรวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการแสดงออกเชิงโต้ตอบ

Kotler (2015) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้นเลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร อีกทั้งยังคำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายครอบคลุมสาระสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ การกระทำของแต่ละบุคคล การได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และกระบวนการตัดสินใจ



ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ

Wang (2016) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการให้บริการ และ ผู้ปฏิบัติจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอบริการที่ผู้ให้บริการชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณสมบัติของ บริการที่ผู้ให้บริการต้องการวิธิตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ผู้ให้บริการปรารถนาซึ่งเป็นผลดีต่อ ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และสามารถตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและ รูปแบบที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้ได้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพ ทำงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท พฤติกรรมของผู้ใช้บริการคือ การเลือกใช้ บริการรับ-ส่งพัสดุในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้บริการเดือนละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 12.01 – 16.00 น. และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจมากที่สุด คือด้านราคาค่าบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ และมีความพึงพอใจในน้อยที่สุด คือด้านลักษณะกายภาพ และ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่ เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สำหรับ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค
2. พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

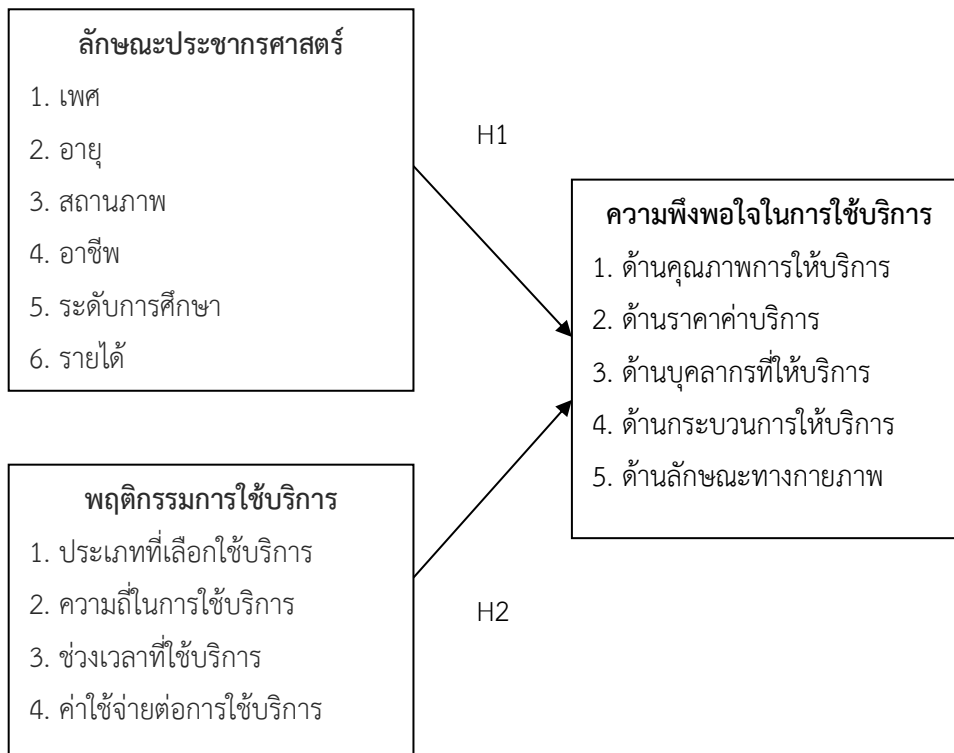


กรอบแนวคิด

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การกำหนดประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค
2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค การศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (กลยา วานิชปัญษา, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการ ใช้บริการ ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (- Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชบัญชา, 2557) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นพบว่า = 0.899

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11.00 น. ถึง 16.00 น. จำนวน วันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการทุก ๆ รายที่เข้ามาใช้ผู้ให้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สีคองบางแค โดยเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้จากค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi - Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (กัลยา วานิชบัญชา, 2557) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการ จำนวน 400 คน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.00 และ 45.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.20 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.50 สถานภาพโสดมากกว่าสมรส คิดเป็นร้อยละ 60.50 ทำอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และมีรายได้ 30,000 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.40

พฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สีคองบางแค

จากผลการวิจัย พบว่า ประเภทที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ ได้แก่ การรับส่งจดหมายในประเทศและต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 72.00 รองลงมาคือการรับ - ส่งจดหมายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 26.20 และรับส่งธนาคัตติในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.60 ส่วนความถี่ในการไปใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.80 และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ ผู้ใช้บริการนิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 น. - 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 8.30 น. -12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.50 และใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 น.-17.00น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวน ต่ำกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 100 -500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มากกว่า 500 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.50



ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค มากที่สุด คือ ด้านราคาค่าบริการ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.617) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.684) และน้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะกายภาพ ($\bar{X} = 3.76$ S.D. = 0.795) จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะความสะอาดภายในไปรษณีย์ การบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม และมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางร้านมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการรับบริการของพนักงาน ส่วนการให้บริการด้านสถานที่จอดรถยนต์ที่มีน้อย อาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงผลดังตารางที่ 1

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพการบริการ	3.95	0.518	มาก
ด้านราคาค่าบริการ	3.97	0.617	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.91	0.714	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.684	มาก
ด้านลักษณะกายภาพ	3.76	0.795	มาก
รวม	3.91	0.715	มาก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ผลการทดสอบผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถสรุปผลการทดลองสมมติฐานได้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค				
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ลักษณะกายภาพ
เพศ	0.041*	0.017*	0.758	0.045*	0.012*
อายุ	0.021*	0.001*	0.004*	0.031*	0.002*
สถานภาพ	0.001*	0.005*	0.512	0.001*	0.000*
อาชีพ	0.005*	0.045*	0.016*	0.003*	0.014*
ระดับการศึกษา	0.015*	0.671	0.008*	0.000*	0.000*
รายได้	0.001*	0.000*	0.001*	0.025*	0.005*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ $*p < 0.05$

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนความถี่ในการใช้บริการ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

พฤติกรรมการใช้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค				
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ลักษณะทางกายภาพ
ประเภทที่เลือกใช้บริการ	0.010*	0.781	0.512	0.014*	0.001*
ความถี่ในการใช้บริการ	0.000*	0.014*	0.012*	0.001*	0.032*
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	0.024*	0.515	0.662	0.000*	0.000*
ค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ	0.000*	0.001*	0.001*	0.035*	0.001*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ $*p < 0.05$



สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($= 3.91$) ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่สาขา ชีคอนบางแค นั้น จะต้องมีการประเมินทางเลือกไปรษณีย์ที่ให้บริการดีที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นผู้ใช้บริการจะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ราคาค่าบริการที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการ และมีความสะดวกในการไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้น ย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้ที่มีเพศต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการเคยใช้บริการมา นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ส่วนคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีการใช้จ่ายหรือ ใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำซึ่งต้องคิดพิจารณาในการเลือกซื้อ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นจริง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้บริการอาจช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความความพึงพอใจในการใช้บริการได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการ และคุณภาพการให้บริการที่ดีเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับ นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ หลักสี่ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการใช้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแคในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น มีการกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม อีกทั้งควรมีการอบรมมารยาท การแต่งกาย บุคลิกภาพ และการช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด และจากความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ นั้น ผู้ประกอบการควรจัดให้มีที่จอดรถยนต์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ตัวแปรในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เช่น ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศหรือของโลก สภาวะสังคม ส่วนด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเฉพาะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค เท่านั้น ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่สาขาอื่นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา เหมงค์. (2553). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ หลักสี่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). *สมการโครงสร้าง SEM โดย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- คำนาย อภิรัชญาสกุล. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชชิง จำกัด.
- นฤมล พันธุ์เตี้ย. (2558). *พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำเหร่*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2560). *ไปรษณีย์ไทยเพิ่มความสะดวกนักซ้อป*. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1444279899
- Kotler, Philip. 2015. *Marketing Management*. 18th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Pearce, R. D. (2015). *Global competition and technology Basingstoke*. London: Macmillan.
- Bloch, P., & Richins, M. (2015). *An investigation of consumer browsing behavior*. Advances in Consumer Research.

