



คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี The Service Quality Influencing on Customer Loyalty of Thailand Post Service in Surat Thani Province

ชุติกานจน์ รุณแสง* และวรรณวิชณี ทองอินทรราช
Chutikarn Roonsaeng* and Wanwichanee Thongintarad

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
Graduate School Suratthani Rajabhat University, Muang, Suratthani 84000, Thailand

*Corresponding author, e-mail: 6505251511@student.sru.ac.th

(Received: Jul 23, 2024; Revised: Jan 31, 2025; Accepted: Jan 31, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและระดับความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ รองลงมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ ความภักดีของผู้ใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ ตามลำดับ ผลการทดสอบคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นไปรษณีย์ไทยควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อการใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อยังคงรักษาจุดแข็งในฐานะผู้นำในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย

Abstract

This study aimed to study the service quality and customer loyalty of Thailand post service in Surat Thani province and to study the service quality influencing on customer loyalty of Thailand post service in Surat Thani province. This study is analysed with a quantitative research method. The sampling size was 400 Thailand post customers in Surat Thani province with the non-probability sampling selection. A questionnaire was collected the research data. Data analysis used descriptive statistics, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the study found that the overall service quality was at the highest level, ranked from highest to lowest mean, namely, reliability, followed by tangibility, assurance, empathy, and responsiveness, respectively. The overall customer loyalty was at the highest level, ranked from highest to lowest mean, namely, behaviour and attitude, respectively. Five aspects of service quality influencing on customer loyalty of Thailand post service in Surat Thani province results showed that empathy and assurance affecting on the customer loyalty of Thailand post service in Surat Thani province with 0.05, Therefore, Thailand post services in Surat Thani province should focus on assurance

and empathy in order to sustain their customer loyalty and maintain its strength as a leader in logistics services provider in Thailand with efficiently and sustainably.

Keywords: Service quality, Customer loyalty, Thailand Post

บทนำ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางโดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านมีจำนวนมากขึ้น จำเป็นต้องใช้ตัวกลางในการขนส่งสินค้าทำให้การขนส่งทางบกและธุรกิจรับส่งพัสดุขยายตัว การเปิดกิจการเพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่าตลาดของธุรกิจขนส่งด่วนจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะทะลุ 1 แสนล้านบาทภายในปี 2567 ส่วนแบ่งทางการตลาดขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยพบว่า ไปรษณีย์ไทยยังคงเป็นผู้นำในตลาด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23.50 รองลงมาเป็น Kerry Express ที่ร้อยละ 20.10 Flash Express ที่ร้อยละ 17.40 DHL Express ที่ร้อยละ 16.50 J & T Express ที่ร้อยละ 13.90 และขนส่งอื่น ๆ รวมกันอยู่ที่ร้อยละ 8.70 (Shippop, 2023) จากการเติบโตของตลาดขนส่งพัสดุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นทำให้บริษัทขนส่งพัสดุอย่างไปรษณีย์ไทย มีคู่แข่งและเกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ไปรษณีย์ไทยจึงยังคงต้องพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่ระดับต้นน้ำไปสู่ระดับปลายน้ำพร้อมใส่ใจในทุกรายละเอียดของผู้ใช้บริการ

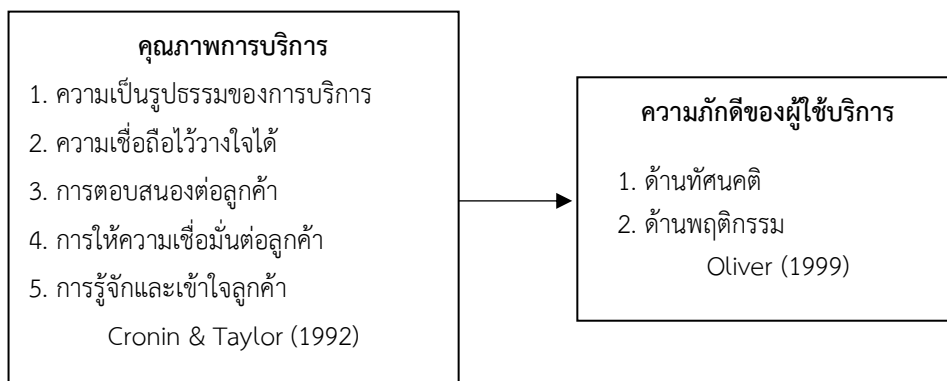
แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการถูกนำมาใช้ในการวิจัยสำหรับธุรกิจบริการเป็นจำนวนมาก รวมทั้งธุรกิจการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จนกระทั่งการกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจขนส่งที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นทำให้เกิดธุรกิจขนส่งแบรนด์อื่น ๆ ขึ้นมา และในบางพื้นที่มีจุดบริการที่กระจายครอบคลุมมากกว่า มีอัตราค่าบริการที่น้อยกว่า เกิดการบอกต่อกันปากต่อปาก หรือผ่านอินเทอร์เน็ต (Sittiboonruang, 2022) ทำให้ไปรษณีย์ไทยซึ่งเป็นผู้นำในตลาดอาจได้รับผลกระทบเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลูกค้าเปลี่ยนไปเข้าใช้บริการในแบรนด์อื่น ทำให้เห็นถึงความภักดีของลูกค้าที่มีต่อไปรษณีย์ลดลง ความภักดีนั้นเป็นความสัมพันธ์หรือความผูกพันที่ลูกค้ามีต่อองค์กร (Oliver, 1999) ทั้งด้านทัศนคติที่ดีมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร ทัศนคติเป็นการวัดความรู้สึกของลูกค้าต่อความผูกพัน โดยการพิจารณาได้จากความตั้งใจซื้อ ความอ่อนไหวต่อราคา และด้านพฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออกมา โดยการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง (Fang, 2022) ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อองค์กรในการเข้าใช้บริการจนเกิดความตั้งใจซื้อในครั้งต่อไป (Pummaphan, 2019) ซึ่งพฤติกรรมนี้จะเปลี่ยนแปลงเมื่อได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ จากผลกระทบของศักยภาพทางการแข่งขันและความภักดีของลูกค้านั้นมีการปรับเปลี่ยนไปตามแนวโน้มของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี หากผู้ให้บริการขนส่งรายอื่นมีคุณภาพการบริการที่ดีกว่าจะทำให้ความตั้งใจในการใช้บริการไปรษณีย์มีแนวโน้มลดลง ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ (Lommaneesap, 2023; Wanmanee, 2023)

แนวคิดที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Cronin & Taylor (1992) ซึ่งพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวัดประสิทธิภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVPERF” ที่มุ่งเน้นเฉพาะการรับรู้ถึงประสิทธิภาพการบริการเท่านั้น โดยพัฒนาต่อมาจากแบบจำลองคุณภาพการบริการดั้งเดิมที่เรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งเป็นแนวคิดช่องว่างคุณภาพการบริการ ใช้วัดความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ เสนอโดย Parasuraman *et al.* (1985) กล่าวว่า คุณภาพการบริการในมุมมองผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนและหลังส่งมอบการบริการ หากได้รับการบริการน้อยกว่าที่คาดหวัง ก็หมายความว่าคุณภาพการบริการต่ำกว่าความพึงพอใจ แม้ว่าแบบจำลอง SERVQUALจะเป็นที่นิยมใช้กันกว้างขวาง แต่ Cronin & Taylor เสนอเหตุผลว่า ไม่จำเป็นต้องวัดความคาดหวังของลูกค้า ให้วัดเฉพาะส่วนของการรับรู้ของลูกค้าที่เกิดจากการเข้ารับบริการจริง และเห็นว่า มาตรวัด SERVQUAL มีข้อบกพร่อง คือ เป็นมาตรวัดที่ตั้งอยู่บนแนวคิดความพึงพอใจเป็นหลักมากกว่าแนวคิดของทัศนคติ ดังนั้น Cronin & Taylor จึงพัฒนามาตรวัด SERVPERF ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพมุ่งเน้นไปที่การรับรู้ถึงผลของการบริการเพียงด้านเดียว หรือการวัดคุณภาพการบริการที่เน้นเฉพาะผลการดำเนินงานขององค์กรตามที่ผู้บริโภครับรู้ โดยไม่นำความคาดหวังมาเป็นตัวประเมิน องค์ประกอบเรื่องคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Cronin & Taylor ประกอบด้วยประเด็น 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า การศึกษาองค์ประกอบคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จะทำให้ทราบถึงความประทับใจของลูกค้าในการตัดสินใจใช้บริการ (Ungsamran, 2023) และแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการให้อยู่เหนือคู่แข่ง (Sakulthaworn, 2021)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและระดับความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 สามารถกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยในครั้งนี้ ได้ดังนี้ ตัวแปรด้านคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Cronin & Taylor (1992) ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เป็นการบริการที่มีลักษณะทางกายภาพปรากฏให้เห็น คือ ไปรษณีย์มีจุดบริการที่ง่ายในการเข้าถึง กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นการให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้แก่ผู้ใช้บริการ ส่งมอบพัสดุตามวันเวลาที่กำหนด 3) การตอบสนองต่อลูกค้า เป็นการบริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว มีกระบวนการคัดแยก การกระจายสินค้าและการจัดส่งที่รวดเร็ว 4) การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์ ไม่ทำให้พัสดุสูญหายหรือเสียหายแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า การให้บริการที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ คือ การที่จัดส่งด้วยบุรุษไปรษณีย์ที่มีความชำนาญในเส้นทางรู้จักสถานที่ปลายทางเป็นอย่างดี สำหรับตัวแปรตามเป็นความภักดีของผู้ใช้บริการตามแนวคิดของ Oliver (1999) ประกอบด้วย 1) ทัศนคติ หมายถึง เป็นการวัดอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าไปรษณีย์ไทยว่ามีความผูกพัน หรือเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าและบริการ โดยพิจารณาได้จากความตั้งใจซื้อ ความอ่อนไหวต่อราคา การเป็นทางเลือกแรก และความชอบ และ 2) พฤติกรรม หมายถึง ลูกค้ามีการซื้อหรือใช้บริการซ้ำในสินค้าและองค์กรเดิม มีการซื้อบ่อยครั้งจนเกิดขึ้นเป็นความภักดี เช่น เมื่อมีโอกาסק็กกลับมาใช้บริการอีกถึงแม้ว่าบางบริการจะมีการปรับราคาสูงขึ้นเมื่อเทียบกับผู้ใช้บริการในลักษณะเดียวกัน และจะชักชวนหรือแนะนำบุคคลในทางที่ดีให้มาใช้บริการหรือติดตามข่าวสารเกี่ยวกับบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อใช้บริการต่อไปในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ต้องการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปสู่การกำหนดการพัฒนาการบริการไปรษณีย์ไทยต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เคยใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยมีคำถามในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างไว้ในแบบสอบถามเพื่อสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น ข้อคำถามคัดกรองถามว่า “ท่านเคยใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีหรือไม่” หากกลุ่มตัวอย่างตอบว่า “เคย” จึงจะสามารถทำแบบสอบถามในตอนต่อไปได้ การสุ่มตัวอย่างจึงใช้แบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลแบบสอบถามทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นจำนวนที่

สามารถเก็บรวบรวมได้เพิ่มเติมมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 385 ตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณจากสูตรของคอแครน (Cochran, 1953) ที่กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการ และลักษณะบริการที่ใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเรื่องคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สร้างขึ้นมาจากการศึกษา แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ Cronin & Taylor (1992) และค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นการวัดระดับความคิดเห็น 5 ตัวเลือก (Likert, 1961) โดยมีข้อคำถามจำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเรื่องความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี สร้างขึ้นมาจากการศึกษา แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการของ Oliver (1999) และค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อคำถามจำนวน 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทัศนคติและด้านพฤติกรรม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เป็นการวัดระดับความคิดเห็น 5 ตัวเลือก (Likert, 1961)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (IOC : Index of item objective congruence) โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหา ผลของการพิจารณาเกณฑ์ค่าความเที่ยงตรงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ถือว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (Wanitchbancha, 2018) เมื่อนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว นำไปทดสอบใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) โดยค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Wanitchbancha, 2018) ภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.958 โดยแยกเป็นตัวแปร ได้ค่าความเชื่อมั่นด้านคุณภาพการบริการเท่ากับ 0.963 และค่าความเชื่อมั่นด้านความภักดีของผู้ใช้บริการเท่ากับ 0.867

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดส่งคิวอาร์โค้ดแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์ (Google form) จำนวน 352 ตัวอย่าง ตามกรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งพบว่า ตามการกำหนดขนาดตัวอย่างยังต้องการอีก 33 ตัวอย่าง จากการคำนวณตามสูตรที่คิดเป็น 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงมีการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม โดยแจกแบบสอบถามแบบกระดาษให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวกในการทำแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 ตัวอย่าง ได้รับการตอบกลับจำนวน 48 ตัวอย่าง จึงนำมารวมกับจำนวนคำตอบจากแบบสอบถามออนไลน์ อีกจำนวน 352 ตัวอย่าง รวมทั้งหมดเป็น 400 ตัวอย่าง จึงยุติการเก็บแบบสอบถามเนื่องจากเพียงพอและเกินกว่าจำนวนขั้นต่ำที่คำนวณได้จากในสูตรแล้ว จากนั้นนำไปตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลพบว่า สมบูรณ์แบบทั้งหมด แล้วนำข้อมูลไปบันทึกและนำไปวิเคราะห์วิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การวิเคราะห์คุณภาพการบริการและความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analytical statistic) คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และนำเสนอในรูปของตารางพร้อมทั้งบรรยาย จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย (Wanitchbancha, 2018) การทดสอบสมมติฐานคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) (Wanitchbancha, 2018)

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลและข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ เพื่อให้ผลลัพธ์มีความน่าเชื่อถือ (Kosolkittiamporn, 2020) สามารถอธิบายพอสังเขปดังนี้

1) ข้อตกลงเกี่ยวกับการแจกแจงของประชากร (Normality) ทดสอบโดยใช้ Kolmogorov - Smirnov test ตัวแปรทุกตัวมีค่า $\text{sig} < 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักแสดงให้เห็นว่า การแจกแจงของประชากรมีความไม่เป็นปกติ ซึ่งทำให้มีโอกาสที่จะเกิดความคลาดเคลื่อน ประเภทที่ 1 (Type I error) จนอาจทำให้ค่าความเชื่อมั่นของอำนาจการทดสอบต่ำ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีจำนวนตัวอย่างที่มากเพียงพอ ($n > 200$) จึงได้รับการยกเว้นว่าไม่ต้องพิจารณาการแจกแจงความเป็นปกติของตัวอย่างตาม Central limit theorem

2) ข้อตกลงเกี่ยวกับความเป็นเส้นตรง (Linearity) ทดสอบโดยใช้ ANOVA พบว่า ค่า $\text{sig} < 0.05$ แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) และตัวแปรตาม (Y) มีความเป็นเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นไปตามข้อตกลงของการวิเคราะห์การถดถอย

3) การตรวจสอบการเกิด Multicollinearity เพื่อทดสอบความเป็นอิสระจากกันของตัวแปรอิสระทุกตัวแปร พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.61 – 0.78 ไม่เกิน 0.8 แสดงว่าไม่มีปัญหาภาวะ Multicollinearity (Wanitchbancha, 2018) และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Linear regression analysis) ด้วยวิธี Enter ในการหาค่า Tolerance และค่า VIF (Variance inflation factors) เพื่อพิจารณาการเกิด Multicollinearity ดังตารางที่ 3 พบว่า ค่า VIF ไม่มีตัวแปรใด ≥ 10 และค่า Tolerance ไม่เข้าใกล้ 0 (Wanitchbancha, 2018) สรุปว่า ตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันหรือไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทั้งค่า VIF และค่า Tolerance อยู่ในระดับที่ผู้วิจัยยอมรับได้ ซึ่งตัวแปรอิสระทุกด้านสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ได้

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกเป็นรายด้าน

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ			
1.1 ที่ทำการไปรษณีย์ไทยตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	4.31	0.73	มากที่สุด
1.2 ที่ทำการไปรษณีย์ไทยมีจำนวนวัสดุอุปกรณ์เพียงพอสำหรับการบริการ ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สก๊อตเทป ปากกา เป็นต้น	4.43	0.67	มากที่สุด
1.3 ที่ทำการไปรษณีย์ไทยมีป้ายแสดงรายละเอียดและราคาของสินค้าและบริการอย่างชัดเจน	4.25	0.74	มากที่สุด
1.4 พนักงานของที่ทำการไปรษณีย์ไทยแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยขณะปฏิบัติงาน	4.36	0.73	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.33	0.59	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้			
2.1 ท่านได้รับการบริการที่ดีจากที่ทำการไปรษณีย์ไทยเหมือนเดิมทุกครั้งที่ได้รับบริการ	4.36	0.70	มากที่สุด
2.2 ที่ทำการไปรษณีย์ไทยให้บริการได้ตรงตามเวลาทำการตามเวลาเปิด-ปิดที่ระบุไว้	4.50	0.66	มากที่สุด
2.3 พนักงานไปรษณีย์ไทยให้บริการส่งมอบสินค้าของท่านตรงเวลาที่นัดหมาย	4.25	0.81	มากที่สุด
2.4 พนักงานไปรษณีย์ไทยให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลการส่งพัสดุอย่างถูกต้อง	4.37	0.73	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.37	0.62	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า			
3.1 ที่ทำการไปรษณีย์ไทยมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ทำให้ท่านไม่ต้องรอคอยคิวรับบริการเป็นเวลานาน	4.26	0.75	มากที่สุด
3.2 พนักงานไปรษณีย์ไทยมีความสุภาพและกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.30	0.71	มากที่สุด
3.3 พนักงานไปรษณีย์ไทยตอบข้อซักถามในการให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.29	0.68	มากที่สุด
3.4 พนักงานไปรษณีย์ไทยให้บริการท่านด้วยความสะดวกรวดเร็ว	4.35	0.70	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.30	0.63	มากที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า			
4.1 ท่านมีความเชื่อมั่นว่า พัสดุที่ส่งโดยที่ทำการไปรษณีย์ไทยไม่ได้รับความเสียหายหรือบุบสลายก่อนส่งมอบให้แก่ท่าน	4.27	0.77	มากที่สุด
4.2 ท่านมีความเชื่อมั่นว่า พนักงานไปรษณีย์ไทย มีความซื่อสัตย์พัสดุที่เป็นสิ่งของมีค่าจะไม่สูญหายเมื่อส่งโดยที่ทำการไปรษณีย์ไทย	4.32	0.79	มากที่สุด
4.3 ท่านมีความเชื่อมั่นว่า พนักงานไปรษณีย์ไทย จะไม่ส่งมอบสินค้าหรือบริการหากไม่ใช้ผู้ที่ระบุไว้ หรือ ผู้ที่รับมอบสิทธิ์ในการรับสินค้าหรือบริการ	4.29	0.76	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความคิดเห็น
4.4 ท่านมีความเชื่อมั่นว่า พนักงานไปรษณีย์ไทย ส่งมอบสินค้าหรือบริการได้ถูกต้องตรงตามที่อยู่หรือสถานที่ที่ผู้ฝากส่งระบุไว้	4.37	0.70	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.31	0.70	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า			
5.1 พนักงานไปรษณีย์ไทย เอาใจใส่ในการนำเสนอสินค้าและบริการ	4.25	0.73	มากที่สุด
5.2 พนักงานไปรษณีย์ไทยตั้งใจรับฟังและแก้ไขปัญหาของลูกค้าด้วยความเต็มใจ	4.30	0.73	มากที่สุด
5.3 พนักงานไปรษณีย์ไทยให้ความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	4.33	0.71	มากที่สุด
5.4 พนักงานไปรษณีย์ไทยให้เกียรติและต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.37	0.67	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.31	0.65	มากที่สุด
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.33	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.37$) (S.D. = 0.62) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ ที่ทำการไปรษณีย์ไทยให้บริการได้ตรงตามเวลาทำการตามเวลาเปิด-ปิดที่ระบุไว้ ($\bar{X} = 4.50$) (S.D. = 0.66) รองลงมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.33$) (S.D. = 0.59) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ ที่ทำการไปรษณีย์ไทยมีจำนวนวัสดุอุปกรณ์เพียงพอสำหรับการบริการ ณ จุดบริการลูกค้า เช่น สก๊อตเทป ปากกา เป็นต้น ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.31$) (S.D. = 0.70) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ ความเชื่อมั่นว่าพนักงานไปรษณีย์ไทยส่งมอบสินค้าหรือบริการได้ถูกต้องตรงตามที่อยู่หรือสถานที่ที่ผู้ฝากส่งระบุไว้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.31$) (S.D. = 0.65) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ พนักงานไปรษณีย์ไทยให้เกียรติและต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.37$) (S.D. = 0.67) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.30$) (S.D. = 0.63) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ พนักงานไปรษณีย์ไทยให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.35$) (S.D. = 0.70) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความภักดีต่อการใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกเป็นรายด้าน

ความภักดี	$\bar{X}$	S.D.	ความคิดเห็น
1. ด้านทัศนคติ			
1.1 เมื่อท่านต้องการส่งพัสดุหรือไปรษณีย์ภัณฑ์ ท่านจะนึกถึงไปรษณีย์ไทยเป็นอันดับแรก	4.24	0.77	มากที่สุด
1.2 ท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการของผู้ให้บริการรายอื่นถึงแม้ว่าจะมีทางเลือกที่ดีกว่า	4.12	0.82	มาก
1.3 ท่านมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของไปรษณีย์แห่งนี้	4.27	0.79	มากที่สุด
1.4 ท่านยินดีจ่ายเงินซื้อการให้บริการส่งพัสดุหรือไปรษณีย์ภัณฑ์ในระดับที่สูงกว่าเดิม หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้	4.31	0.71	มากที่สุด
1.5 ราคาจัดส่งพัสดุของผู้ให้บริการรายอื่น ไม่สามารถทำให้ท่านเปลี่ยนใจไปใช้บริการได้	4.19	0.77	มาก
1.6 ราคาจัดส่งพัสดุเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	4.25	0.71	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.21	0.66	มากที่สุด
2. ด้านพฤติกรรม			
2.1 ท่านจะกลับมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยอีกเมื่อมีโอกาส	4.31	0.67	มากที่สุด
2.2 ท่านจะยังคงกลับมาใช้บริการไปรษณีย์ ถึงแม้ว่าบางบริการจะมีการปรับราคาสูงขึ้น เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการในลักษณะเดียวกัน	4.18	0.75	มาก
2.3 ท่านต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อใช้บริการต่อไปในอนาคต	4.25	0.72	มากที่สุด
2.4 ท่านจะชักชวนบุคคลอื่นให้มาใช้บริการไปรษณีย์ที่ท่านได้เข้าใช้บริการ	4.18	0.73	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความภักดี	$\bar{X}$	S.D.	ความคิดเห็น
2.5 ท่านมักจะกระตุ้นให้ผู้อื่นสนใจและใช้บริการไปรษณีย์ไทย	4.14	0.82	มาก
2.6 ท่านพูดถึงบริการของไปรษณีย์ไทยในทางที่ดีเสมอ	4.24	0.78	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.23	0.66	มากที่สุด
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.22	0.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความภักดีต่อการใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ภาพรวมความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\bar{X} = 4.22$) (S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.23$) (S.D. = 0.66) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยอีกเมื่อมีโอกาส ($\bar{X} = 4.31$) (S.D. = 0.67) รองลงมา ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 4.21$) (S.D. = 0.66) ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ คือ ลูกค้ายินดีจ่ายเงินซื้อการให้บริการส่งพัสดุหรือไปรษณีย์ภัณฑ์ในระดับที่สูงกว่าเดิม หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้ ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดำเนินการวิเคราะห์ตัวแปรคุณภาพบริการ 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2) การตอบสนองต่อลูกค้า (X_3) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (X_5) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการใช้บริการของไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร คุณภาพบริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		p-value	Zero-order	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	β	t				
คงที่ (Constant)	0.132	0.123		1.072	0.284			
X_1	0.040	0.044	0.037	0.909	0.364	0.993	0.342	2.922
X_2	0.088	0.048	0.086	1.841	0.066	0.994	0.269	3.720
X_3	0.020	0.058	0.019	0.341	0.734	0.995	0.178	5.616
X_4	0.214	0.036	0.234	5.862	0.000*	0.993	0.367	2.726
X_5	0.585	0.043	0.594	13.658	0.000*	0.997	0.308	3.249

R = 0.821, $R^2 = 0.771$, Adjusted $R^2 = 0.768$, Std. Error = 0.307, F = 264.572

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี (Y) และชี้ให้เห็นว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) (มีค่า p-value = 0.000) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (X_5) (มีค่า p-value = 0.000) มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า คุณภาพการบริการด้านดังกล่าว สามารถพยากรณ์ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1) (มีค่า p-value = 0.364) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2) (มีค่า p-value = 0.066) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3) (มีค่า p-value = 0.734) ทั้ง 3 ตัวแปรนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ด้านดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรต้นที่อำนาจพยากรณ์ได้ คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\beta=0.234$) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta=0.594$) ทำให้ตัวแปรสามารถอธิบายความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ร้อยละ 76.80

แสดงสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ $\hat{Y} = 0.132 + 0.214(X_4) + 0.585(X_5)$ และสมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ $\hat{Z} = 0.234(Z_4) + 0.594(Z_5)$

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและผลการศึกษาที่เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความภักดีในการใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สอดคล้องกับ Yanpreecha (2020); Waranantakul & Waranantakul (2017) ที่พบว่า คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเน้นการสร้างการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ การสร้างมาตรฐานของการให้บริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ เมื่อเกิดปัญหาองค์กรสามารถตรวจสอบข้อมูลพัสดุที่ส่งไปยังปลายทางด้วยความรวดเร็วเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการรับประกันสินค้าให้ถึงปลายทางโดยไม่เกิดความสูญหายหรือเสียหายของพัสดุ และการให้ความช่วยเหลือแนะนำ การให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

สำหรับความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อไปรษณีย์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน คือ ความภักดีในการใช้บริการด้านทัศนคติ ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่า ลูกค้ายินดีจ่ายเงินค่าบริการขนส่งพัสดุหรือขนส่งไปรษณีย์กับไปรษณีย์ไทยแม้ว่าราคาสูงกว่าเดิม หากผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ ส่วนความภักดีในการใช้บริการด้านพฤติกรรม ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่า จะกลับมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยอีกเมื่อมีโอกาส สอดคล้องกับ Pummaphan (2019) พบว่า ระดับความภักดีนั้นเป็นเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม เนื่องจากเมื่อเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรในการพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการจนเกิดความตั้งใจซื้อในครั้งต่อไป สอดคล้องกับ Wanmanee (2023) แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของราคาค่าการจัดส่งพัสดุที่เพิ่มขึ้น ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ายังคงมาซื้อสินค้าและใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2. ผลการทดสอบคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ประเด็นสำคัญด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ การที่ไปรษณีย์แสดงออกให้เห็นถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ คือ การที่ไม่ทำให้สินค้าของลูกค้าเกิดความเสียหายบุบสลายหรือสูญหายก่อนถึงมือลูกค้า สอดคล้องกับ Nantawong (2020) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นอย่างมาก ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและถือว่าเป็นจุดแข็งขององค์กรที่ทำให้ลูกค้ายังรู้สึกมั่นใจในการกลับมาใช้บริการใหม่ในครั้งต่อไป และประเด็นสำคัญด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า คือ การที่ผู้ให้บริการเอาใจใส่ในการบริการลูกค้าในด้านต่าง ๆ ได้ตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย โดยการให้เกียรติและต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นการทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจ สอดคล้องกับ Taitamtong (2022) พบว่า ด้านความใส่ใจหรือการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง ทั้งนี้เพราะว่า ผู้ให้บริการรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการและตัดสินใจใช้บริการซ้ำอีกต่อไป ผลการทดสอบทั้ง 2 ประเด็นเป็นไปตามแนวคิดคุณภาพการบริการของ Cronin & Taylor (1992) แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดคุณภาพการบริการของ Cronin & Taylor (1992) ยังประกอบไปด้วยประเด็นอีก 3 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้พบว่า ทั้ง 3 ด้านนี้ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทั่วไปประเด็นจำนวน 5 ด้านนี้จะถูกนำเสนอผลการศึกษาโดยใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซึ่งเป็นความพึงพอใจหรือทัศนคติในระยะสั้น แต่ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการวัดความพึงพอใจระยะยาวที่ส่งผลต่อความประทับใจในการใช้บริการและแสดงพฤติกรรมในการใช้บริการซ้ำรวมถึงการบอกต่อซึ่งเป็นลักษณะของการศึกษาในเรื่องความภักดีในการใช้บริการ (Oliver, 1999) ความภักดีของลูกค้าเป็นความลึกซึ้งทางข้อผูกมัดที่จะซื้อหรือใช้บริการซ้ำ หรือให้การสนับสนุนของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมออย่างต่อเนื่องและในอนาคตเป็นลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการของบริษัทจะซ้ำเหมือนเดิม พฤติกรรมนี้จะเปลี่ยนแปลงเมื่อได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ผลกระทบของศักยภาพทางการแข่งขัน ผลการศึกษาคูณภาพการบริการในครั้งนี้พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่มีอิทธิพลต่อความ



ภักดีของผู้ใช้บริการประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยพบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yanpreecha (2020) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ และสอดคล้องกับ Somcher (2020) ที่พบว่า ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุเทียบเท่า อีกทั้งสอดคล้องกับ Wanmanee (2023) ที่พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดี เนื่องจากในบางพื้นที่การให้บริการไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามวันเวลาที่ระบุไว้

สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงควรมุ่งเน้นความสำคัญไปที่ประเด็นด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการรักษาความภักดีของผู้ใช้บริการประโยชน์ไทย ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวในฐานะผู้นำตลาดที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทย

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาผู้ใช้บริการประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยสะท้อนความคิดเห็นต่อการบริการซึ่งเป็นจุดเด่นของประโยชน์ไทยผ่านมุมมองของคุณภาพการบริการและประเด็นเรื่องความภักดีในการใช้บริการ ซึ่งสามารถใช้รักษาจุดเด่นเพื่อเป็นผู้นำทางการตลาดในธุรกิจให้ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่องต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในการวางแผนรักษาระดับมาตรฐานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความภักดีในการใช้บริการของประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการที่เป็นจุดเด่นของประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ที่ทำการประโยชน์ คือ การให้บริการได้ตรงตามเวลาเปิด-ปิดที่ได้รับระบุไว้ การเตรียมอุปกรณ์ไว้รองรับการบริการอย่างเพียงพอ การมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการให้บริการ และราคาค่าจัดส่งเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ 2) ด้านพนักงานที่ให้บริการที่เป็นจุดเด่นของประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ที่ทำการประโยชน์ คือ การที่พนักงานประโยชน์ไทยให้เกียรติและต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่ดีเหมือนเดิมทุกครั้งที่ใช้บริการ พนักงานมีความสุภาพและกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ตั้งใจรับฟังปัญหาและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า บริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยขณะปฏิบัติงาน 3) ด้านความสามารถในการให้บริการที่เป็นจุดเด่นของประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ พนักงานประโยชน์ไทยสามารถให้ข้อมูลการขนส่งพัสดุอย่างถูกต้อง ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในความสามารถในการให้บริการในเรื่องการส่งมอบสินค้าหรือบริการได้ถูกต้องตรงตามที่ระบุไว้ เชื่อมั่นในความซื่อสัตย์ว่าพัสดุที่เป็นสิ่งของมีค่าจะไม่สูญหายเมื่อส่งโดยที่ทำการประโยชน์ไทย และพนักงานจะไม่ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับผู้อื่นที่ไม่ใช่ผู้ที่ระบุไว้หรือเป็นผู้ที่รับมอบสิทธิ์ในการรับสินค้าหรือบริการ และ 4) ด้านการรักษาระดับความภักดีของผู้ใช้บริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการเป็นการช่วยรักษฐานลูกค้าเดิมซึ่งดีกว่าการแสวงหาลูกค้าใหม่ หากมีการรักษาจุดเด่นในคุณภาพการบริการจะช่วยให้อูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำและมีทัศนคติที่ดีต่อการรับบริการ ประเด็นเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเรื่องการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการมีการสะท้อนความเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการประโยชน์ไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีว่ามีความพึงพอใจในการบริการและจะกลับมาใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส ยินดีจะรับข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้บริการในอนาคต ยินดีพูดถึงบริการในทางที่ดี สำหรับประเด็นเรื่องราคาค่าจัดส่งพัสดุ ผู้ใช้บริการเห็นว่าความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ แม้จะราคาสูงกว่าเดิม ผู้รับบริการยินดีจ่ายหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ และสำหรับการวิจัยในอนาคตควรศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการประโยชน์ไทยสำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ หรือการศึกษาความเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการรูปแบบใหม่ ๆ ของประโยชน์ไทย เพื่อสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือจากลูกค้าที่เคยใช้บริการประโยชน์ไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. Experimental designs. New York: Wiley.



- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Fang, S. (2022). *Reating customer engagement and e-loyalty inmobile banking services with online relationship marketing*. Doctor of Philosophy in Business Administration. Maejo University. (in Thai)
- Kosolkittiamporn, S. (2020). Assumption test of one-way analysis of variance in social science research. *Journal of Yala Rajabhat University*, 15(1), 117-124. (in Thai)
- Likert, R. A. (1961). *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
- Lommaneesap, J. (2021). *The effects of service quality of shipping company on the loyalty of wholesalers in Mae Sai-Tachileik border*. Master of Business Administration. Mae Fah Luang University. (in Thai)
- Nantawong, T. (2020). *Customer satisfaction towards service quality of package delivery service of chaipattana transport Chiang mai company limited*. Master of Business Administration. Chiang Mai University. (in Thai)
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-34.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Pummaphan, N. (2019). Relationship between corporate image and customer loyalty. *Journal of Southeast Bangkok*, 5(1), 103-115. (in Thai)
- Sakulthaworn, K. (2021). *Factors affecting customers' loyalty to 29 petcare petshop*. Master of Business Administration. Dhurakij Pundit University. (in Thai)
- Shippop. (2023). Thailand e-commerce logistics [Online]. Retrieved Oct 15, 2024, from: <https://blog.shippop.com/thailand-e-commerce-logistics-2023/>. (in Thai)
- Sittiboonruang, A. (2022). *Customer loyalty towards hi-speed internet in Chiang Rai province: A case study compare 2 internet service providers*. Master of Business Administration. Mae Fah Luang University. (in Thai)
- Somcher, R. (2020). *Effect of service quality on customer decision to use the parcel and luggage delivery service of state railway of Thailand at Sila-at Station, Mueang District, Uttaradit Province*. Master of Business Administration. Uttaradit Rajabhat University. (in Thai)
- Taitamtong, E. (2022). *The effect of service quality factors in the decision to choose the logistic services commerce: case study of Kerry logistics*. Master of Business Administration. Bangkok University. (in Thai)
- Ungsamran, C. (2023). *Factors influencing satisfaction in the decision to rent warehouse space in Thailand*. Master of Business Administration. Mahidol University. (in Thai)
- Wanitchbancha, G. (2018). *Using SPSS for Windows for data analysis* (16nd Ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Book Center. (in Thai)
- Wanmanee, S. (2023). *An evaluation and SERVQUAL and customer loyalty: A case study of a private parcel delivery company in Chiang Mai*. Chiang Mai University. (in Thai)
- Waranantakul, O. & Waranantakul, W. (2017). Causal relationship between relationship efforts and customers' attitude and behavior: a case study of supercenters in Mahasarakham province. *Journal of Yala Rajabhat University*, 12(Special Issue), 1-12. (in Thai)
- Yanpreecha, S. (2020). *Factors affecting Flash express co., ltd. Consumer's decision making in selection of courier service in Phranakhon Si Ayutthaya Province*. Master of Business Administration. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)