



18
มกราคม
2561

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส
การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand 4.0”
ณ โรงแรมโพธิ์วิลล รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช

สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช รหัสไปรษณีย์ 57100

☎ โทรศัพท์ : 053-702870 ต่อ 10
☎ โทรศัพท์มือถือ : 09-5126-8181, 08-8519-5290
✉ E-mail : jtongrak@gmail.com



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ
การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
กลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย ประกอบด้วย

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ พิจารณา กลั่นกรอง บทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ และให้
ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ผลงานแต่ละเรื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับชาติ ทั้งเนื้อหา ภาษา และรูปแบบการ
เขียนผลงาน

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนานาชาติวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกฤษดิ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา อุปโยคิน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวนิช
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งนภา เทพภาพ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลิน อุนวิจิตร
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๔. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๕. อาจารย์ ดร.สมเกียรติ อินทสิงห์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๑๖. อาจารย์ ดร.กานต์รวี บุษยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธุ์ พันธุ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.จිරนันต์ ไชยงาม นอกซ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๙. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๒๐. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์เพ็ชรสวัสดิ์ กันคำ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ศศิพัชร เมฆรา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์อิทธิพิทธ์ เรืองกิจวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๔. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๕. อาจารย์จามรี พระสุนิล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
วิพากษ์บทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ทั้งภาคบรรยายและ
ภาคโปสเตอร์งานสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand
๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ดังต่อไปนี้

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

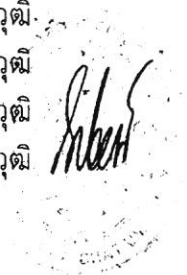
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนนคร)
รองอธิการบดี รักษาราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พีชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.เปนต์ มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.ปรมินทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๑. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๒. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๓. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๔. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๕. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๖. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๔/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)
การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนพวัตนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมนศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนพวัตนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๕๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทรพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาถ่วงถ่วงจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดีต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วน)

รองอธิการบดี รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย ของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

The service quality factors affecting intention to use Thailand post of Online Entrepreneurship

พัชรินทร์ วิเชียรณรัตน์¹ สุริยุป อ้วนน้ำเที่ยง^{2*} เกตุวดี สมบูรณ์ทวี³
Phatcharin Wichainarat¹, Suriyu Ouynamtieng^{2*}, Kedwadee Sombultawee³

¹นักศึกษาศาสาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²นักศึกษาศาสาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

³อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

*Corresponding author. E-mail: Suriyu.o@outlook.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาวิจัยคุณภาพการบริการ (X) คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (X₁) ด้านความน่าเชื่อถือ (X₂) ด้านการตอบสนอง (X₃) ด้านการรับประกัน (X₄) ด้านการเอาใจใส่ (X₅) ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสมการพยากรณ์คือ $\hat{Y} = 0.953 + (0.159) X_1 + (0.170) X_2 + (0.090) X_3 + (0.160) X_4 + (0.212) X_5$

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ไปรษณีย์ไทย

Abstract

The objectives of this research were to study the service quality factors intention to use “Thailand post” of online business operator. The research instrument was a questionnaire. The data was collected from 400 respondents who are ever use Thai post service and have their own online business and was analyzed by multiple regression analysis. The results showed that most The Service Quality Factors (X) are Tangibles factor (X₁) Reliability factor (X₂) Responsiveness factor (X₃) Assurance factor (X₄) Empathy factor (X₅) are intention to use Thailand post of online business operator (Y).The significantly level at 0.05. The prediction equation was $\hat{Y} = 0.953 + (0.159) X_1 + (0.170) X_2 + (0.090) X_3 + (0.160) X_4 + (0.212) X_5$

Keywords: Quality of Service, Thailand post

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีและการขยายตัวของระบบการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ธุรกิจออนไลน์เติบโตมากขึ้น เทคโนโลยีที่ทันสมัยและการสื่อสารที่หลากหลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการใช้งาน การติดต่อ (สาวตรี รินวงษ์, 2560) กล่าวคือ ธุรกิจต่างๆ ล้วนส่งผลต่อธุรกิจการขนส่ง ยิ่งธุรกิจการค้าออนไลน์มีมากขึ้น เกิดการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น ย่อมเป็นผลดีต่อธุรกิจการขนส่ง หากธุรกิจออนไลน์เกิดการถดถอย การติดต่อสื่อสารเริ่มลดลง ก็เป็นผลเสียต่อธุรกิจการขนส่งให้เกิดการถดถอยตาม อาจกล่าวได้ว่าทั้งหมดต้องพึ่งพากันและกัน แต่ไม่เพียงแค่อธุรกิจออนไลน์เท่านั้นที่มีการเติบโตขึ้น ธุรกิจการขนส่งก็มีการเติบโต มีการแข่งขันมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการมีตัวเลือก แม้จะมีตัวเลือกน้อยราย แต่ผู้ใช้บริการย่อมมองหาตัวเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้มากที่สุด

ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์มุ่งที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าให้ถูกต้อง ปลอดภัยและตรงตามเวลาที่กำหนดกับลูกค้า จึงมีการนำระบบการขนส่งโลจิสติกส์มาใช้เพื่อที่สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ถูกต้อง ปลอดภัยและตรงตามเวลา ลูกค้าต้องการที่จะทราบรายละเอียดของสินค้าและการจัดส่ง เพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะได้รับสินค้าตามกำหนด ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงมองหาบริษัทการขนส่งที่ดีเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเองหรือลูกค้า (ชูเกียรติ พิทักษ์ภรธรรม, 2556) โดยมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เป็นต้น

คุณภาพของการบริการเป็นมโนทัศน์ที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ก่อนใช้บริการและประเมินตามความพึงพอใจส่วนบุคคล หากผู้ใช้บริการสามารถจัดการการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ สร้างความเชื่อมั่นในการบริการ รวมถึงทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำจนกลายเป็นความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร สามารถรักษาความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการในระยะยาวได้ (ภาวิณี ทองแถม, 2560) คุณภาพการบริการส่งผลต่อการประสบความสำเร็จขององค์กร หากองค์กรสามารถพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการและระบบการจัดการการบริการให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคจะสามารถเพิ่มความตั้งใจใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดได้มากขึ้น

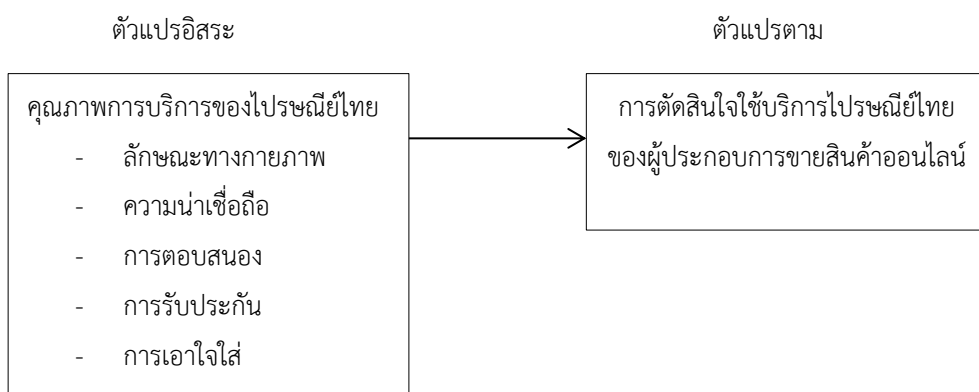
พื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ ประกอบไปด้วย ความมีไมตรีจิต (Courtesy) ความสนใจ (Interest) ความคาดหวัง (Expectation) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ความพร้อม (Readiness) ความมีคุณค่า (Values) และความพึงพอใจ (Satisfaction) กล่าวคือ ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม รู้จักค้นหาความต้องการของผู้ใช้บริการ ที่มีทักษะ และจิตสำนึกของการให้บริการ ต้องบริการอย่างเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการและพร้อมที่จะให้บริการอย่างเสมอภาคกัน หากเราสามารถรู้ได้ว่าผู้ใช้บริการต้องการอะไร ก็จะสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้ การเตรียมพร้อมอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันทีและการบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ บ่งบอกถึงการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้ใช้บริการ ก่อให้เกิดความพึงพอใจ (เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2548) ซึ่งการบริการนั้นผู้ใช้บริการจะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นพบว่าคุณภาพการบริการเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรได้รับการยอมรับจากผู้ใช้บริการและธุรกิจการขนส่งเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจบางรายที่ต้องการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้า (สัจพร พิงพิพัฒน์, 2557) กล่าวในงานวิจัยว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าในการใช้บริการ และความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การทำวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์ต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการบริการให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



กรอบแนวคิดการวิจัยในข้างต้นแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทย ประกอบด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ กับตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

สมมติฐาน

1. คุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์
2. คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์
3. คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์
4. คุณภาพการบริการด้านการรับประกันส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

5. คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรในการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร (Non Population) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง มีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

z หมายถึง ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

การศึกษารุ่นนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้นจึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

โดยเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลากเพื่อเลือกไปรษณีย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มา 8 เขต ได้ดังนี้ เขตตลิ่งชัน เขตคลองเตย เขตมีนบุรี เขตจตุจักร เขตหนองแขม เขตบางบอน เขตบางเขน และเขตสาทร ใช้การเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เขตละ 50 ตัวอย่าง และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองในแต่ละเขตพื้นที่กับคนที่ขายของออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิด คำตอบหลายตัวเลือก ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิด คำตอบหลายตัวเลือก ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทย โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประเมินคำตอบ โดยเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 22 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบบสอบถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประเมินคำตอบ โดยเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ

โดยในแบบสอบถามที่ 3 และ 4 มีการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้ โดย 5 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด ไปถึง 1 หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด

ขั้นตอนการวิจัย

- ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ทฤษฎี SERVQUAL (Parasuraman et al. 1988) และการตั้งใจใช้บริการเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด

- ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดโดยใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้

- นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้คณาธิพิจารณาจำนวนทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถาม และเพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม

- นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.84

- นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

- การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในส่วนข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ ทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 88.00 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือ 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.30

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการใช้บริการ น้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง น้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.80 สาเหตุที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย คือ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าบริษัทอื่น คิดเป็นร้อยละ 45.50 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ร้อยละ 42.80 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย คือ ตัวผู้ให้บริการเอง คิดเป็นร้อยละ 70.30 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 54.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$ และ S.D. = 0.33) หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.26$ และ S.D. = 0.66), ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.38$ และ S.D. = 0.71), การตอบสนอง ($\bar{X} = 3.58$ และ S.D. = 0.58), ด้านการรับประกัน ($\bar{X} = 3.26$ และ S.D. = 0.59) และด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 3.09$ และ S.D. = 0.66) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการไปรษณีย์ไทย

คุณภาพการบริการไปรษณีย์ไทย	\bar{X}	S.D.	แปล
ลักษณะทางกายภาพ	3.26	0.66	ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือ	3.38	0.71	ปานกลาง
การตอบสนอง	3.58	0.58	มาก
การรับประกัน	3.26	0.59	ปานกลาง
การเอาใจใส่	3.09	0.66	ปานกลาง
รวม	3.31	0.33	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดส่งที่รวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ($\bar{X} = 3.19$ และ S.D. = 0.83) สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ($\bar{X} = 3.62$ และ S.D. = 0.67) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ($\bar{X} = 3.62$ และ S.D. = 0.87) การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ($\bar{X} = 3.59$ และ S.D. = 0.73) และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ($\bar{X} = 3.71$ และ S.D. = 0.75) ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์	\bar{X}	S.D.	แปล
การจัดส่งที่รวดเร็ว	3.19	0.83	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายใน	3.62	0.67	มาก
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	3.62	0.87	มาก
การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	3.59	0.73	มาก
การเอาใจใส่การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.71	0.75	มาก
รวม	3.55	0.57	มาก

ส่วนที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	32.667	5	6.533	26.001	0.00
ส่วนที่เหลือ (Residust)	99.003	394	0.251		
Total	131.670	399			

จากตารางที่ 3 พบว่าคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย จากทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกันและการเอาใจใส่ ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเมื่อใช้คุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลายตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
Constant		0.953	0.269		3.543	0.000
ลักษณะทางกายภาพ	X ₁	0.159	0.039	0.184	4.083	0.000
ความน่าเชื่อถือ	X ₂	0.170	0.037	0.211	4.585	0.000
การตอบสนอง	X ₃	0.090	0.044	0.090	2.054	0.041
การรับประกัน	X ₄	0.160	0.044	0.164	3.652	0.000
การเอาใจใส่	X ₅	0.212	0.040	0.243	5.324	0.000

R=0.498 , R Square = 0.248 , Adjusted R Square = 0.239 , Std Error of the Estlimate = 0.501

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ทั้ง 5 ปัจจัยดังนี้

$$\hat{Y} = 0.953 + (0.159) X_1 + (0.170) X_2 + (0.090) X_3 + (0.160) X_4 + (0.212) X_5$$

เมื่อ \hat{Y} แทน คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย

X₁ แทน ลักษณะทางกายภาพ

X₂ แทน ความน่าเชื่อถือ

X₃ แทน การตอบสนอง

X₄ แทน การรับประกัน

X₅ แทน การเอาใจใส่

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์จะมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ลักษณะทางกายภาพ(Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) และสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
ลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย	สนับสนุน
ความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย	สนับสนุน
การตอบสนองส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย	สนับสนุน
การรับประกันส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย	สนับสนุน
การเอาใจใส่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทย	สนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการไปรษณีย์ไทยน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าบริษัทขนส่งอื่นๆ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือตัวผู้ให้บริการเอง และได้รับข่าวสารของไปรษณีย์ไทยจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

การทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เมื่อแบ่งการทดสอบคุณภาพการบริการออกแต่ละด้านพบว่า คุณภาพด้านลักษณะทางกายภาพมีผลการทดสอบ Multiple Regression Analysis = 0.000 ด้านความน่าเชื่อถือมีผลการทดสอบ Multiple Regression Analysis = 0.000 ด้านการตอบสนองมีผลการทดสอบ Multiple Regression Analysis = 0.041 ด้านการรับประกันมีผลการทดสอบ Multiple Regression Analysis = 0.000 และด้านการเอาใจใส่มีผลการทดสอบ Multiple Regression Analysis = 0.000 จากผลการทดสอบพบว่าทุกด้านยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แวรวรัตน์ เวสนุสิทธิ์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า บริษัท พี ซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด พบว่าจากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านบุคลากร ด้านการสร้าง การนำเสนอภาพลักษณ์ และด้านกระบวนการให้บริการนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความจงรักภักดีของลูกค้า คุณภาพการบริการเป็นมโนทัศน์ที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการซึ่งไม่สามารถเห็นได้ก่อนการใช้ ดังนั้นการสร้างทัศนคติด้านบวกต่อคุณภาพการบริการสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้และสามารถทำให้ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งหน้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman (1994) ที่กล่าวว่าว่าคุณภาพการบริการนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ และความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า องค์กรต้องมีคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การสร้างทัศนคติที่ดีจากสิ่งที่ได้รับและเมื่อการบริการมีคุณภาพการบริการที่คงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ตามความเชื่อและทัศนคติของลูกค้าแล้วจะส่งผลโดยตรงกับความจงรักภักดี

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนการแต่งกายของพนักงาน ความเป็นระเบียบ สุภาพเรียบร้อยน้อยที่สุด ลักษณะของงานบริการความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ดังนั้นควรมีการแต่งกายที่เหมือนกันเพื่อแสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่งกายให้สะอาด เหมาะสมกับสถานการณ์ถูกกาลเทศะ การจัดอบรมให้ความรู้ในหัวข้อแต่งกายอย่างไรให้สุภาพ คุณดี ถูกกาลเทศะ เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการแต่งกายให้สุภาพ เป็นสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

ด้านความน่าเชื่อถือ จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนเรื่องพนักงานสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการน้อยที่สุดและในด้านการตอบสนอง จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือที่น้อยที่สุด ในสองด้านนี้องค์กรควรให้ความรู้และจัดการอบรมให้พนักงานทุกคนเข้าใจถึงความต้องการและสร้างความเต็มใจในการให้บริการอย่างเป็นประจำเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ด้านการรับประกัน จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสามารถในการให้บริการได้ตามมาตรฐานการบริการน้อยที่สุด ควรจัดการศึกษาดูงานเทคโนโลยีและการจัดการอย่างโปร่งใส เพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้ได้มาตรฐานตรงตามหลักสากล

ด้านการเอาใจใส่ จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนพนักงานสามารถให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้ที่มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึงน้อยที่สุด เนื่องด้วยบริการขนส่งไปรษณีย์ไทยเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจจึงมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก อาจเกิดการดูแลที่ไม่ทั่วถึง องค์กรควรเพิ่มพนักงานให้เหมาะสมกับสาขาและจำนวนของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยใน 5 ด้านคือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ โดยทัศนคติของผู้ให้แบบสอบถามให้ความคิดเห็นส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง เพื่อประโยชน์ต่อผู้นำไปใช้ ในการทำวิจัยครั้งถัดไป ผู้วิจัยควรใช้วิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อทราบถึงข้อมูลเชิงลึก ปัญหาและที่มา และนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการไปรษณีย์ไทยเพื่อพัฒนาไปสู่การบริการที่ดีเลิศ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูเกียรติ พิทักษ์รักษธรรม. (2556). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดผ่านเครือข่ายออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย กรณีศึกษาตลาดคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). *ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ*. วารสารเกษมบัณฑิต, 18(1).
- ยุวรา ฤทธิดอน และศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2557). *องค์ประกอบภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านำเข้าหรรษาของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- แวรัตน์ เวสสุสิทธิ์. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท พีซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, นครศรีธรรมราช.
- สังพร พิงพิพัฒน์. (2557). *อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สาวิตรี รินวงษ์. (2560). *ยุคเฟื่อง “โลจิสติกส์” ขาขึ้น ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560. แหล่งที่มา : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/736005>.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie, and Berry L. Leonard. (1988). “ *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*,” *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40.
- Parasuraman A., Zeithaml A. Valarie, and Berry L. Leonard. (1994). *Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research*. *Journal of Marketing*.