

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

Factors Affecting The Satisfaction of Thai Post Rangsit University Branch

กันยายน 2018 และ ธันวาคม 2018

10.14456/jrgbsrangsit.2018.36

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต และ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) จากอาจารย์ นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิต และบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่ามีปัจจัยประชากรศาสตร์เพียง 3 ด้านเท่านั้นที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต คือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ, ไปรษณีย์ไทย

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the difference between the demographic factors including gender, age, education, occupation and monthly income affecting the satisfaction towards Thai post at Rangsit University branch and (2) to study the relationship between the service qualities that affect the satisfaction towards Thai post at Rangsit University branch. The sample group contained 384 persons selected by convenience sampling, who are professors, students, personnel in Rangsit University, and general people who use the services of Thai post at Rangsit University branch.

From studying 5 aspects of demographic factors including gender, age, education, occupation, and monthly income, it was found that only three factors affecting the satisfaction towards Thai Post at Rangsit University branch were age, education, and occupation. This implied that individuals with different age, education, and occupation had different satisfaction towards Thai Post at Rangsit University branch.

In addition, it was found that the difference of age, education, and occupation affect the satisfaction towards Thai post at Rangsit University branch. The 5 service qualities include tangible, assurance, responsiveness, reliability, and empathy relate to the satisfaction towards Thai post at Rangsit University branch.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction, Thai post

1. บทนำ

ในปัจจุบันมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป การเติบโตขึ้นของธุรกิจอีคอมเมิร์ซหรือการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ในปัจจุบันส่งเสริมให้ธุรกิจรับฝากส่งพัสดุเติบโตขึ้นไปด้วย ในขณะที่เดียวกันธุรกิจรับฝากส่งพัสดุที่กระทำการโดยบริษัทเอกชนก็มีความหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน หลายบริษัททั้งรัฐวิสาหกิจอย่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, บริษัทเอกชนที่มีเจ้าของเป็นคนไทยและบริษัทต่างชาติที่ประกอบธุรกิจประเภทนี้เริ่มหันเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น Kerry Express, DHL, FedEx, UPS, SCG Express เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันภายในธุรกิจประเภทนี้สูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและรองรับการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซดังกล่าว

ในปัจจุบันธุรกิจรับฝากส่งพัสดุมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น การมุ่งหวังสร้างกำไรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะนำพาองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวได้ คุณภาพการให้บริการเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่จะพาให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้พัฒนาองค์กรโดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาเพิ่มศักยภาพในการให้บริการเพื่อความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง ให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สุพิชชา ศรีเยี่ยมทอง, 2558, น. 10)

ที่ทำการไปรษณีย์ สาขามหาวิทยาลัยรังสิต เป็นที่ทำการไปรษณีย์สาขาหนึ่งที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่ที่ทำการไปรษณีย์ สาขามหาวิทยาลัยรังสิตกลับมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการน้อยกว่าที่ทำการไปรษณีย์สาขาอื่น ๆ เช่น ไม่มีระบบการจัดลำดับการใช้บริการของลูกค้า มีเจ้าหน้าที่ในการให้บริการน้อย ทำให้เจ้าหน้าที่หนึ่งคนต้องทำหลากหลายหน้าที่พร้อมกัน ซึ่งจะส่งผลให้การให้บริการลูกค้าแต่ละรายช้าลง อีกทั้งบริเวณใกล้เคียงยังมีผู้ใช้บริการส่งพัสดุเอกชนรายอื่นอีก ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการ ดังนั้น หากที่ทำการไปรษณีย์ สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้ ลูกค้าอาจเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นแทน

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและทำวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการกับทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยรังสิตเพียงใด และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการของทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตได้ ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 41- 42) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ เพศ ลักษณะครอบครัว รายได้ อาชีพ และการศึกษา เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งกลุ่มของผู้ซื้อสินค้าและบริการ ลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรมจะช่วยอธิบายได้เพียงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มลูกค้าเท่านั้น ลักษณะทางประชากรศาสตร์สามารถเข้าถึงแต่ละบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าตัวแปรอื่นๆ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, น. 22) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะของประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ เชื้อชาติ ประสบการณ์ องค์กรประกอบครอบครัว ขนาดครอบครัว สัญชาติ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ล้วนแต่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ลักษณะการเลือกซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน เช่น อายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของแต่ละบุคคล อายุเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสนใจของแต่ละบุคคล ความแตกต่างทางเพศจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมและกิจกรรมที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือน เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความมั่นคงทางครอบครัว บ่งบอกถึงอำนาจในการใช้จ่ายในการบริโภค เป็นต้น ลักษณะทางประชากรศาสตร์สามารถจำแนกและอธิบายคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลนั้นๆ ได้ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และการคาดหวังถึงระดับบริการ ดังนั้นจึงจำแนกผู้ใช้บริการออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อให้ง่ายต่อการวัดระดับความพึงพอใจ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

โดยทั่วไปแล้วองค์กรที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการ จะมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น แต่ความเป็นจริงนั้นคุณภาพที่องค์กรกำหนดขึ้นอาจไม่ตรงกับคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ ทำให้องค์กรไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งจะทำให้องค์กรไม่ประสบความสำเร็จ (ธีรกร นวรัตน์ ณ อรุชยา, 2552, น. 179)

รูปแบบการวัดคุณภาพการให้บริการที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย คือ SERVQUAL ที่พัฒนาขึ้นโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) กล่าวถึงวิธีที่วัดคุณภาพการให้บริการโดยเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับบริการและความรู้สึกจริงหลังได้รับบริการ โดย SERVQUAL ถูกแบ่งออกเป็น 5 มิติ (ศศิธร เลิศล้ำ 2551, น. 10-11) ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรม (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้ใช้บริการมองเห็นถึงความพร้อมของเครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวกและองค์ประกอบต่างๆ เมื่อเกิดการบริการเห็นชัดเป็นรูปธรรม ผู้รับบริการจะสามารถรับรู้ถึงการบริการนั้นๆ อย่างชัดเจน

2) ความเชื่อถือได้ (reliability) เป็นการกล่าวถึงความสามารถในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ ผลของการบริการมีความสม่ำเสมอในการให้บริการทุกครั้ง อันจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกที่ผู้ให้บริการนี้สามารถไว้วางใจได้

3) การตอบสนอง (responsiveness) การตอบสนองในมิตินี้หมายถึง การพยายามปฏิบัติตามความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันเวลาที่ผู้รับบริการถามหรือร้องขอ รวมไปถึงให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี

4) การให้ความเชื่อมั่น (assurance) เป็นการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจ อันเกิดจากทักษะความรู้ และอรรถศาสตร์ที่ดีของผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพและมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

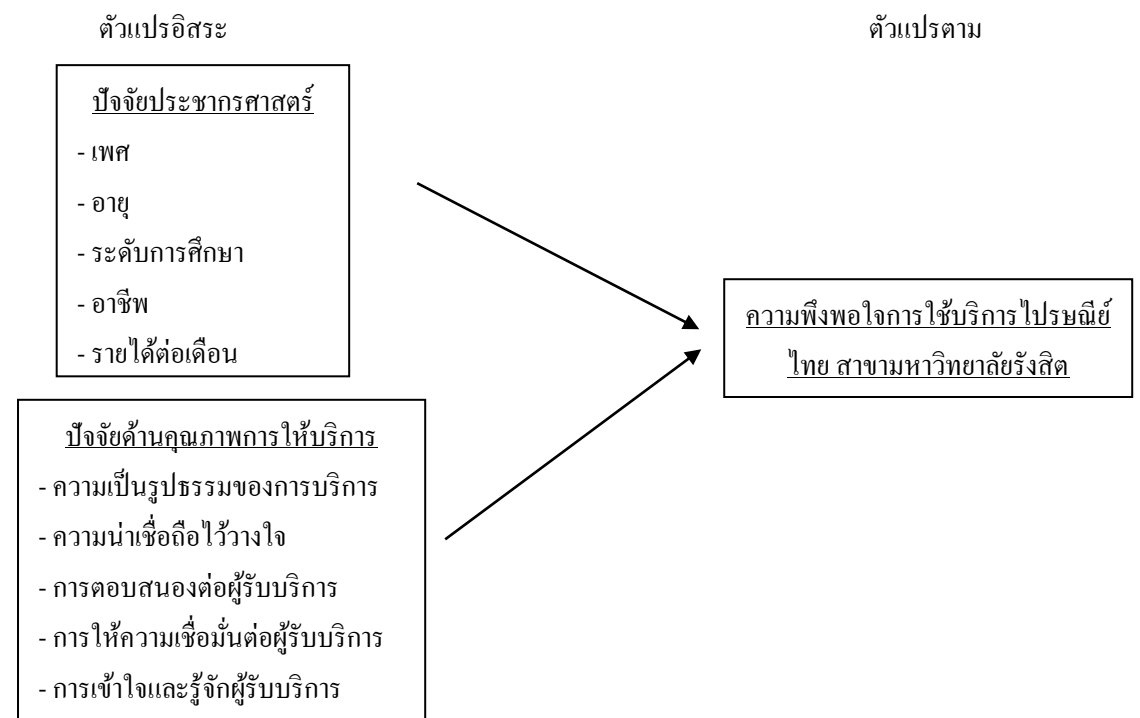
5) การเอาใจใส่ (empathy) มิตินี้เป็นเรื่องของการรู้จักและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ สามารถเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการแต่ละคนได้เป็นอย่างดี สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารและเข้าใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557, น. 7) กล่าวว่า ใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกที่สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือความรู้สึกในเชิงบวกและความรู้สึกในเชิงลบ ความรู้สึกในทางบวกนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้บุคคลนั้นมีความสุข และความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ย้อนกลับ ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกเชิงลบ ความรู้สึกเชิงบวกและความรู้สึกที่ความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสาม เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

สมหมาย เปียถนอม (2551, น. 5) กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีลักษณะเป็นนามธรรม และไม่สามารถมองเห็นได้ แต่เป็นความรู้สึกที่รับรู้ได้ว่าเป็นสุขเมื่อลูกค้าได้รับการสนองต่อความต้องการที่ขาดหายไปของตน และเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถกำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของแต่ละบุคคล ความพึงพอใจเป็นการทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกสบายใจ หรือความสุข รวมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นทำให้ทราบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน นอกจากนี้ การวัดระดับคุณภาพการบริการโดยการใช้แบบจำลอง SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยให้ผู้รับบริการเปรียบเทียบคุณภาพบริการในด้านต่างๆ ที่ได้รับว่าอยู่ในระดับที่สูง หรือ ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ หากคุณภาพบริการที่ได้รับอยู่ในระดับที่สูงกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ จึงพัฒนากรอบแนวความคิดในการทำวิจัยได้ดังนี้



4. การดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ด้วยแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิต และบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากการคำนวณจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้จำนวน 384 คน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษา อาจารย์ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิต และบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert's Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ลำดับ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert's Scale) จำนวน 5 ข้อ

ในการวัดความตรงเชิงเนื้อหา นั้นมีดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency / Index of Item Objective Congruence / Index of Congruence หรือ IOC) เป็นวิธีที่ใช้ในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวัดที่ใช้ในงานวิจัย IOC จะเป็นการตรวจสอบ 2 ส่วน ได้แก่ ความตรงเฉพาะหน้า (face validity) และความตรงตามโครงสร้าง (construct validity) ซึ่งจะให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านที่มีความเชี่ยวชาญกับสิ่งที่จะวัดเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ผลที่ได้จากการคำนวณนั้นจะต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไปจึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้งานได้ (จิตวิจน์ รุจิภาสวรรณ, 2553) แต่ถ้าค่าดัชนี IOC น้อยกว่า 0.5 และผู้วิจัยมีความจำเป็นที่จะต้องใช้คำถามนั้นอาจทำได้โดยให้ผู้วิจัยทำการปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น หลังจากทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยแนวทางการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) ซึ่งมีค่าที่ได้จะต้องมากกว่า 0.7 และค่าอำนาจจำแนกต้องมากกว่า 0.3 จึงจะแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลได้

การวิจัยนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจาก เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจาก นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิต และบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 384 ชุด

แบบสอบถามที่เก็บข้อมูลได้ จะมีการนำมาตรวจสอบถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์ในเบื้องต้น และมีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เข้ามาช่วยในการประมวลผล แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ประกอบไปด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง, ค่าเฉลี่ย เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลความคิดเห็นต่อบริษัทด้านต่างๆ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ

2) สถิติเชิงอนุมาน ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่าผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 เพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ส่วนใหญ่อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างองค์กรเอกชน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 โดยส่วนมากมี

รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดพบว่า ปัจจัยทางด้านความเป็นรูปธรรมของการใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการมีความเห็นด้วยอันดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการค่าเฉลี่ย 3.95 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าอันดับแรกที่ใช้บริการเห็นด้วย คือ การมีระบบการติดตามและระบุตำแหน่งของสินค้าค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ มีการระบุขั้นตอนในการดำเนินงานอย่างชัดเจนค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ สิ่งที่ใช้บริการมีความเห็นด้วยอันดับแรก มีการจัดลำดับคิวก่อน – หลังในการเข้ารับบริการมีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้ทันท่วงที่มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นพบว่า สิ่งที่ใช้บริการมีความเห็นด้วยอันดับแรก เอกสารที่ใช้ในการดำเนินการมีความถูกต้องมีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ในเรื่องสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ย 3.99 และปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่พบว่า สิ่งที่ใช้บริการมีความเห็นด้วยอันดับแรกคือ การให้ความเอาใจใส่ลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ การบริการมีความเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลามีค่าเฉลี่ย 3.86

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1	เพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2	อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.3	ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.4	รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.5	อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน	ยอมรับ

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.1	คุณภาพด้านความเป็นรูปธรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.2	คุณภาพด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.3	คุณภาพด้านการตอบสนองที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.4	คุณภาพด้านการให้ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.5	คุณภาพด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ยอมรับ

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยสาขา มหาวิทยาลัยรังสิต

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต	ระดับความสัมพันธ์
	r	
ความเป็นรูปธรรม	.666	เชิงบวกปานกลาง
ความน่าเชื่อถือ	.651	เชิงบวกปานกลาง
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.693	เชิงบวกปานกลาง
การให้ความเชื่อมั่น	.670	เชิงบวกปานกลาง
การเอาใจใส่	.739	เชิงบวกสูง

*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

6. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

จากการพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในเรื่องของอายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขา มหาวิทยาลัยรังสิตที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับ นฤมล พันธุ์เดียม

(2558, น. 256) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ” พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ในด้านอายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ เนื่องมาจาก พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยที่มีอายุต่างกันก็ย่อมมีพฤติกรรมการใช้บริการเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการมา

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์ (2554, น. 10-11) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรและสังคมมีอิทธิพลต่อการบริโภค รวมไปถึงผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพที่ดีมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ

จากผลการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558, น. 256) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ” พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องมาจาก ผู้ที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดและค่านิยมในการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคล

จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งตรงกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1990) ที่กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมไว้ว่า เป็นลักษณะทางกายภาพที่ผู้รับบริการมองเห็นถึงความพร้อมของเครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวกและองค์ประกอบต่าง ๆ เมื่อการบริการเห็นชัดเป็นรูปธรรม ผู้รับบริการจะสามารถรับรู้ถึงการบริการนั้น ๆ อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังตรงกับผลการศึกษาของ สุพิชชา ศรีเยี่ยมทอง (2558) ที่ทำการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อ “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา: ที่ทำการไปรษณีย์ จังหวัดพิษณุโลก” ได้ผลการศึกษาว่า ผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก หากผู้ให้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์ที่สะอาดและสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

จากการศึกษา พบว่าจากการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1990) ที่กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือไว้ว่า เป็นให้บริการได้ถูกต้อง ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า อันจะส่งผลให้ผู้ให้บริการนี้เป็นที่ไว้วางใจได้ นอกจากนี้ยังตรงกับผลการศึกษาของ นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศเคอรี่เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม” พบว่า ส่วนที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญ คือ คุณภาพการให้บริการในด้านความสามารถที่จะมอบบริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าผู้รับบริการ

จากผลการศึกษา ทำให้พบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศเคอรี่

เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม” ที่พบว่า ความพึงพอใจที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การที่ผู้ให้บริการสามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถติดตามสถานะของสินค้าได้ ซึ่งตรงกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman et al. ในด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการว่า เป็นเรื่องของผู้ให้บริการที่มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงทีที่ผู้รับบริการถามหรือร้องขอ

จากผลการศึกษา ทำให้พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิชชา ศรีเลี่ยมทอง (2558) ที่ทำการศึกษายัจัยที่มีผลต่อ “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา: ที่ทำการไปรษณีย์ จังหวัดพิษณุโลก” ได้ผลการศึกษาว่า ผู้รับบริการจะรู้สึกพึงพอใจหากเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำได้ และการบริการไม่มีความผิดพลาด ซึ่งตรงกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman et al. ในด้านการให้ความเชื่อมั่นที่ว่า เป็นความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ อันเกิดจากทักษะความรู้และอรรถาสัยที่ดีของผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพและมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

จากผลการศึกษา ทำให้พบว่า คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิชชา ศรีเลี่ยมทอง (2558) ที่ทำการศึกษายัจัยที่มีผลต่อ “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา: ที่ทำการไปรษณีย์ จังหวัดพิษณุโลก” ได้ผลการศึกษาว่า ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากหากเจ้าหน้าที่ถือประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งตรงกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman et al. ในด้านการเอาใจใส่ว่ามิตินี้เป็นเรื่องของการรู้จักและเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ สามารถเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการแต่ละคนได้เป็นอย่างดี สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารและเข้าใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ใช้บริการ โดยส่วนมากเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ซึ่งอาจเป็นผลมาจากที่ทำการไปรษณีย์ที่ทำการศึกษานี้ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย ดังนั้นจึงขอเสนอว่า ทางที่ทำการไปรษณีย์ สาขามหาวิทยาลัยรังสิต อาจจัดการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมและดึงดูดนักเรียนนักศึกษาให้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น อาจมีส่วนลดให้กับผู้ใช้บริการที่แสดงบัตรนักศึกษา เป็นต้น รวมทั้งแก้ไขและปรับปรุงในส่วนที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจน้อย ได้แก่ ความรวดเร็วในการทำงาน และความกระตือรือร้นของพนักงาน โดยการเพิ่มพนักงานบริการและปลูกฝังให้พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการบริการอยู่เสมอ

2. ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ทางที่ทำการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ควรปรับปรุงและพัฒนาให้พนักงานมีอรรถาสัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการมากยิ่งขึ้น โดยขอเสนอให้ทางไปรษณีย์ไทยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้พนักงานมีความพร้อมและมีอรรถาสัยไมตรีที่ดีมากยิ่งขึ้น หรือหากทางที่ทำการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต จัดรับพนักงานในครั้งต่อไป ควรเลือกรับพนักงานที่มีใจรักในการบริการ เข้ามาทำงานในส่วนที่ต้องพบกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

3. ในด้านความน่าเชื่อถือ จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่ถูกค่าพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ การรับประกันสินค้าเสียหาย จึงขอเสนอให้ทางไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ควรมีนโยบายสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่า หากเกิดกรณีที่พัสดุเกิดความเสียหาย หรือสูญหายระหว่างการขนส่ง ทางไปรษณีย์ไทยจะมีการรับผิดชอบต่อความเสียหาย หรือเสียหายของพัสดุนั้นๆ โดยมีการระบุช่องทางที่ลูกค้าสามารถแจ้งเมื่อเกิดความเสียหาย และระบุขอบเขตความรับผิดชอบของทางไปรษณีย์ไทยอย่างชัดเจน

4. ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า สิ่งที่ทำให้การไปรษณีย์ สาขามหาวิทยาลัยรังสิตควรพัฒนาคือในเรื่องของการส่งพัสดุไปรษณีย์ให้แก่ผู้รับอย่างรวดเร็ว จึงขอเสนอให้ทางไปรษณีย์ไทยมีการพัฒนาในการส่งพัสดุให้กับลูกค้า เช่น อาจเพิ่มพนักงานส่งพัสดุเพื่อที่จะได้สามารถกระจายพัสดุได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5. ในด้านการให้ความเชื่อมั่น พบว่า หัวข้อที่ถูกค่าพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ พนักงานมีความรู้ในเรื่องสินค้าและบริการ จึงขอเสนอให้ทางไปรษณีย์ไทยจัดให้มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ และมีการจัดประเมินผลวัดความรู้ของพนักงานทุกๆ 6 เดือน เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาความรู้ให้ทันกับแต่ละช่วงเวลา

6. ในด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า จึงขอเสนอให้ทางไปรษณีย์ไทย ควรฝึกอบรมให้พนักงานในเรื่องการบริการลูกค้า ควรเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่าที่เป็นอยู่

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ให้บริการในแต่ละช่วงอายุเพื่อทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

2. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจ เก็บข้อมูลผู้ที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทย และผู้ที่ใช้บริการไปรษณีย์เอกชนอื่นๆ ที่มีสาขาอยู่ใกล้กัน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเลือกให้บริการจากผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน

7. บทสรุป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยผู้วิจัยใช้ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาวิจัย พร้อมทั้งศึกษาแนวความคิดและนาทฤษฎี SERVQUAL ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ มาใช้เป็นตัวแปรอิสระ ที่จะส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิตที่แตกต่างกัน และคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้ให้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการต่างๆ ให้เข้ากับความต้องการของของลูกค้าผู้รับบริการ เพื่อให้ที่ทำการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต สามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการส่งพัสดุเอกชนบริเวณใกล้เคียงได้

8. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2548). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐิติวัจน์ รุจิภาสวณิช. (2553). *สมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานการประสานครหลวง: กรณีศึกษา โรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์และชนบุรี*. (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์. (2554). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อประโยชน์ของสมาร์ตโฟน*. (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- ธีรกร นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2552). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล พันธุ์เตี้ย. (2558). *พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ*. (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.
- นิรวิทย์ ธีระวิทยาวานิช. (2559). *ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศเคอรี่เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม*. (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า เจเนท โมบาย เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี*. (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศศิธร เลิศล้ำ. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท*. (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). *ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*. (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง*. กรุงเทพฯ: ธนาเพลส.
- สุพิชชา ศรีเลี่ยมทอง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา: ที่ทำการไปรษณีย์ไทย จังหวัดพิษณุโลก (ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบ 17 ตำบล)*. (Unpublished Master's Thesis). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: The Free Press.