



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี  
ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ

ณัชพนธ์ ภาคกุล

การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปีการศึกษา 2565

FACTORS AFFECTING SATISFACTION IN CHOOSING THAILAND POST  
CO., LTD., MINBURI BRANCH OF E-COMMERCE MERCHANTS GROUP

NUTCHAPON PAKAKUL

An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Degree of Master of Business Administration  
Program College of Innovative Business and Accountancy  
Dhurakij Pundit University  
Academic Year 2022



ใบรับรองการศึกษารายบุคคล

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษารายบุคคล ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้ไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขามีนบุรี  
ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ  
เสนอโดย ณัชนันท์ ภาคกุล  
สาขาวิชา การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในยุคดิจิทัล  
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล ดร.วริศ ลิ้มลาวัลย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว

..... ประธานกรรมการ  
(ดร.รชฎ ขำบุญ)

..... กรรมการที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล  
(ดร.วริศ ลิ้มลาวัลย์)

..... กรรมการ  
(ดร.คุณากร วิวัฒน์กรวงศ์)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว

..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2566



Individual Study Title	FACTORS AFFECTING SATISFACTION IN CHOOSING THAILAND POST CO., LTD., MINBURI BRANCH OF E-COMMERCE MERCHANTS GROUP
Author	Nutchapon Pakakul
Individual Study Advisor	Varis Limlawan, D.Eng
Program	Business Administrations
Academic Year	2022

### ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the demographic features of e-commerce merchant groups who used the services of Thailand Post Co., Ltd., Minburi branch, (2) to study the behavior of e-commerce merchant groups in using the services of Thailand Post Co., Ltd., Minburi branch and (3) to study whether the satisfaction of using private postal delivery services were different from the satisfaction of using Thailand Post Co., Ltd. services. The population of this study consisted of a group of e-commerce merchants who used the services of Thailand Post Co., Ltd., Minburi branch. The Taro Yamane method was employed for selecting 400 samples. Data was collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics. Hypothesis testing was analyzed by inferential statistics such as T-test and F-test (ANOVA) statistics along with the mean difference. Pairwise analysis using the LSD method and Pearson's correlation coefficient were analyzed at a significance level of 0.05.

The results of the study found that the majority of e-commerce merchants who used the services of Thailand Post Co., Ltd., Minburi branch were women aged 55 years and over. Their educational background was at bachelor degree level and they worked as employees of a private company. The majority were married, with a monthly income ranging from 20,000 to 30,000 baht. The results of testing the hypothesis discovered that the satisfaction of using private postal delivery services was higher than the satisfaction of using Thailand Post Co., Ltd. service, Minburi branch. The analysis of the research results could be used for Thailand Post Co., Ltd. service, Minburi branch to solve problems such as providing a sales promotion and the provision of excellence in customer services, thus resulting in an efficiency improvement.

**Keywords:** Satisfaction, Thailand Post Co., Ltd., Private postal delivery service, e-commerce merchants' group



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษารายบุคคลฉบับนี้ จะไม่สำเร็จล่วงไปด้วยดีหากขาดความช่วยเหลือและความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วริศ ลิ้มลาวัลย์ ที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยชี้แนะแนวทางในเรื่องต่าง ๆ และเสียสละเวลาติดตามความก้าวหน้า ปัญหา รวมไปถึงการแก้ไขในข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด จนนำไปสู่การสำเร็จล่วงของการศึกษารายบุคคลฉบับนี้ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือและส่วนเกี่ยวข้องทำให้การศึกษารายบุคคลฉบับนี้สำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นแรงกำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลืออยู่เบื้องหลังมาโดยตลอดระยะเวลาในการทำการศึกษารายบุคคลฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการร่วมมือและเสียสละเวลามาตอบแบบสอบถาม ทำให้การศึกษารายบุคคลฉบับนี้สามารถสำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าการศึกษารายบุคคลฉบับนี้จะเกิดเป็นประโยชน์ให้แก่ทุกท่านที่มีความสนใจและเกี่ยวข้องไม่มากก็น้อย

ณัชพนธ์ ภาคกุล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานงานวิจัย.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	4
1.6 ขอบเขตงานวิจัย.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	10
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	10
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	11
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	12
3.4 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย.....	13
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	13



สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	14
4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	14
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของ.... กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ	17
4.3 ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้..... บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.4 ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตามต่อความพึงพอใจ..... ในการใช้บริการขนส่งเอกชน ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
4.5 การทดสอบสมมติฐาน.....	25
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	39
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	41
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	44
บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	50
ประวัติผู้เขียน.....	55

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	14
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของ..... กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซของกลุ่มตัวอย่าง	17
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขามีนบุรี	19
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามด้านคุณภาพการให้บริการ	19
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามด้านราคาค่าบริการ	20
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามด้านบุคลากรที่ให้บริการ	21
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ	21
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการขนส่งเอกชน	22
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้..... บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านคุณภาพการให้บริการ	23
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้.... บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านราคาค่าบริการ	23
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้.... บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านบุคลากรที่ให้บริการ	24
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้.... บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ	25
4.13 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามเพศ	26
4.14 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามอายุ	27
4.15 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย..... จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามอายุ	27

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

<b>ตารางที่</b>	<b>หน้า</b>
4.16 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามสถานภาพ	28
4.17 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย..... จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามสถานภาพ	29
4.18 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามระดับการศึกษา	29
4.19 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย..... จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามระดับการศึกษา	30
4.20 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามอาชีพ	31
4.21 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย..... จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามอาชีพ	31
4.22 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี.... จำแนกตามรายได้	33
4.23 ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย..... จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามรายได้	33
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท.. ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี	35
4.25 ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้.... บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่	36
4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย.....	37

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันความทันสมัยของเทคโนโลยีมีมากขึ้นกว่าสมัยก่อนอย่างมาก ผู้คนหันมาใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) กันมากขึ้น มีความรู้ทางเทคโนโลยีมากขึ้น และในสมัยนี้เกิดการทำธุรกิจแบบใหม่ขึ้นเรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (e-commerce) หรือที่เรียกกันว่าการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความเติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อภาคอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดและมีรูปแบบการบริการที่ต่างกันไปเพื่อรองรับการเติบโตของผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ อีคอมเมิร์ซ เป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้าที่ไม่มีเงินลงทุนมากนัก ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน เนื่องจากมีขั้นตอนในการดำเนินการที่สะดวกไม่ซับซ้อน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างการจดจำตราสินค้าได้ง่าย จึงเป็นโอกาสในการขยายฐานธุรกิจไปในที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะในพื้นที่ของผู้ประกอบการหรือนอกพื้นที่ห่างไกลคนละประเทศ โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การเปิดเว็บไซต์ของตัวเอง เป็นต้น

ปัจจุบันการให้บริการขนส่งมีเป็นจำนวนมากทั้งภาครัฐบาล บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และขนส่งของเอกชน เช่น Kerry Express, Flash Express, Ninja Van, J&T Express, SCG Express และ Inter Express Logistics ให้กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซเลือกใช้จำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันกันในด้านโลจิสติกส์เป็นจำนวนมาก

ระบบไปรษณีย์ของประเทศไทย เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการไปรษณีย์ในสมัยแรกคือ กรมไปรษณีย์ เปิดให้บริการเป็นครั้งแรก ณ วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2426 มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ไปรษณีย์อาคาร ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาใกล้ปากคลองโอ่งอ่าง ปัจจุบันรื้อทิ้งเพื่อสร้างสะพานพระปกเกล้า

สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยเปิดเผยแนวโน้มตลาดอีคอมเมิร์ซแบบ B2C (Business-to-Customer) ในไทยในปี 2565 ว่าจะโตไม่ต่ำกว่า 30% โดยจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 900,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากราว 693,000 ล้านบาท ในปี 2564 เนื่องจากผู้บริโภคชาวไทยคุ้นชินกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แล้ว เช่นเดียวกับแบรนด์ต่าง ๆ ที่จะหันมาจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของ Lazada (ประเทศไทย) ซึ่งระบุว่าจำนวนผู้ใช้งานอีคอมเมิร์ซในไทยในปี 2565 จะเพิ่มเป็น 43.5 ล้านคน หรือกว่า 61.8% ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด จาก 36.6 ล้านคน ในปี 2564 (ตลาด E-Commerce ไทยในปี 2565 มีแนวโน้มโตไม่ต่ำกว่า 30%, 2564)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

## 1.3 สมมติฐานงานวิจัย

1.3.1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H1 : เพศที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H2 : อายุที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H3 : สถานภาพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H4 : การศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H5 : อาชีพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H6 : รายได้ที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

1.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H7 : รูปแบบการขนส่ง มีผลต่อความพึงพอใจในด้านความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ประกอบการขนส่งอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H8 : รูปแบบการขนส่ง มีผลต่อความพึงพอใจในด้านผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยมากที่สุด ของผู้ประกอบการขนส่งอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H9 : รูปแบบการขนส่ง มีผลต่อความพึงพอใจในด้านค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ ของผู้ประกอบการขนส่งอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H10 : รูปแบบการขนส่ง มีผลต่อความพึงพอใจในด้านส่งสินค้าไปยังภาค ของผู้ประกอบการขนส่งอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

1.3.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

H11 : เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

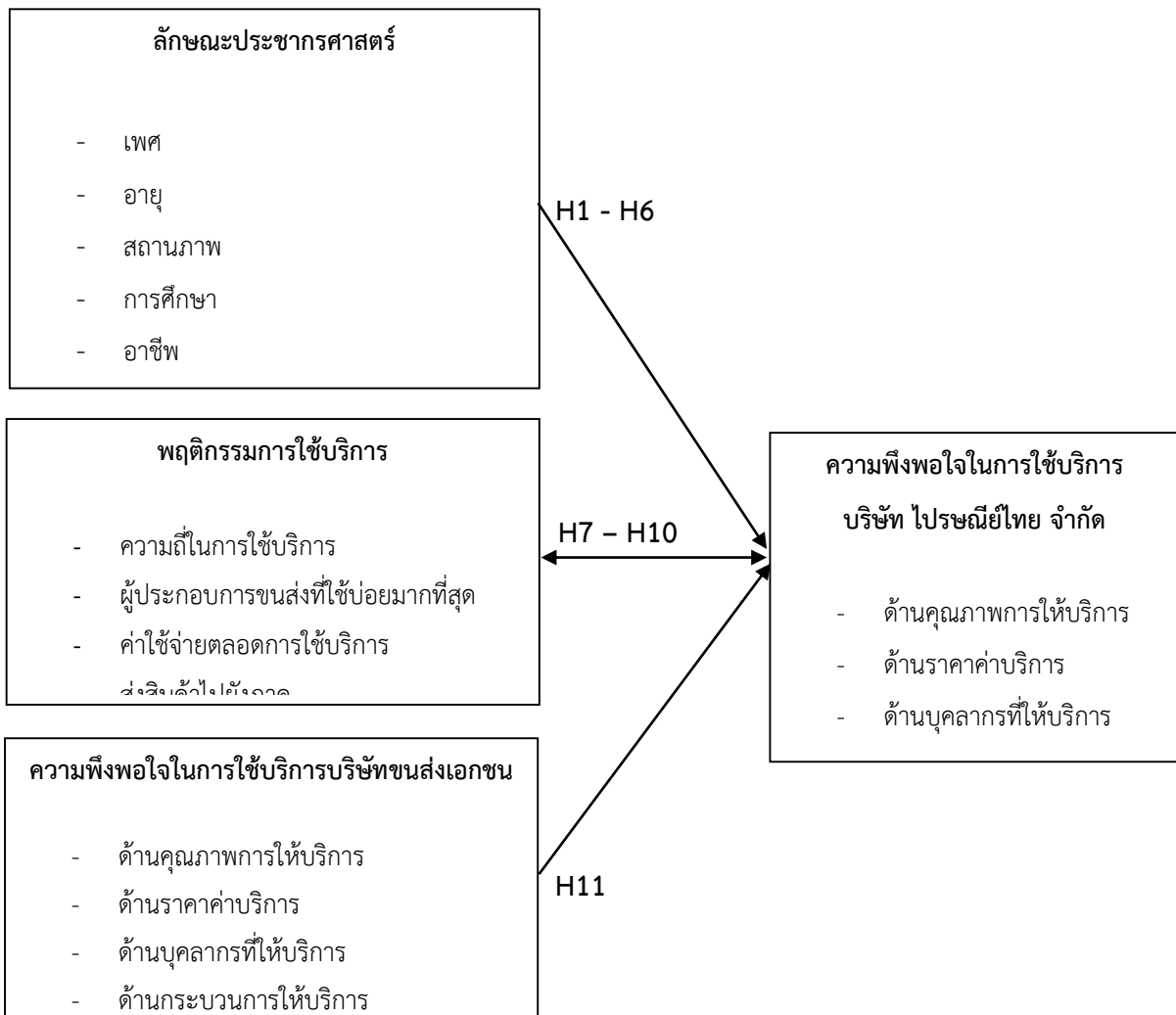
1.4.2 ผลของการศึกษาทำให้ทราบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

### 1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variable )

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



## 1.6 ขอบเขตงานวิจัย

กรณีศึกษางานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่เลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

1.6.1 การกำหนดประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

1.6.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี กำหนดเก็บตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

1.6.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 อีคอมเมิร์ซ (e-commerce) หมายถึง การดำเนินธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินการ โดยมีระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าขึ้น

1.7.2 ผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ หมายถึง ผู้ที่ทำการขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมืงบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ระบบไปรษณีย์ของประเทศไทย เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการไปรษณีย์ในสมัยแรกคือ กรมไปรษณีย์ เปิดให้บริการเป็นครั้งแรก ณ วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2426 มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ไปรษณียาคาร ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาใกล้ปากคลองโอ่งอ่าง ปัจจุบันรื้อทิ้งเพื่อสร้างสะพานพระปกเกล้า

ในระยะแรกที่ให้บริการ ครอบคลุมเฉพาะกรุงเทพเท่านั้น เมื่อ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2428 จึงเริ่มขยายไปต่างจังหวัดโดยเปิดที่ทำการไปรษณีย์ที่สมุทรปราการและนครเขื่อนขันธ์ (พระประแดง ในปัจจุบัน) และขยายต่อจนถึงเชียงใหม่ในเดือนตุลาคมของปีเดียวกัน ส่วนบริการไปรษณีย์ระหว่างประเทศ เริ่มเมื่อ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2428 หลังประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกสหภาพสากลไปรษณีย์บุรุษไปรษณีย์สยามของกรมไปรษณีย์ เปิดให้บริการเป็นครั้งแรก

ในปี พ.ศ. 2441 กรมไปรษณีย์ได้เปลี่ยนชื่อเป็น กรมไปรษณีย์โทรเลข หลังจากมีการควบรวมกรมไปรษณีย์เข้ากับกรมโทรเลข ซึ่งดูแลงานด้านโทรเลข เมื่อ พ.ศ. 2483 ได้มีการเปิดที่ทำการไปรษณีย์กลาง ขึ้นบนถนนเจริญกรุง เขตบางรัก และใช้เป็นที่ทำการของกรมไปรษณีย์โทรเลข

##### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

###### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง อารมณ์ของกลุ่มคน ที่มีผลต่อการเรียนรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล และมีความคาดหวังว่าความต้องการ จิตใจ การตอบสนอง ทำให้เกิดการนำไปสู่ความสำเร็จที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงมีกลุ่มคนผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความ ที่เกี่ยวข้องกับ “ความพึงพอใจ” ไว้หลายท่าน ดังนี้

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจในการทำงานในทางบวก มีความสุขที่ได้ปฏิบัติงานและประสบความสำเร็จมีความพึงพอใจ ทำให้เกิดความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน สิ่งนี้จะสามารถทำให้เกิดความสำเร็จต่อตนเองและองค์กร

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพอใจที่เกิดขึ้นมาจากกลุ่มคนไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มคนนั้นต้องการเป้าหมายความพอใจอย่างไร ถ้าคาดหวังมากและไม่ประสบความสำเร็จก็จะเกิดความเสียใจได้

กาญจนา อรุณสุขขุจิ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจที่ไม่สามารถแสดงออกมาให้เห็นได้ แต่ก็อาจจะสังเกตได้จากการกระทำ

Kotler (1994, อ้างถึงใน กิตติยา เหมงค์, 2548, น. 12) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากการคาดหวังในการถูกเปรียบเทียบ การบริการการทำงานซึ่งจะสอดคล้องต่อความพึงพอใจ ทำให้เกิดการประทับใจ

จากความหมายคำว่า ความพึงพอใจ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจกับตัวเองและผู้อื่นเกิดจากหลาย ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งจะแสดงออกได้ทางสีหน้า ท่าทาง จะบ่งบอกได้ว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจอย่างไร

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ผู้รับบริการมีความพึงพอใจแค่ไหนขึ้นอยู่กับว่า บุคคลนั้นได้รับการตอบสนองอย่างไร ก็จะได้รู้ว่าได้รับในแง่ดีหรือแง่ลบ

Kotler and Armstrong (2001) รายงานว่า พฤติกรรมของบุคคลขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจ มีความกดดันทำให้เกิดสิ่งจูงใจให้เกิดความต้องการของตนเอง แต่ความต้องการของแต่ละบุคคลจะไม่เหมือนกัน ทฤษฎีที่นิยมมากที่สุดของ Kotler มี 2 อย่างคือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และของซิกมันด์ ฟรอยด์

(1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ แรงจูงใจจะทำให้ในเวลาช่วงขณะหนึ่งเกิดการทุ่มเทและตั้งใจทำมันออกมาให้ดีที่สุด เพื่อให้ได้รับการยกย่อง คือ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ

เมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจจากการที่ตัวเองได้ทำแล้ว ความพึงพอใจนั้นจะหมดลง ทำให้ต้องหาความพึงพอใจใหม่ ๆ เพื่อมากระตุ้นให้บุคคลพยายามทำสิ่งที่ต้องการต่อเนื่องไป

(2) ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์

ซิกมันด์ ฟรอยด์ กล่าวสมมติฐานว่า จิตวิทยาจะช่วยสร้างพฤติกรรมของบุคคล และควบคุมความต้องการที่เกิดขึ้น หรือเกิดอาการวิตกกังวล

ขณะที่ ชรีณี เดชจินดา (2535) บุคคลที่ทำอะไรให้เกิดความสุขไม่กระทำในสิ่งที่จะทำให้เกิดความทุกข์ได้ โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ 1. ความพอใจด้านจิตวิทยา 2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง 3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม คำว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่รู้สึกชอบและพอใจของบุคคล ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้รับสิ่งที่ต้องการหรือตอบสนองความต้องการของบุคคล เช่น บุคคลได้รับบริการที่ดีในการให้บริการแนะนำการใช้บริการไปรษณีย์ ทำให้รู้สึกได้รับการบริการทำให้เกิดความพึงพอใจตามสิ่งที่ต้องการ

### 2.1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

การบริการเป็นหัวใจหลักของหน่วยงานที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนในประเทศเกิดความพึงพอใจในการบริการหรือภาคธุรกิจที่สามารถตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการบริการนำสู่ผลประโยชน์ที่ดีที่สุด ดังนั้น จึงมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับการ “บริการ” ไว้หลายท่าน ดังนี้

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532, อ้างถึงใน กิตติพัฒน์ อินทรนิโลดม, 2544, น. 18) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัด รวมกันขายบริการ

อุอิชโร (2536, น. 58) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง การให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าเกิดความต้องการในแบบเวลาที่เขาต้องการและในแบบที่เขาต้องการ

สุจิตรา ขำนิวิทย์ภรณ์ (2538, อ้างถึงใน ศรีณย์ ทิพย์บำรุง, 2544, น. 6) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปแบบของความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เช่น การคมนาคม การสื่อสาร การประกันภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542, น. 6-8) ให้ความหมายของการบริการคือ การกระทำของบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งให้สำเร็จเป้าหมายที่บุคคลนั้นตั้งไว้ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของบุคคลนั้น

วัลดา บินซาเว็น (2543, น. 9) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านบริการ ลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำอย่างให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรม คำว่า การบริการ คือ การบริการบุคคลให้สำเร็จตามเป้าหมายที่บุคคลนั้นตั้งไว้ โดยจะต้องมีการบริการที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย ตามต้องการของผู้ถูกบริการ

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วนาลี สังฆเวช (2554) ได้ศึกษาการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี (ตึกอายุรกรรมหญิง) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพ การให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี (ตึกอายุรกรรมหญิง) และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี (ตึกอายุรกรรมหญิง) โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ด้านระบบงาน/กระบวนการและด้านสิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ที่มีความคิดเห็นเป็นอันดับสุดท้าย เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี (ตึกอายุรกรรมหญิง) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศอายุระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีผู้ให้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพไม่แตกต่างกันและ

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

นฤมล พันธุ์เตี้ย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ความพึงพอใจที่เกิดจากการเข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับมาก และมากที่สุด

อนันต์ นุ่มดี (2548) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของที่ทำกรไปรษณีย์สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมผู้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านประเภทของบริการในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านประเภทของบริการเป็นอันดับแรก และมีความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษาต่างกันมีความพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

จักรินทร์ อินทวัน (2554) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต้องการให้บริการของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอากาศอำนวย” ผลการศึกษา พบว่า ด้านกระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการหน้าเคาน์เตอร์ อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ดังนั้นจะต้องเร่งพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีความเห็นต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านบริการหน้าเคาน์เตอร์ ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกและเพื่อให้พนักงานได้ให้บริการด้วย ความรวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการแก่ประชาชนสูงสุด และ บรรลุผลสำเร็จต่อไป

ปริญญช ศิริไพบุลย์ทรัพย์ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บรวบรวมข้อมูล 400 คน โดยวิเคราะห์ปัจจัย และความสัมพันธ์ของปัจจัย ผ่านการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น จากการศึกษาจะพบว่ามี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยพนักงาน และปัจจัยด้านคุณภาพ ทั้ง 2 ปัจจัยนี้ ทำให้เกิดความพอใจของกลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการ

จุไรพร พิณจชอบ (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้เปรียบเทียบกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับบริษัทขนส่งที่ทันสมัย จากการเก็บข้อมูล 400 คน พบว่ากลุ่มผู้ค้าทั้งหมดพอใจกับการขนส่งที่ทันสมัยมากกว่าขนส่งแบบเก่า

ญาริณี เหลืองทรัพย์ทวี (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คนมาวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความสนใจ คือ ภาพลักษณ์ คุณสมบัติ ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบวัดครั้งเดียว (one-shot study) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี

#### 3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของของผู้ที่ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี การศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยผู้เข้ามาใช้บริการ โดยผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีจำนวน 529,996 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559) หรือ สพธอ. ซึ่งทำการสำรวจข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งประชากรโดยส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสัดส่วนของผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจากทั่วประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนร้อยละ 62.05 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559) ดังนั้น ผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตมินบุรี มีจำนวน 141,750 ราย

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตมินบุรี และเคยใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของ Yamane

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

โดยที่ n = กลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ โดยในงานวิจัยนี้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 และเมื่อนำข้อมูลมาแทนค่าตัวแปรในสมการจะได้ว่า

$$n = \frac{141,750}{1 + (141,750 \times (0.05)^2)}$$

$$n = 398.87$$

การวิจัยครั้งนี้ยอมรับความผิดพลาดได้ 5% และกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ 398.87 หรือประมาณ 400 ตัวอย่าง

### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับ มากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1

เกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยจะใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน คำนวณหาค่ากึ่งกลางพิสัย โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาค ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 จึงสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตมีนบุรี ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	พึงพอใจมาก
2.61-3.40	พึงพอใจปานกลาง
1.81-2.60	พึงพอใจน้อย
1.00-1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้

ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ การใช้บริการขนส่งเอกชน ค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ และส่งสินค้าไปยังภาค

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3.1 ตรวจสอบความเที่ยงหรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยค่าสถิติ Alpha Cornbach's Coefficient โดยใช้หลักเกณฑ์สากลหรือค่าความเที่ยงของแบบสอบถามต้องไม่น้อยกว่า 0.7 ถึงจะนำไปเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่ตกของการศึกษานี้ ซึ่งจากเครื่องมือการวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ค่าความเชื่อมั่นระดับ 0.947 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ จึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

3.3.2 แบบสอบถาม ให้กับผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่มาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำนวน 400 คน

3.3.3 ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยรวมถึงหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในข้อคำถามและความต้องการของผู้วิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง หรือความสมบูรณ์ของแบบสอบถามด้วยตนเอง และนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเชิงสถิติ

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 สถิติที่ใช้ในงานวิจัยคือ สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่มีการอ้างอิงไปยังประชากร แต่เป็นการบรรยายลักษณะข้อมูลเท่านั้น เช่น การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง การวัดการกระจายของข้อมูล ฯลฯ การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลพรรณนาจะอยู่ในรูปตาราง (table) และแผนภูมิ (Chart) ชนิดต่างๆ

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้ค่าสถิติ T-test , F-test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.4.3 สถิติพรรณนาที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงปริมาณ (Pearson's Correlation Coefficient)

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และประมวลผลของข้อมูลเพื่อการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการทางสถิติ คือ

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการอธิบายค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปแบบตาราง แผนภูมิแท่ง และแผนภูมิวงกลม ตามความเหมาะสม

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) นำข้อมูลที่เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ

3.4.3 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรีของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ การศึกษานี้วิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ 3 ชุดขึ้นไปจะวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ F – test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากนั้นเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ (Multiple comparison) ด้วยวิธี LSD



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย

#### 4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดให้กับกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่เข้ามาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี มีลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างดังรายละเอียดในตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** แสดงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	192	48.00
หญิง	208	52.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	90	22.50
25 – 35 ปี	85	21.80
36 – 45 ปี	66	16.50
46 – 55 ปี	61	15.30

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	98	24.50
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	182	45.50
แต่งงาน	199	49.80
หม้าย / หย่าร้าง	19	4.80
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.30
ปริญญาตรี	243	60.80
ปริญญาโท	65	16.30
ปริญญาเอก	7	1.80
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
ข้าราชการ	81	20.30
นักศึกษา	50	12.50
รับจ้างทั่วไป	37	9.30
ค้าขาย	47	11.80
พนักงานบริษัทเอกชน	99	24.80
ว่างงาน	24	6.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อาชีพ อื่นๆ	62	15.60
รวม	400	100.00
6. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	62	15.50
10,000 – 20,000 บาท	90	22.50
20,000 – 30,000 บาท	108	27.00
30,000 – 50,000 บาท	77	19.30
50,000 บาทขึ้นไป	63	15.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 52.00 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ มากกว่า 55 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 24.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 49.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้า อีคอมเมิร์ซ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้า อี  
คอมเมิร์ซ ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ความถี่ในการใช้บริการ		
1 ครั้ง / เดือน	172	43.00
2 – 4 ครั้ง / เดือน	162	40.50
5 – 6 ครั้ง / เดือน	27	6.80
มากกว่า 6 ครั้ง / เดือน	39	9.80
รวม	400	100.00
2. ผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยที่สุด		
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	215	53.80
บริษัทขนส่งเอกชน เช่น Kerry Express, Flash Express	185	46.30
รวม	400	100.00
3. ค่าใช้จ่ายตลอดการให้บริการ		
ต่ำกว่า 100 บาท / ครั้ง	296	74.00
101 – 200 บาท / ครั้ง	76	19.80
201 – 400 บาท / ครั้ง	15	3.80
400 บาทขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

**ตารางที่ 4.2 (ต่อ)**

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
4. ส่งสินค้าไปยังภาค		
ภาคกลาง	118	29.50
ภาคเหนือ	26	6.50
ภาคตะวันตก	6	1.50
ภาคตะวันออก	13	3.30
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12	3.00
ทุกภาค	225	56.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง /เดือน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด คิดเป็นร้อยละ 53.80 ส่วนใหญ่พบว่ามีการใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ ต่ำกว่า 100บาท / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่พบว่าส่งสินค้าไปยังทุกภาค คิดเป็นร้อยละ 56.30 ตามลำดับ

#### 4.3 ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณภาพการให้บริการ	4.11	0.66	มาก
ด้านราคาค่าบริการ	3.90	0.67	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.08	0.64	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	0.63	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.60) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.11$  ; S.D.= 0.66) รองลงมาคือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.64) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.63) และ ด้านราคาค่าบริการ ( $\bar{X} = 3.90$  ; S.D.= 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา จำแนกตามด้านคุณภาพการให้บริการ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โดยสม่ำเสมอ	1 (.3)	5 (1.3)	66 (16.5)	214 (53.5)	114 (28.5)	4.09	0.71	มาก
การให้บริการด้วยความสุภาพ	0 (0.0)	6 (1.5)	70 (17.5)	194 (48.5)	130 (32.5)	4.12	0.74	มาก
มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	0 (0.0)	5 (1.3)	59 (14.8)	216 (54.0)	120 (30.0)	4.13	0.69	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.11</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ด้านคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$  ; S.D.= 0.60) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ ยอมรับของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.13$  ; S.D.= 0.69) รองลงมาคือ ข้อ การให้บริการด้วยความสุภาพ ( $\bar{X} = 4.12$  ; S.D.= 0.74) และ ข้อ การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 4.09$  ; S.D.= 0.71) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา จำแนกตามด้านราคาค่าบริการ

ด้านราคาค่าบริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	1 (0.3)	9 (2.3)	88 (22.0)	225 (56.3)	77 (19.3)	3.92	0.72	มาก
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	1 (0.3)	14 (3.5)	109 (27.3)	180 (45.0)	96 (24.0)	3.89	0.81	มาก
ราคาบรรจุหีบห่อมีความสมเหตุสมผล	1 (0.3)	12 (3.0)	98 (24.5)	214 (53.5)	75 (18.8)	3.88	0.74	มาก
<b>รวม</b>						<b>3.90</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ด้านราคาค่าบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$  ; S.D.= 0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.92$  ; S.D.= 0.72) รองลงมาคือ ข้อ ราคาไม่แพงเมื่อ เทียบกับร้านอื่น ( $\bar{X} = 3.89$  ; S.D.= 0.81) และ ข้อ ราคาบรรจุหีบห่อมีความสมเหตุสมผล ( $\bar{X} = 3.88$  ; S.D.= 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วถึง	0 (0.0)	2 (0.5)	71 (17.8)	216 (54.0)	111 (27.8)	4.09	0.68	มาก
ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	1 (0.3)	5 (1.3)	73 (18.3)	196 (49.0)	125 (31.3)	4.10	0.74	มาก
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง	1 (0.3)	5 (1.3)	65 (16.3)	222 (55.5)	107 (26.8)	4.07	0.70	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.08</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.74) รองลงมาคือ ข้อ ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วถึง ( $\bar{X} = 4.09$  ; S.D.= 0.68) และ ข้อ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง ( $\bar{X} = 4.07$  ; S.D.= 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว	0 (0.0)	4 (1.0)	60 (15.0)	228 (57.0)	108 (27.0)	4.10	0.67	มาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	0 (0.0)	5 (1.3)	70 (17.5)	196 (49.0)	129 (32.3)	4.12	0.73	มาก
มีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน	1 (0.3)	2 (0.5)	74 (18.5)	216 (54.0)	107 (26.8)	4.07	0.70	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.08</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>



จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.12$  ; S.D.= 0.73) รองลงมาคือ ข้อ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.67) และ ข้อ มีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 4.07$  ; S.D.= 0.70) ตามลำดับ

#### 4.4 ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรตามต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณภาพการให้บริการ	4.23	0.76	มากที่สุด
ด้านราคาค่าบริการ	4.10	0.78	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.08	0.64	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.06	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  ; S.D.= 0.72) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.23$  ; S.D.= 0.76) รองลงมาคือ ด้านราคาค่าบริการ ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.78) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.64) และ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.06$  ; S.D.= 0.73) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านคุณภาพการให้บริการ

ด้านคุณภาพการให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ	1 (0.3)	8 (2.0)	64 (16.0)	149 (37.3)	178 (44.5)	4.24	0.80	มากที่สุด
การให้บริการด้วยความสุภาพ	2 (0.5)	7 (1.8)	66 (16.5)	184 (46.0)	141 (35.3)	4.14	0.78	มาก
มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	2 (0.5)	7 (1.8)	58 (14.5)	167 (41.8)	166 (41.5)	4.22	0.79	มากที่สุด
<b>รวม</b>						4.23	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนด้านคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$  ; S.D.= 0.76) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อ การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.24$  ; S.D.= 0.80) รองลงมาคือ ข้อ มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ( $\bar{X} = 4.22$  ; S.D.= 0.79) และ ข้อ การให้บริการด้วยความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$  ; S.D.= 0.78) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านราคาค่าบริการ

ด้านราคาค่าบริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	2 (0.5)	16 (4.0)	57 (14.3)	191 (47.8)	134 (33.5)	4.10	0.82	มาก
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	5 (1.3)	19 (4.8)	57 (14.3)	157 (39.3)	162 (40.5)	4.13	0.91	มาก
ราคาบรรจุหีบห่อมีความสมเหตุสมผล	3 (0.8)	14 (3.5)	66 (16.5)	173 (43.3)	144 (36.0)	4.10	0.85	มาก
<b>รวม</b>						4.10	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านราคาค่าบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.78) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.13$  ; S.D.= 0.91) รองลงมาคือ ข้อ ราคาบรรจุหีบห่อมีความเหมาะสมผล ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.85) และ ข้อ มีราคาเหมาะสมกับกับคุณภาพการบริการ ( $\bar{X} = 4.10$  ; S.D.= 0.82) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่	1 (0.3)	11 (2.8)	66 (16.5)	200 (50.0)	122 (30.5)	4.08	0.77	มาก
ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	2 (0.5)	14 (3.5)	72 (18.0)	177 (44.3)	135 (33.8)	4.07	0.83	มาก
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง	2 (0.5)	7 (1.8)	47 (11.8)	211 (52.8)	133 (33.3)	4.17	0.73	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.08</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมีพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.17$  ; S.D.= 0.73) รองลงมาคือ ข้อ ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ( $\bar{X} = 4.08$  ; S.D.= 0.77) และ ข้อ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 4.07$  ; S.D.= 0.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนตัวอย่าง (ร้อยละ)					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	1	2	3	4	5			
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนและมีความคล่องตัว	2 (0.5)	9 (2.3)	71 (17.8)	203 (50.8)	115 (28.8)	4.05	0.77	มาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3 (0.8)	13 (3.3)	67 (16.8)	193 (48.3)	124 (31.0)	4.06	0.82	มาก
มีพนักงานต้อนรับและระยะเวลาการ ให้บริการอย่างชัดเจน	3 (0.8)	12 (3.0)	67 (16.8)	192 (48.0)	126 (31.5)	4.07	0.81	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.06</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$  ; S.D.= 0.73) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมีพนักงานต้อนรับและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.07$  ; S.D.= 0.81) รองลงมาคือ ข้อ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.06$  ; S.D.= 0.82) และ ข้อ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว ( $\bar{X} = 4.05$  ; S.D.= 0.77) ตามลำดับ

#### 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่าง

**ตารางที่ 4.13** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามเพศ

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	P-Value
ชาย	192	4.18	0.700	0.829	0.408
หญิง	208	4.12	0.738		
<b>รวม</b>	<b>400</b>				

จากตารางที่ 4.13 พบว่าค่า t เท่ากับ 0.829 และค่า P-Value เท่ากับ 0.408 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 สรุปว่า เพศที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่าง

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่าง

**ตารางที่ 4.14** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามอายุ

อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P-Value
ต่ำกว่า 25 ปี	90	4.38	.567	13.038	0.000*
25 - 35 ปี	85	4.36	.609		
36 - 45 ปี	66	4.26	.652		
46 - 55 ปี	61	4.00	.652		
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	98	3.78	.847		
<b>รวม</b>	<b>400</b>				

จากตารางที่ 4.14 พบว่าค่า F เท่ากับ 13.038 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 สรุปว่า อายุที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) แสดงผลดังตารางที่ 4.15

**ตารางที่ 4.15** ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย จำกัด	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี	4.38	-	.899	.276	.001*	.000*
25 - 35 ปี	4.36	-	-	.337	.001*	.000*
36 - 45 ปี	4.26	-	-	-	.033*	.000*
46 - 55 ปี	4.00	-	-	-	-	.049*
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3.78	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 - 55 ปี และ อายุ มากกว่า 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 25 - 35 ปี มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 - 55 ปี และ อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 - 55 ปี และ อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 - 55 ปี มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ มากกว่า 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : สถานภาพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.16** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P-Value
โสด	182	4.23	.647	3.410	.034*
แต่งงาน	199	4.06	.779		
หม้าย / หย่าร้าง	19	4.34	.625		
<b>รวม</b>	<b>400</b>				

จากตารางที่ 4.16 พบว่าค่า F เท่ากับ 3.410 และค่า P-Value เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 สรุปว่า สถานภาพที่

แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำกัดสาขามินบุรี แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) แสดงผลดังตารางที่ 4.17

**ตารางที่ 4.17** ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	$\bar{X}$	โสด	แต่งงาน	หม้าย / หย่าร้าง
โสด	4.23	-	.021*	.519
แต่งงาน	4.06	-	-	.102
หม้าย / หย่าร้าง	4.34	-	-	-

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่สถานภาพโสด มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพแต่งงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.18** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P-Value
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	4.29	.669	3.387	.018*
ปริญญาตรี	243	4.14	.739		
ปริญญาโท	65	3.97	.678		
ปริญญาเอก	7	4.57	.607		



รวม	400
-----	-----

จากตารางที่ 4.18 พบว่าค่า F เท่ากับ 3.387 และค่า P-Value เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 สรุปว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) แสดงผลดังตารางที่ 4.19

**ตารางที่ 4.19** ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.29	-	.083	.006*	.323
ปริญญาตรี	4.14	-	-	.091	.114
ปริญญาโท	3.97	-	-	-	.034*
ปริญญาเอก	4.57	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่การศึกษาระดับปริญญาโท มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : อาชีพที่แตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพที่แตกต่างความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.20** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P-Value
ข้าราชการ	81	4.10	.739	3.346	.003*
นักศึกษา	50	4.36	.544		
รับจ้างทั่วไป	37	4.24	.723		
ค้าขาย	47	4.00	.780		
พนักงานบริษัทเอกชน	112	4.28	.629		
ว่างงาน	24	4.02	.853		
อื่นๆ	49	3.87	.802		
<b>รวม</b>	<b>400</b>				

จากตารางที่ 4.20 พบว่าค่า F เท่ากับ 3.346 และค่า P-Value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 สรุปว่า อาชีพที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) แสดงผลดังตารางที่ 4.21

**ตารางที่ 4.21** ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย จำกัด	$\bar{X}$	ข้าราชการ	นักศึกษา	รับจ้างทั่วไป	ค้าขาย	พนักงานบริษัทเอกชน	ว่างงาน	อื่นๆ
ข้าราชการ	4.10	-	.041*	.304	.447	.078	.636	.071
นักศึกษา	4.36	-	-	.447	.013*	.513	.054	.001*
รับจ้างทั่วไป	4.24	-	-	-	.118	.777	.231	.015*
ค้าขาย	4.00	-	-	-	-	.023*	.907	.359
พนักงานบริษัทเอกชน	4.28	-	-	-	-	-	.102	.001*

ว่างงาน	4.02	-	-	-	-	-	-	.384
อื่น ๆ	3.87	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อาชีพข้าราชการ มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อาชีพรับจ้างทั่วไป มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อาชีพค้าขาย มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ แตกต่างกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน

**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**

$H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** ผลการทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี จำแนกตามรายได้

รายได้	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P-Value
ต่ำกว่า 10,000 บาท	62	4.28	.631	7.431	.000*
10,000 – 20,000 บาท	90	4.27	.712		
20,000 – 30,000 บาท	108	4.31	.637		
30,000 – 50,000 บาท	77	3.89	.785		
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	63	3.90	.725		
<b>รวม</b>	<b>400</b>				

จากตารางที่ 4.22 พบว่าค่า F เท่ากับ 3.346 และค่า P-Value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.6 สรุปว่า รายได้ที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) แสดงผลดังตารางที่ 4.23

**ตารางที่ 4.23** ความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย จำกัด	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.28	-	.931	.802	.001*	.002*
10,000 – 20,000 บาท	4.27	-	-	.703	.000*	.001*
20,000 – 30,000 บาท	4.31	-	-	-	.000*	.000*
30,000 – 50,000 บาท	3.89	-	-	-	-	.951
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.90	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ของกลุ่มผู้ค้าอเมริกันแตกต่างกันกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 30,000 – 50,000 บาท และรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ของกลุ่มผู้ค้าอเมริกันแตกต่างกันกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 30,000 – 50,000 บาท และรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ของกลุ่มผู้ค้าอเมริกันแตกต่างกันกับ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 30,000 – 50,000 บาท และรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

**สมมติฐาน 2** พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านความถี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 2.2 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 2.3 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

สมมติฐานที่ 2.4 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านภูมิภาคในการขนส่ง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค

**ตารางที่ 4.24** ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

พฤติกรรมการใช้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี		
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความถี่	0.164**	.001	ต่ำ
ด้านประเภทผู้ประกอบการ	-0.289**	.000	ต่ำ
ด้านค่าใช้จ่าย	-0.124*	.013	ต่ำ
ด้านภูมิภาคในการขนส่ง	0.144**	.004	ต่ำ

\*\*นัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 0.000 0.013 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หากจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความถี่ ( $r = 0.164$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ด้านประเภทผู้ประกอบการ ( $r = -0.289$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ด้านค่าใช้จ่าย ( $r = -0.124$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ด้านภูมิภาคในการขนส่ง ( $r = 0.144$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 3** ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่

ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคา ค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมินบุรี ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

**ตารางที่ 4.25** ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ขนส่งเอกชน	ระดับความคิดเห็น	ขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$		$\bar{X}$	
ด้านคุณภาพการให้บริการ	4.23	มากที่สุด	4.11	มาก
ด้านราคาค่าบริการ	4.10	มาก	3.90	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.08	มาก	4.08	มาก
ด้านกระบวนการการให้บริการ	4.06	มาก	4.08	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>มาก</b>	<b>4.08</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.25 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน และความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ด้านขนส่งเอกชน มีค่าเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับมาก ส่วน ด้านขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการขนส่งเอกชน และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี

สมมติฐานที่ 2.1 ด้านความถี่ ( $r = 0.164$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ



สมมติฐานที่ 2.2 ด้านประเภทผู้ประกอบการ ( $r = -0.289$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.3 ด้านค่าใช้จ่าย ( $r = -0.124$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.4 ด้านภูมิภาคในการขนส่ง ( $r = 0.144$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมินบุรี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมินบุรี 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาเมินบุรี ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 400 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ และประเมินผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 เพศชายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมา ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และอายุ 25 – 30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 รองลงมา อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และน้อยที่สุด อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 มีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และน้อยที่สุด มีสถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมา มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 รองลงมา มีระดับการศึกษา ปริญญาโท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 และน้อยที่สุด มีระดับการศึกษา ปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 รองลงมา มีอาชีพ ข้าราชการ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 รองลงมา มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 รองลงมา มีอาชีพ นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รองลงมา มีอาชีพ ค้าขาย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 รองลงมา มีอาชีพ รับจ้างทั่วไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และน้อยที่สุด มีอาชีพ ว่างาน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมา มีรายได้ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 รองลงมา มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และน้อยที่สุด มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวอย่างพบว่า มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง / เดือน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา พบว่า มีความถี่ในการใช้บริการ 2 – 4 ครั้ง / เดือน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 6 ครั้ง / เดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และน้อยที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการ 5 – 6 ครั้ง / เดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 มีผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยที่สุด บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมา มีผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยที่สุดบริษัทขนส่งเอกชน เช่น Kerry Express , Flash Express จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 มีค่าใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ ต่ำกว่า 100 บาท / ครั้ง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมามีค่าใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ 101 – 200 บาท / ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 รองลงมามีค่าใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ 201 – 400 บาท / ครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และน้อยที่สุดมีค่าใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ 400 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 พบว่า ส่งสินค้าไปยังภาค ทุกภาค จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 รองลงมา ส่งสินค้าไปยังภาค ภาคกลาง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา ส่งสินค้าไปยังภาค ภาคเหนือ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 รองลงมา ส่งสินค้าไปยังภาค ภาคตะวันออก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 รองลงมา ส่งสินค้าไปยังภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และน้อยที่สุด ส่งสินค้าไปยังภาค ภาคตะวันตก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ข้อ การให้บริการด้วยความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ ข้อ การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ตามลำดับ

ด้านราคาค่าบริการ พบว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ข้อ ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.89 และ ข้อ ราคาบรรจุหีบห่อมีความเหมาะสมผล มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมา ข้อ ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที มีค่าเฉลี่ย 4.09 และ ข้อ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาฉะเชิงเทรา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาข้อขึ้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ ข้อ มีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

5.1.3 ข้อมูลคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรตามต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อ การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.24 รองลงมาคือ ข้อ มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.22 และ ข้อ การให้บริการด้วยความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านราคาค่าบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ข้อ ราคาบรรจุก่อนมีความเหมาะสมผล มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ ข้อ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมีพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ข้อ ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที มีค่าเฉลี่ย 4.08 และ ข้อ ความกระตือรือร้นของพนักงาน ที่จะให้บริการแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกข้อ โดย ข้อมีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ข้อ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ข้อ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ สามารถนำไปประเด็นมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 5.2.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ



**สมมติฐาน 2** พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านความถี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี พบว่า ด้านความถี่ ( $r = 0.164$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.2 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี พบว่า ด้านประเภทผู้ประกอบการ ( $r = -0.289$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.3 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี พบว่า ด้านค่าใช้จ่าย ( $r = -0.124$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.4 พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านภูมิภาคในการขนส่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี พบว่า ด้านภูมิภาคในการขนส่ง ( $r = 0.144$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 3** ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือไม่

ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน และความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ด้านขนส่งเอกชน มีค่าเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่ใช้บริการขนส่งเอกชน และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ไม่แตกต่างกัน

กรณีศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา ไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ค่าความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มากกว่า 0.70 ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เท่ากับ 0.947 และด้านความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เท่ากับ 0.956

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ

(1) ในส่วนของด้านคุณภาพการให้บริการ กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมากกว่าขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อาจจะต้องมีการจัดอบรมพนักงานด้านการต้อนรับ การให้ข้อมูล เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี มีระดับความพึงพอใจที่มากกว่าบริษัทขนส่งเอกชน

(2) ในส่วนของด้านราคาค่าบริการ กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชนมากกว่าขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อาจจะต้องมีการจัดการกับราคาค่าบริการ หรือไม่ก็ออกโปรโมชั่น การเข้ามาใช้บริการ ให้กับผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าบริษัทขนส่งเอกชน

(3) ในส่วนของด้านบุคลากรที่ให้บริการ กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งเอกชน และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี อยู่ในระดับที่เท่ากัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อาจจะต้องเน้นย้ำกับพนักงาน ในเรื่องการบริการแก่ลูกค้าและการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่งอย่างกระชับและเข้าใจง่าย จะทำให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าบริษัทขนส่งเอกชน

(4) ในส่วนของด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี มากกว่าขนส่งเอกชน

สรุป โดยรวมแล้วบริษัทขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ยังมีความพึงพอใจน้อยกว่าบริษัทขนส่งเอกชน อาจจะต้องมีการปรับการให้บริการ ราคาค่าบริการ และบุคลากรให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ที่เข้ามาใช้บริการ มากกว่าเดิม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาข้อมูลในเชิงลึกของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี แบบเจาะลึกในด้านคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่เข้ามาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี และศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยการกลับมาใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ซ้ำเพราะอะไร และศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ



## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). ข้อมูลผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2559.  
<https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- กาญจนา อรุณสุขจุฑา. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชย  
ปราการจำกัด อำเภอยะปริงการ จังหวัดเชียงใหม่ [ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิตติพัฒน์ อินทรนิโลดม. (2544). การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่  
ผู้ปฏิบัติงานด้านทะเบียนราษฎร และบัตรประจำตัวประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขต  
คลองเตย [ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา.  
<https://webopac.lib.buu.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00209303>
- กิตติยา เหมงค์. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ [ปัญหาพิเศษ  
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา.  
<https://webopac.lib.buu.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00214966>
- จักรินทร์ อินทวัน. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย  
จำกัด สาขาภาพลินธุ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน].  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้า  
อีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].  
TU Digital Collections. [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:90908](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90908)
- ชรินิ เดชจินดา. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ  
เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].  
หอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล. [http://mulinet11.li.mahidol.ac.th/e-thesis/  
scan/26320.pdf](http://mulinet11.li.mahidol.ac.th/e-thesis/scan/26320.pdf)
- ญาธิณี เหลืองทรัพย์ทวี. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษาของบริษัทขนส่งเอกซเพรส เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอ  
เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU  
Research รวมงานวิชาการ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3758>
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. (2528). แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่จำเป็นที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต. สำนักงานปลัดสำนัก  
นายกรัฐมนตรี.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ตลาด E-Commerce ไทยในปี 2565 มีแนวโน้มโตไม่ต่ำกว่า 30%. (2564, 30 ธันวาคม). EXIM Knowledge Center. <https://kmc.exim.go.th/detail/economy-news/20211230082019>
- นฤมล พันธุ์เตี้ย. (2559). พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7* (น. 1256-1267). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/5-04/article/view/575>
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU Research รวมงานวิชาการ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2129>
- ปริญานุษ ศิริไพบูลย์ทรัพย์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:90935](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90935)
- วนาลี สังขเวช. (2554). คุณภาพการให้บริการของผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี (ตีพิมพ์ วรรณกรรมหญิง) [ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://webopac.lib.buu.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00225881>
- วัลดา บินซาเว็น. (2544). ความพึงพอใจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่อการให้บริการงานทะเบียนหลักทรัพย์ บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด [ปัญหาพิเศษปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://webopac.lib.buu.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00209322>
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยใน อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMUDC. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:96198>
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศรัณย์ ทิพย์บำรุง. (2544). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา [ภาค นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. [https://lib-search.nida.ac.th/permalink/f/1lnpljf/ALEPH\\_MONO000113843](https://lib-search.nida.ac.th/permalink/f/1lnpljf/ALEPH_MONO000113843)

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559. <https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Profile-2016.aspx>
- สุจิตรา บุญรัตน์พันธุ์. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2525). ตลาดบริการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันต์ นุ่มดี. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของที่ทำกาารไปรษณีย์สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ [ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อุอิชิโร่, นากามูระ. (2536). คู่มือแก้ปัญหาการขายและการบริการ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9th ed.). Prentice Hall.

ภาคผนวก

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามีนบุรี  
ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ

### ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี  2. 25 – 35 ปี  
 3. 36 – 45 ปี  4. 46 – 55 ปี  
 5. มากกว่า 55 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด  2. แต่งงาน  
 3. หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. ปริญญาตรี  
 3. ปริญญาโท  4. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

1. ข้าราชการ  2. นักศึกษา  
 3. รับจ้างทั่วไป  4. ค้าขาย  
 5. พนักงานบริษัทเอกชน  6. ว่างาน  
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ )

6. รายได้

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท  2. 10,000 – 20,000 บาท  
 3. 20,000 – 30,000 บาท  4. 30,000 – 50,000 บาท  
 5. มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ**

**คำชี้แจง** จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการใช้บริการ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 ครั้ง / เดือน     | <input type="checkbox"/> 2. 2 – 4 ครั้ง / เดือน     |
| <input type="checkbox"/> 3. 5 – 6 ครั้ง / เดือน | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 ครั้ง / เดือน |

2. ผู้ประกอบการขนส่งที่ใช้บ่อยที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด | <input type="checkbox"/> 2. บริษัทขนส่งเอกชน เช่น Kerry Express, Flash Express |
|--|--|

3. ค่าใช้จ่ายตลอดการใช้บริการ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 100 บาท / ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 101 – 200 บาท / ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 201 – 400 บาท / ครั้ง   | <input type="checkbox"/> 4. 400 บาทขึ้นไป         |

4. ส่งสินค้าไปยังภาค

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคกลาง               | <input type="checkbox"/> 2. ภาคเหนือ    |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคตะวันตก            | <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออก |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | <input type="checkbox"/> 6. ทุกภาค      |

**ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด**

**สาขามินบุรี ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ**

**คำชี้แจง** : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4 = เห็นด้วยในระดับมาก

3 = เห็นด้วยในระดับปานกลาง

2 = เห็นด้วยในระดับน้อย

1 = เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามินบุรี ของกลุ่มลูกค้า อีคอมเมิร์ซ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<b>ด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด</b>					
1. การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โดยสม่ำเสมอ					
2. การให้บริการด้วยความสุภาพ					
3. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
<b>ด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน</b>					
1. การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โดยสม่ำเสมอ					
2. การให้บริการด้วยความสุภาพ					
3. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
<b>ด้านราคาค่าบริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ					
2. ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
3. ราคาบรรจุหีบห่อมีความสมเหตุสมผล					
<b>ด้านราคาค่าบริการ บริษัทขนส่งเอกชน</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ					
2. ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
3. ราคาบรรจุหีบห่อมีความสมเหตุสมผล					
<b>ด้านบุคลากรที่ให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด</b>					
1. ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ ทันท่วงที					
2. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า					
3. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง					



<b>ด้านบุคลากรที่ให้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน</b>					
1. ความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที					
2. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้า					
3. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่ง					
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด</b>					
1. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว					
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
3. มีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน					
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน</b>					
1. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความคล่องตัว					
2. มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
3. มีผังลำดับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการอย่างชัดเจน					

**ตอนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

