

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้า ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

Factors affecting the decision to choose the transportation service of Thai postal customers in Suphanburi Province

วีรยุทธ ไทยโพธิ์ศรี¹ และน้ำทิพย์ การพิมพ์²

Weerayut Thaiposri and Namtip Karnpim

Received : April 18, 2022 Revised : June 1, 2022 Accepted : June 9, 2022

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2. ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี
Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi, Suphanburi Campus, E-mail: weerayut.th@rmutsb.ac.th

² คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี
Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi, Suphanburi Campus, E-mail: namtip.ka@rmutsb.ac.th

และด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps), ปัจจัยคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Abstract

The objectives of the research are :1) To study the service marketing mix factors (7 P's) that affect the decision to choose the transportation service of Thai postal customers in Suphanburi province. 2) To study the service quality factors that affect the decision to choose the transportation service of Thai postal customers in the province. The sample consists of 400 Thai postal customers in the province, which is obtained using W.G. Cochran's formula. In case of the population being unknown, the tools that are used consist of questionnaires, data analysis using statistics, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The result shows that : 1) The service marketing factors are Products, Place, Process and Personal department that affect the decision to choose the transportation service of Thai postal customers in Suphanburi province that is statistically significant at a 0.05 level. 2) Service quality factors that are Tangible, Responsiveness, Assurance, which affect the decision to choose the transportation service of Thai postal customers in the province, is statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: The service marketing mix factors. (7 Ps), Service quality factors and Service decision

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตไปกับเทรนด์อีคอมเมิร์ซของออนไลน์ที่กลายเป็นหนึ่งในวิถีชีวิตคนในยุคปัจจุบัน และยังได้แรงขับเคลื่อนจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคจากช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลกระทบเชิงบวกให้กับธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจขนส่งพัสดุย่อย เติบโต

อย่างก้าวกระโดด หากลองนับดูในไทยมีผู้ให้บริการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์มากกว่า 10 ราย และยังมีผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาเรื่อย ๆ สะท้อนให้เห็นว่าตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุในไทยที่เกี่ยวข้องกันอย่างมีนัยสำคัญกับตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นั้นยังน่าสนใจในการเข้ามาช่วงชิงเม็ดเงินในตลาดนี้

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ถูกจัดให้อยู่ในส่วนของการให้บริการรับส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุภัณฑ์ด่วน ขณะที่บริษัทไปรษณีย์ไทยจะมีบทบาทที่สำคัญของกิจการไปรษณีย์ของไทย และแม้ว่าบริษัทไปรษณีย์ไทยจะมีจุดแข็งหลายประการ อาทิ จำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานหน้าที่กว่า 20,000 คน ทั่วประเทศซึ่งมีความรู้ความเข้าใจพื้นที่ให้บริการที่ครอบคลุมและสามารถดำเนินการได้สะดวก มีความชำนาญในการจัดส่งไปรษณีย์ภัณฑ์เป็นอย่างดีและการมีค่าบริการที่ต่ำหรือการมีเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีจำนวนสาขาให้บริการจำนวนมากถึง 4,219 แห่ง อย่างไรก็ตามจุดแข็งเหล่านี้ก็อาจจะกลายเป็นจุดอ่อนได้เช่นกันเมื่อมีการเปิดเสรีการค้าบริการสาขานี้ อาทิการมีพนักงานหรือสาขาที่ให้บริการจำนวนมากก็อาจจะกลายเป็นต้นทุนคงที่ที่สูงมาก ขณะที่ผู้ให้บริการต่างชาติกลับมีต้นทุนเหล่านี้ต่ำกว่าและอาจจะใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยเพื่อต่อยอดการให้บริการของตน (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2559)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เผยปี 2563 มีปริมาณงานการขนส่ง รวมทั้งสิ้นกว่า 2,400 ล้านชิ้น พร้อมชี้ในปี 2564 เร่งดำเนินธุรกิจเพื่อรับการแข่งขันทั้งในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นการลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่ง ด้านบุคลากรให้มีทักษะที่หลากหลาย ด้านบริการที่เน้นไปที่การอำนวยความสะดวกและความคุ้มค่าที่มากขึ้น รวมถึงเข้าถึงความต้องการของคนทุกเจเนอเรชัน สร้างพันธมิตรร่วมกับธุรกิจรายอื่น ๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งต่าง ๆ ร่วมกัน โดยปี 2563 ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ทั้งลูกค้าที่ใช้บริการไปรษณีย์ไทยและผู้ใช้บริการขนส่งรายอื่น พบว่าลูกค้าประชาชนให้ความไว้วางใจในแบรนด์ไปรษณีย์ไทยในระดับ 92.5% (นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกำธร, 2563)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นและให้ความสำคัญในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้บริษัทมีการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานการบริการขนส่งเทียบเท่าในระดับสากล อันจะส่งผลให้ ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีสามารถแข่งขันกับบริษัทขนส่งระบบเอกชนได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนโดยศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านบุคคล

- ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ

1.1.2 ตัวแปรตาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran โดยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564 - มีนาคม 2565

1.4 ขอบเขตด้านสถานที่การวิจัย คือ ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่สำคัญสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนของข้อความในส่วนที่ 2-4 มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนความคิดเห็นแต่ละด้าน ดังนี้ 4.21 – 5.00 (เห็นด้วยมากที่สุด) 3.41 – 4.20 (เห็นด้วยมาก) 2.61 – 3.40 (เห็นด้วยปานกลาง) 1.81 – 2.60 (เห็นด้วยน้อย) 1.00 – 1.80 (เห็นด้วยน้อยที่สุด)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ ผู้วิจัยใช้การแจกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือวิชาการบทความ วิทยานิพนธ์ รายงานที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science) มาดำเนินการใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ปัจจัยคุณภาพการบริการ และตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้า

ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.60	มาก	2
ด้านราคา	4.78	0.71	มากที่สุด	1
ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	4.01	0.66	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	0.79	มาก	7
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.92	0.69	มาก	5
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.97	0.63	มาก	4

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	$\bar{x}$	<i>S. D.</i>	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านบุคคล	3.87	0.74	มาก	6
รวม	3.90	0.55	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.90 *S.D.* = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่าด้านที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล) และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	<i>S. D.</i>	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.00	0.62	มาก	1
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	3.94	0.65	มาก	2
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ	3.93	0.68	มาก	3
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ	3.92	0.68	มาก	4
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	3.86	0.65	มาก	5
รวม	3.93	0.58	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$ S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านที่มีค่าสูงสุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูก้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูก้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ ลูก้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เพื่อ พิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ไปรษณีย์ไทย	3.64	0.87	มาก	7
2. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการของ ไปรษณีย์ไทย	3.93	0.77	มาก	4
3. ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ไทยจากคำแนะนำของผู้ที่เคยมาใช้บริการ	3.74	0.89	มาก	6
4. ท่านจะกลับมาใช้บริการของไปรษณีย์ ไทยอีกครั้ง	3.93	0.83	มาก	5
5. ท่านพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ไทยจากความสะดวกในการ ติดต่อรับบริการ	3.98	0.82	มาก	2

การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ ลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	<i>S. D.</i>	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
6. ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ไทยที่ท่านคิดว่าจะมีความปลอดภัยสูงสุดและมี ราคาเหมาะสมที่สุด	4.03	0.78	มาก	1
7. หลังจากใช้บริการที่ไปรษณีย์ไทยแห่งนี้ ท่านอยากจะแนะนำและบอกต่อไปยังผู้อื่น เมื่อรู้สึกพึงพอใจ	3.96	0.81	มาก	3
รวม	3.89	0.66	มาก	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีในภาพรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$ *S.D.* = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยที่ท่านคิดว่าจะมีความปลอดภัยสูงสุดและมีราคาเหมาะสมที่สุด รองลงมาคือ ท่านพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยจากความสะดวกในการติดต่อรับบริการ หลังจากใช้บริการที่ไปรษณีย์ไทยแห่งนี้ ท่านอยากจะแนะนำและบอกต่อไปยังผู้อื่นเมื่อรู้สึกพึงพอใจ ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการของไปรษณีย์ไทย ท่านจะกลับมาใช้บริการของไปรษณีย์ไทยอีกครั้ง ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยจากคำแนะนำของผู้ที่เคยมาใช้บริการ และท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เพื่อพิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของไปรษณีย์ไทยตามลำดับ

5. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ (7Ps)	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ				
	B	SE	β	T	P
ค่าคงที่ (a)	0.310	0.166		1.871	0.062
ด้านผลิตภัณฑ์	0.236	0.051	0.215	4.627	0.000*
ด้านราคา	-0.009	0.042	-0.010	-0.219	0.827
ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	0.194	0.050	0.194	3.867	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.068	0.039	0.082	1.737	0.083
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.163	0.054	0.170	2.992	0.003*
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	0.049	0.062	0.047	0.800	0.424
ด้านบุคคล	0.199	0.045	0.225	4.442	0.000*
Adjust R Square = 0.569 R = 0.759 R Square = 0.577 Durbin-Watson = 1.932					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีตัวแปรทำนาย 4 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร มีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 56.90 (Adjust R Square = 0.569)

6. การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ				
	B	SE	β	T	P
ค่าคงที่ (a)	0.361	0.134		2.698	0.007
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.106	0.050	0.100	2.146	0.033*
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	0.121	0.056	0.121	2.169	0.031*
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ	0.146	0.053	0.152	2.752	0.006*
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ	0.134	0.051	0.139	2.623	0.009*
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.394	0.054	0.390	7.257	0.000*
Adjust R Square = 0.657 R = 0.813 R Square = 0.662 Durbin-Watson = 1.863					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีตัวแปรทำนาย 5 ตัวแปร คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร มีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 65.70 (Adjust R Square = 0.657)

อภิปรายผล (Research Discussion)

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี มีบรรจุภัณฑ์ เช่น ซองจดหมาย กล่องพัสดุ มีคุณภาพ ทั้งยังมีขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายเหมาะสมกับสินค้าที่ถูกจัดส่ง และหน้าซอง / กล่องพัสดุ มีการระบุผู้ส่งและผู้รับอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของ ประชาชนในจังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี สถานที่รับบริการมีความครอบคลุมในพื้นที่ มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และระยะเวลาเปิดปิดที่ทำให้การไปรษณีย์ไทยมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภค ในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดของการบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรีและ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการให้บริการตามลำดับก่อน – หลัง ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และเมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ

เจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดของการบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเจ้าหน้าที่มีการประสานงานได้อย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรวดี กฤตรัชตน์นัต (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะสิ่งแวดล้อมภายในที่ทำการไปรษณีย์ไทย เช่น ความสะอาด อากาศถ่ายเท เจ้าหน้าที่แต่งการสะอาด สุภาพ และที่ทำการไปรษณีย์ไทยความสะอาดในการเดินทางเพื่อมาใช้บริการ และความเพียงพอของพื้นที่จอดรถมี

ผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และ พุฒิพงศ์ ดวงจันทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บิ๊ก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บิ๊ก พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอที อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอที ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

2. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะชื่อเสียงของไปรษณีย์ไทยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ไทยให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของผู้ใช้บริการและการบริการของไปรษณีย์ไทยทุกครั้งที่มีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นิตยา คำสวนจิก (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงสีผู้ประกอบการลานมันเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขององค์กรคลังสินค้า และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้าของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมัน พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

3. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะการให้บริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว และถูกต้อง เจ้าหน้าที่มีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล และเจ้าหน้าที่แสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปาริฉัตร ประเสริฐ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการ

ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 420 คน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการเข้าถึงการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ (Assurance) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีให้บริการของไปรษณีย์ไทยมีความสะดวก รวดเร็ว และท่านสามารถติดต่อรับคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ไทยได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และ พุฒิพงศ์ ดวงจันทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บัค การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บัค พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอที อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอที ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะการแนะนำของเจ้าหน้าที่ของไปรษณีย์ในจังหวัดสุพรรณบุรีตรงกับที่ท่านต้องการ ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีมีความเต็มใจในการตอบข้อซักถามของท่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นิตยา คำสวนจิกร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงสีผู้ประกอบการลานมันเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขององค์กรคลังสินค้า และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้าของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมัน พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการ

ให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

องค์ความรู้ใหม่ (New Knowledge)

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่อง บรรจุภัณฑ์ เช่น ซองจดหมาย กล่องพัสดุ ให้มีคุณภาพ และขนาดของบรรจุภัณฑ์ควรมีหลากหลายเหมาะสมกับสินค้าที่ถูกจัดส่ง 2. ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่อง สถานที่รับบริการ มีความครอบคลุมในพื้นที่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ 3. ปัจจัยด้านกระบวนการ ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่องการให้บริการตามลำดับก่อน – หลัง และเมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ควรแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว 4. ปัจจัยด้านบุคคล ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่อง การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเจ้าหน้าที่ควรมีการประสานงานได้ดี

2) ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรีควรสนับสนุนเรื่อง ความสะอาด อากาศถ่ายเท และความเพียงพอของพื้นที่จอดรถมีผลต่อการเลือกใช้บริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่อง การให้บริการทุกครั้งควรมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ 3. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness) ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีเจ้าหน้าที่มีความพร้อมต่อการตอบข้อ

ซักถามหรือการให้ข้อมูล 4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ (Assurance) ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรสนับสนุนเรื่องการให้บริการของไปรษณีย์ไทยมีความสะดวก รวดเร็ว

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่ควรมีการแนะนำข้อมูลตรงกับที่ลูกค้าต้องการ ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- 1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) ควรเปรียบเทียบการให้บริการของไปรษณีย์ไทยและขนส่งรายอื่น ๆ เพื่อนำมาผลที่ได้มาปรับปรุงคุณภาพการทำงานของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดสุพรรณบุรี

เอกสารอ้างอิง (References)

- ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย. (2562). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียมกรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และ พุฒิพงศ์ ดวงจันทร์. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บัค. วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปีที่ 5, ฉบับที่ 1, มกราคม – มิถุนายน, หน้า 27 – 43.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2559). “ภาพรวมอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยกับการเตรียมพร้อม.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.freightmaxad.com/magazine/?p=9977>. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2564.
- นิตยา คำสวนจิก. (2559). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นลินทิพย์ ภาคศรีกุลกำธร. (2563). “ไปรษณีย์ไทย.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://positioningmag.com/1312598>. สืบค้นวันที่ 25 ธันวาคม 2564.
- ปาริฉัตร ประเสริฐ. (2564). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัทรวดี กฤตธีรชนันต์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.