

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ ที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

Factors Affecting the Decision to Choose the Delivery Service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province

วีรยุทธ ไทยโพธิ์ศรี¹ ทศนีย์ ข้องงาม²

Weerayut Thaiposri¹ and Tatsanee Khongngam²

Received: October 10, 2022 Revised: October 12, 2022

Accepted: December 31, 2022

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยฉบับนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มาใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้าน

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: noteing3344@gmail.com

บุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาไรรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาไรรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพในการให้บริการ การตัดสินใจ

Abstract

This research has objectives to study the service marketing mix factors that affect the decision to choose the delivery service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province, and to study the factors of service quality that affect the decision to choose the delivery service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province. It is quantitative research. The samples were 400 people who came to use the delivery service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were mean and standard deviation. The hypothesis testing by using Multiple Regression Analysis. The research results showed that marketing mix factors and the service quality factor in an overall value was at a high level The research results showed that the marketing mix in terms of price, place, promotion, and people, influenced the decision to choose the delivery service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province with a significant statistical level of 0.05, while the service quality factor in terms of reliability, response, privacy, and service access affecting the decision to choose the delivery service of Nong Bua Post Office, Nakhon Sawan Province were at the significant statistical level of 0.05.

Keywords: Marketing mix , Service Quality, Decision

บทนำ (Introduction)

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำ การไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ กิจกรรมไปรษณีย์ของไทยได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี 2426 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัด กรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) จนถึงต้นปี 2520 จึงได้มีการ เปลี่ยนแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อให้การดำเนินงานมี ความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ไป ต่อมาในปี 2546 จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีลักษณะไร้พรมแดน (Globalization) มากขึ้นโดยเฉพาะในด้านการเปิดเสรีการค้าบริการ ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์ อีกครั้งเป็นรูปบริษัทจำกัดดังกล่าวแล้วข้างต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเชิงธุรกิจและ ศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ในขณะที่ยังคงรับภาระในการให้บริการ เชิงสังคมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติโดยต่อเนื่องกิจการไปรษณีย์มีการพัฒนา ความเจริญในด้านต่าง ๆ มาโดยลำดับ จากระยะเริ่มแรกที่เป็นการพัฒนาเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อ เสริมความเข้มแข็งและรองรับการขยายตัว ต่อมาได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมประสิทธิภาพการ ดำเนินงานโดยการนำเครื่องจักรอุปกรณ์อันทันสมัยมาใช้ในการคัดแยกส่งต่อสิ่งของส่งทาง ไปรษณีย์ การนำระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติมาใช้ในการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่ว ประเทศ รวมทั้งได้เปิดบริการที่เป็นเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้นภายหลังการแปลงสภาพเป็น ไปรษณีย์ไทย ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินงานให้เป็นเชิงธุรกิจมากขึ้น มีการจัดทำแผนธุรกิจ ไปรษณีย์อย่างเป็นระบบ โดยแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการขนส่ง และโลจิสติกส์กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก และกลุ่ม ธุรกิจการเงิน อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบบริการในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความ ต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วให้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตและการ ดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

แต่ในปัจจุบันบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งถือเป็นบริษัท Logistics ของประเทศไทย มีเครือข่ายครอบคลุมมากที่สุด ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีการเติบโตและการ แข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีผู้ให้บริการให้เลือกหลากหลาย มีการแข่งขันที่สูงขึ้น คู่ ค้ามีจำนวนมากขึ้น การต่อสู้ด้านราคาในการขนส่ง ทำให้มีผู้ให้บริการมาแย่งส่วนแบ่งตลาด

ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในการส่งพัสดุ จดหมาย ไปรษณีย์ภัณฑ์ ประเภทต่าง ๆ ที่ยังทำให้ประชาชนให้ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และการใช้บริการขนส่งภายใต้ในแบรนด์ไปรษณีย์ไทย และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) อย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนโดยศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านบุคคล

- ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการเข้าถึงการให้บริการ

1.1.2 ตัวแปรตาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้ำไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

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

1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นตั้งแต่เดือนธันวาคม 2564 - มีนาคม 2565

1.4 ขอบเขตด้านสถานที่การวิจัย คือ ไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่สำคัญสำหรับกรวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ของลูกค้ำที่เลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้ำไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้ำไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนของข้อคำถามในส่วนที่ 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)

ทั้งนี้ แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหาโดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item objective congruence index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อ

มีค่ามากกว่า 0.50 และมีการนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น หรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าตามวิธีของครอนบรัช กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด ค่าที่ได้ อยู่ระหว่าง 0.78 - 0.86 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของ ทั้งฉบับอยู่ที่ 0.96 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้มากกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550) ดังนั้น แบบสอบถามชุดนี้จึงมีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นจึงสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

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 ส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการบริการ และตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของลูกค้าไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง อายุ 20 - 30 ปีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	4.27	0.43	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.17	0.51	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	4.27	0.45	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.22	0.61	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.28	0.40	มาก
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.28	0.44	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	4.33	0.47	มาก
รวม	4.26	0.37	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (\bar{x} 4.26, S.D. = 0.37) พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านบุคคล รองลงมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของที่ทำกาไปรษณีย์

หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของที่ทำกาไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

คุณภาพในการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความน่าเชื่อถือ	4.31	0.43	มาก
การตอบสนอง	4.26	0.45	มาก
ความเป็นส่วนตัว	4.32	0.45	มาก
การเข้าถึงการให้บริการ	4.30	0.45	มาก
รวม	4.30	0.39	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพในการให้บริการของที่ทำกาไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.39) พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงการให้บริการ และการตอบสนอง ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกา

ไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยเป็นประจำ	4.20	0.70	มาก
ท่านได้คำแนะนำจากผู้อื่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย	4.15	0.78	มาก

การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านมีความไว้วางใจไปรษณีย์ไทยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ	4.26	0.63	มาก
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยที่ท่านคิดว่ามีความปลอดภัยในการให้บริการสูงสุด	4.29	0.67	มาก
ท่านตั้งใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยเพราะอัตราค่าบริการที่เหมาะสม	4.23	0.69	มาก
เจ้าหน้าที่ให้บริการไปรษณีย์ไทยมีคำแนะนำช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี	4.26	0.67	มาก
ไปรษณีย์ไทยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี	4.30	0.68	มาก
ไปรษณีย์ไทยมีการทำงานที่รวดเร็วและสะดวกต่อการใช้บริการของท่าน	4.23	0.66	มาก
รวม	4.24	0.50	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24, S.D. = 0.50$) พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ไปรษณีย์ไทยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยที่ท่านคิดว่ามีความปลอดภัยในการให้บริการสูงสุด ท่านมีความไว้วางใจไปรษณีย์ไทยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ เจ้าหน้าที่ให้บริการไปรษณีย์ไทยมีคำแนะนำ ช่วยเหลือ แก้ไขปัญหา และดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี ไปรษณีย์ไทยมีการทำงานที่รวดเร็วและสะดวกต่อการใช้บริการของท่าน ท่านตั้งใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยเพราะอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทยเป็นประจำ และท่านได้คำแนะนำจากผู้อื่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ไทย ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ a	0.077	0.202		0.381	0.704
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	0.013	0.053	-0.012	-0.251	0.802
ด้านราคา	0.320	0.045	0.326	7.055	0.000*
ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	0.128	0.054	0.114	2.371	0.018*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.081	0.036	0.099	2.248	0.025*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.053	0.059	0.043	0.902	0.368
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	0.091	0.058	0.081	1.574	0.116
ด้านบุคคล	0.318	0.052	0.297	6.164	0.000*

Adjust R Square =0.568 R =0.758 R Square = 0.575 Durbin-Watson = 2.064

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าตัวแปรทำนาย 4 ตัวแปรคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรมีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 56.80 (Adjust R Square =0.568)

6. ผลการวิเคราะห์คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ a	0.022	0.174		0.126	0.899
ความน่าเชื่อถือ	0.244	0.055	0.213	4.470	0.000*
การตอบสนอง	0.258	0.061	0.235	4.262	0.000*
ความเป็นส่วนตัว	0.176	0.056	0.160	3.129	0.002*
การเข้าถึงการให้บริการ	0.303	0.059	0.274	5.174	0.000*
Adjust R Square =0.600 R =0.777 R Square =0.604 Durbin-Watson =2.019					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าตัวแปรทำนาย 4 ตัวแปรคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความเป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัด

นครสวรรค์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรมีอำนาจทำนายประมาณร้อยละ 60.00 (Adjust R Square =0.600)

อภิปรายผล (Research Discussion)

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัวจังหวัดนครสวรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดย

1. ด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัวจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะการทำกรไปรษณีย์มีความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ อัตราค่าบริการในการขนส่งที่เหมาะสมกับระยะทาง อัตราค่าบริการถูกกว่าขนส่งบริษัทอื่น ๆ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัวจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยภัทรวดี กฤตรัชตนันต์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง พบว่าลูกค้ามีความสัมพันธ์ในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

2. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะ ท่าเลที่ตั้งของสาขาสะดวกติดต่ออำนวยความสะดวกในการทำกรที่เหมาะสมมีการเปิดช่องทางการให้บริการหลากหลายช่องทางในการเลือกใช้บริการ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกรไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พัชรัตน์ ศุภภาคินและพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ บางกอก บาโคนี ชั้น 81 โรงแรมไบหยกสกาย พบว่าผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ บางกอก บาโคนี ชั้น 81 โรงแรมไบหยกสกาย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะ มีการแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้าในวาระหรือโอกาสสำคัญต่าง ๆ มีการจ้างชาวสารประชาสัมพันธ์ผ่านพบแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขนส่งการให้บริการที่หลากหลายให้กับผู้มาใช้บริการ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรวดี กฤตรัชตน์นัต (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง พบว่า ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง

4. ด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะพนักงานมีความรู้ความชำนาญ สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีอัธยาศัยสุภาพอ่อนน้อมยิ้มแย้มแจ่มใสและพนักงานเต็มใจให้บริการ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัวจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรวดี กฤตรัชตน์นัต (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง พบว่า ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง

ผลวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่าดังนี้

ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดย

1. ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัวมีความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้บริการ มีการให้บริการในการติดตามพัสดุมีความถูกต้องและแม่นยำมีการให้บริการขนส่งที่สินค้า มีความปลอดภัยไม่ชำรุดหรือเสียหาย จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ทำกาการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วรรณลดา ศรีทรงเมือง (2560) ได้ทำวิจัย คุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการร้านเช่าชุดในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบ และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบ และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

2. ด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะ พนักงานไปรษณีย์ไทยมีความพร้อมในการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล มีการแจ้งเตือนทันทีเมื่อมีระบบขัดข้องหรืออยู่ระหว่างการปรับปรุง ที่ทำการไปรษณีย์หนองบัวมีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัยสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานไปรษณีย์หนองบัวสามารถช่วยเหลือแก้ไขปัญหาของท่านได้ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยวรรณลดา ศรีทรงเมือง (2560) ได้ทำวิจัย คุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบ และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบ และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

3. ด้านความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะที่ทำการไปรษณีย์หนองบัวมีมาตรการในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีมาตรการในการคุ้มครองพัสดุของท่านจะไม่มีการเปิดหรือกรีดพัสดุก่อนถึงมือลูกค้า มีการยืนยันตัวตนในการชำระเงินที่ปลอดภัย จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัวจังหวัด นครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย อภิชัย ทาก่อง (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความเป็นส่วนตัว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

4. ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการสามารถติดตามสถานะข้อมูลการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการใช้บริการในการส่งพัสดุได้ตรงตามช่วงเวลาทำการที่เหมาะสม การให้บริการมีความรวดเร็วที่ตรงกับความต้องการลูกค้า การขนส่งมีการบริการที่เป็นไปตามลำดับขั้นตอนในการใช้บริการ จึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ

ที่ทำการไปรษณีย์ หนองบัวจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปาริฉัตร ประเสริฐ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำ การไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ควรสนับสนุนการเปิดช่องที่ให้บริการแก่ผู้มาใช้ บริการเพิ่มขึ้น สถานที่ให้บริการมีความสะอาดสถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือ หมู่บ้าน เพิ่มช่องทางการติดต่อ การแจ้งข่าวสารและเพิ่มอัตราพนักงานมากขึ้นเพื่อเพียงพอต่อ การรับบริการต่อผู้มาใช้บริการ
- 2) . ด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ทำ การไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ควรสนับสนุนการสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้ บริการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความ กระตือรือร้นและพร้อมให้บริการ พนักงานต้องให้บริการด้วยความรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของที่ ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เช่น ความรับผิดชอบ การติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ความเร็วในการให้บริการ เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มาใช้ บริการขนส่ง
2. ควรเปรียบเทียบการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว จังหวัดนครสวรรค์กับการ บริการแบบครบวงจรของบริษัทขนส่งเอกชน เพราะแต่ละบริษัท คุณภาพบริการของ ทั้งด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด และด้านปัจจัยคุณภาพบริการ มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ขนส่ง

เอกสารอ้างอิง (References)

- ปาริฉัตร ประเสริฐ. (2564). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน Xiaomi ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร(สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.
- พัทธนันท์ ศุภภาคิน, และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ บางกอก บาโคनी ชั้น 81 โรงแรมไบหยก.วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์.
- ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง(วิทยานิพนธ์).มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.
- วรรณลดา ศรีทรงเมือง. (2560). คุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดในเขตพื้นที่อำเภอวารินชำราบ และอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี(การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, คณะบริหารศาสตร์.
- อภิชัย ทาก่อง. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร(การค้นคว้าบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.