

ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์

Study on the quality of postal parcel delivery services that affect the
image of Thailand Post Company Limited, Nakhon Sawan Province

ศุภณัฐ เสิมกลิ่น¹
Supanat Sermklin

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-50,000 บาท และพบว่า 2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรู้จักเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$) รองลงมาคือการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x} = 4.40$) ความเป็นรูปธรรมของบริการ สิ่งสัมผัสได้ ($\bar{x} = 4.29$) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 3.95$) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{x} = 3.89$) ตามลำดับ 3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ($\bar{x} = 4.70$) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ($\bar{x} = 4.16$) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.15$) ด้านชื่อเสียงขององค์กร ($\bar{x} = 3.96$) ด้านการให้บริการ ($\bar{x} = 3.95$) ตามลำดับ 4. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักเข้าใจลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Received: 2023-03-18 Revised: 2023-04-22 Accepted: 2023-04-24

¹ นักวิชาการอิสระ Independent Scholar

คำสำคัญ (Keywords): คุณภาพ; การบริการ

Abstract

This study aimed to study the Study of the Quality of Postage Transportation Service that Affects the Image of Thai Post Company Limited, Nakhonsawan Province. and The sample population consisted of 400 personal. Customers who come to use the Thai postal parcel delivery service, Nakhonsawan province., The instrument of this research was a questionnaire. The statistics used for analysis data were frequency, percentage, mean, standard deviation, Multiple regression analysis.

The result of this study has found that, 1. The sample population consisted most respondents were male, age 36-45 years old, bachelor degree, monthly income of 25,001 – 50,000 baht. and found that: 2. The opinion level of opinions about the Quality of Postage Transportation Service of Thai Post Company Limited, Nakhonsawan Province.. was at a high level ($\bar{X} = 4.19$),. it was found that at a high level, sorted as follows: customer understanding ($\bar{X} = 4.42$) customer response ($\bar{X} = 4.40$) concreteness of the service ($\bar{X} = 4.29$) Reliability ($\bar{X} = 3.95$) and customer trust ($\bar{X} = 3.89$), respectively. 3. The opinion level of opinions about the Image of Thai Post Company Limited, Nakhonsawan Province. was at a high level ($\bar{X} = 4.20$),. it was found that at a high level, sorted as follows: interpersonal communication ($\bar{X} = 4.70$)organizational identity ($\bar{X} = 4.16$) physical environment ($\bar{X} = 4.15$)corporate reputation ($\bar{X} = 3.96$) and Service ($\bar{X} = 3.95$), respectively. 4. Reliability, customer response, customer trust, customer understanding, and the concreteness of the service that Affects the Image of Thai Post Company Limited, Nakhonsawan Province. statistically significant the level at 0.05

Keywords: Leadership; Effective

บทนำ (Introduction)

มนุษย์อาศัย “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการติดต่อสัมพันธ์สร้างความเข้าใจอันดีเพื่อการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคม และยิ่งสังคมมนุษย์มีการพัฒนาให้สลับซับซ้อนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น จึงมีการพัฒนาเครื่องมือและโครงสร้างของการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในสังคม

มากที่สุด โดยที่สังคมไทย เศรษฐกิจ การเมืองการปกครองในแต่ละยุคสมัย เป็นที่มาของการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาด้านต่าง ๆ การพัฒนากิจการไปรษณีย์ได้เริ่มต้นขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมการติดต่อสื่อสารในยุคแรก เป็นการส่งข่าวสารสำหรับสืบทอดการข่าวคราวข่าวศึกในยามสงคราม และยามบ้านเมืองไม่สงบ เป็นการติดต่อกันระหว่างหัวเมืองหากระยะทางไกลก็อาศัยพาหนะ เช่น ม้า ช้าง ล่อเรือหรือแพ ตามที่ใช้กันในแต่ละท้องถิ่น ต่อมาเมื่อมีการติดต่อกับชาย และเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับประเทศตะวันตก ในปลายรัฐสมัยพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หรือรัชกาลที่ 4 ได้มีการติดต่อส่งข่าวสารถึงกัน ซึ่งสถานกงสุลอังกฤษในกรุงเทพมหานคร นับเป็นหน่วยงานแรกที่ทำให้บริการรับฝากไปรษณีย์ภัณฑ์ไปต่างประเทศในยุคนั้น ถือได้ว่าบรรดาพระบรมวงศานุวงศ์ และเจ้านายชั้นสูงเป็นผู้นำในการรับ และส่งจดหมายถึงกัน โดยเริ่มนำระบบไปรษณีย์เข้ามาใช้ (กรมไปรษณีย์โทรเลข, 2545)

การที่โลกไร้พรมแดนอย่างยุคปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารได้ส่งถึงกันได้ทั่วทุกมุมโลกด้วยต้นทุนต่ำ และใช้เวลาไม่นาน ผู้บริโภคในซีกโลกหนึ่งสามารถรับรู้ข้อมูลสินค้าและบริการในซีกโลกได้เพียงเสี้ยววินาทีการคมนาคมขนส่งสะดวกสบายขึ้นทำให้การจัดส่งสินค้าบริการไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เรียกได้ว่าเข้าสู่ “ยุคของผู้บริโภค” อย่างแท้จริง ผู้ให้บริการมีอำนาจต่อรองลดลงในขณะที่ผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้นซึ่งเป็นเหตุให้ผู้ให้บริการมีความคาดหวังสูงเป็นธรรมดา อย่างไรก็ตามราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญ ในยุคสมัยนี้การให้บริการและการสร้างความพึงพอใจลูกค้า จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงความได้เปรียบ (ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549)

ในยุคโลกาภิวัตน์การพัฒนาการแข่งขันในด้านธุรกิจการให้บริการนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยใช้เทคนิคการให้บริการที่หลากหลายเพื่อเพิ่มกำไรให้กับองค์กร เช่น การมุ่งเน้นความพึงพอใจสูงสุด และการบริการหลังการขายที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับลูกค้า เพราะความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญในการประกอบธุรกิจ ขณะเดียวกันความไม่พึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เกิดขึ้นก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากันเมื่อเกิดข้อร้องเรียนขึ้นพนักงานที่ให้บริการและผู้ควบคุมงานก็ต้องมีการะเพิ่มขึ้น และส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและผลกำไรที่ลดน้อยลง จึงควรลดข้อร้องเรียนในปัจจุบัน บางสาขาถูกร้องเรียน การให้บริการอยู่เป็นประจำทั้งทางศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call center/1545) และใบแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่สาขาจัดไว้ให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์ ซึ่งมีสภาพปัญหาแตกต่างกันไป เช่น ปัญหาเรื่องการล่าช้าในบางช่วงเวลา พนักงานบริการไม่สุภาพ สิ่งของสูญหาย เป็นต้น ดังนั้นศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์จังหวัดนครสวรรค์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ จึงจำเป็นต้องทำการวิจัยเพื่อศึกษาให้บริการประสบความสำเร็จเพราะมนุษย์มีความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด (ภัทริกา ชินช่าง, 2563)

เสียงที่มาจากลูกค้ามีทั้งเสียงที่แสดงความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจต่อการใช้บริการต่าง ๆ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ข้อร้องเรียนของลูกค้าถือเป็นข้อมูลทางการตลาดในด้านลูกค้าที่มีค่าและมีต้นทุนต่ำที่สุด การสร้างกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนที่

เป็นระบบใช้งานได้จริง และทำซ้ำได้ไว้นั้น จะช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างทันช่วงที่และช่วยให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด รับรู้สาเหตุของปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาทางแก้ไข / ป้องกันมิให้ปัญหาเกิดขึ้นซ้ำหรือลดน้อยลงได้ นอกจากนี้จำนวนข้อร้องเรียนที่มีระดับความรุนแรงมาก เช่น กรณีลูกค้าได้รับความเดือดร้อนเรียกร้องให้บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ชดเชยค่าเสียหาย การร้องเรียนผ่านทางช่องทางสื่อ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามวิถีของสังคมในปัจจุบัน ทำให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์ จำกัด มีความเสี่ยงต่อการเกิดวิกฤตภาพลักษณ์องค์กรได้ ข้อร้องเรียนลักษณะนี้ ไม่สามารถรอผลดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงและพิจารณาแก้ไขปัญหาด้วยระยะเวลาตามขั้นตอนปกติของระเบียบบริษัทไปรษณีย์ (ชญาณิชฐ์ โสรส, 2559)

การให้บริการไปรษณีย์ ได้เปิดให้บริการเป็นครั้งแรกเมื่อ วันเสาร์ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 9 ปีมะแม เบญจศก 1245 ซึ่งตรงกับวันเสาร์ที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2426 เป็นการเปิดให้ประชาชนได้มีการฝากส่งจดหมาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นับตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2426 เมื่อกิจการไปรษณีย์อันเป็นบริการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ให้บริการแก่คนไทยมานานกว่า 124 ปี ได้ก้าวถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญยิ่งภายหลังการแปรสภาพ จากการสื่อสารแห่งประเทศไทย ได้แยกกิจการไปรษณีย์ออกจากกิจการโทรคมนาคม เป็นสองบริษัท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยในส่วนของการบริการไปรษณีย์ ได้ทำการจดทะเบียนใหม่ภายใต้ชื่อ “บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Thailand post Comman; Ltd)” โดยมีอักษรย่อคือ (ปณท.) ซึ่งมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารไปรษณีย์ไทยจัดได้ว่าเป็นองค์กรของรัฐวิสาหกิจที่อยู่คู่กับประเทศไทยมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 กระทรวงการคลังถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นธุรกิจในการขนส่งที่ทำผลกำไรให้รัฐบาลได้อย่างมหาศาลทั้งยังเป็นผู้เชื่อมโยงคนไทยที่ดีที่สุด แต่ในปัจจุบันเมื่อประเทศไทยเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ การติดต่อสื่อสารจึงมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น ทำให้เกิดบริษัทเอกชนมาเป็นคู่แข่งมากมาย เช่น Fedx, DHL, Kerry เป็นต้น ทำให้กำไรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ถูกลดทอนไปทุกรายไตรมาส จึงควรที่จะหาทางออกในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ว่าสิ่งที่จะทำให้คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์นครสวรรค์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย เพื่อที่จะนำมาแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างถูกต้องในการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอสาขาที่ผู้ทำการวิจัยได้ปฏิบัติงานอยู่มาศึกษาถึงสาเหตุดังกล่าวคือที่ทำการที่ไปรษณีย์ นครสวรรค์ 60000 ที่อยู่ 436/46 ถนนโกสีย์ ปากน้ำโพ เมือง นครสวรรค์ มีพนักงาน จำนวน 400 คน ระบบงานแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ รับฝาก ส่งต่อและนำจ่ายมีหัวหน้าไปรษณีย์จังหวัดเป็นผู้ควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน (ไปรษณีย์ไทย, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ที่ได้รับและประสิทธิภาพที่ได้รับในการใช้บริการซ้ำ ผู้บริโภคบางคนอาจขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการคุณภาพทางด้านความปลอดภัยของพัสดุ การให้บริการรวมไปถึงประสิทธิภาพ เพราะเป็นบริการของขนส่งเอกชน จึงเป็นสิ่งที่

น่าสนใจในการทำวิจัย เพื่อวิเคราะห์คุณภาพ และประสิทธิภาพในการใช้บริการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่แสดงออก ความรู้สึก การรับรู้ ส่วนที่กล่าวมานั้นเป็นส่วนประกอบพื้นฐานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการขนส่งสำหรับผู้ที่จะมาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัยในการศึกษาเรื่อง ผลกระทบต่อการทำงานที่บ้านในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา Covid -19 ของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจและในการรวบรวมข้อมูล

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในจังหวัดนครสวรรค์ กรณีไม่ทราบจำนวน

โดยใช้สูตรของดับเบิลยู. จี. คอกแรน (อกินันท์ จันตะนี, 2550 : อ้างอิงจาก Cochran, 1953, Sampling Techniques) ดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว จะได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 คน

ดังนั้น ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample random sampling) ตามหน่วยงานจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรต้น ตัวแปรตาม

2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ คือ

1. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
2. การตอบสนองต่อลูกค้า
3. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
4. การรู้จักเข้าใจลูกค้า
5. สิ่งสัมผัสได้

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์

1. ด้านเอกลักษณ์องค์กร
2. ด้านชื่อเสียงขององค์กร
3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
4. ด้านการให้บริการ
5. ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบสอบถามมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบสอบถามมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การส่งแบบสอบถามให้กับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากระยะเวลาที่เก็บข้อมูลเป็นช่วงที่สถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ระบาด ผู้วิจัยจึงใช้ Google Form ในการสร้างแบบสอบถาม โดยส่งแบบสอบถามให้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ แผลผล สรุป และรายงานผลการวิจัยต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปผ่านคอมพิวเตอร์

เกณฑ์ในการวิเคราะห์คะแนน

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้ทำการวิจัยได้นำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าเฉลี่ย แล้วกำหนดระดับค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามได้ใช้เกณฑ์การให้ระดับค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 & = \frac{5-1}{4} = 0.8
 \end{aligned}$$

ระดับคะแนน	ความหมาย	
ระดับ 5	ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มากที่สุด
ระดับ 4	ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มาก
ระดับ 3	ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ปานกลาง
ระดับ 2	ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	น้อย
ระดับ 1	ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เลือกใช้วิธี Enter

ผลการวิจัย (Research Results)

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นภาพรวม และข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และสามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด มีลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจาก 5 ปัจจัยที่กำหนดไว้ในการศึกษา คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์

ข้อมูลจากการรวบรวมแบบสอบถามสามารถสรุปข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า การรู้จักเข้าใจลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการสิ่งที่สัมผัสได้ โดยแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ในภาพรวม

(n = 400)

คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.95	0.68	มาก
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.40	0.84	มากที่สุด
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.89	0.86	มาก
การรู้จักเข้าใจลูกค้า	4.42	0.83	มากที่สุด
ความเป็นรูปธรรมของบริการ สิ่งสัมผัสได้	4.29	0.88	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมด	4.19	0.85	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรู้จักเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$) รองลงมาคือการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x} = 4.40$) ความเป็นรูปธรรมของบริการ สิ่งสัมผัสได้ ($\bar{x} = 4.29$) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{x} = 3.95$) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{x} = 3.89$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์

ข้อมูลจากการรวบรวมแบบสอบถามสามารถสรุปข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคลโดยแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อองค์กรของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยรวม

(n = 400)

ภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านเอกลักษณ์องค์กร	4.16	0.76	มาก
ด้านชื่อเสียงขององค์กร	3.96	0.86	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.15	0.88	มาก
ด้านการให้บริการ	3.95	0.68	มาก

ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล	4.70	0.69	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมด	4.20	0.83	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพลักษณะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ($\bar{x} = 4.70$) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเอกลักษณ์องค์กร ($\bar{x} = 4.16$) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.15$) ด้านชื่อเสียงขององค์กร ($\bar{x} = 3.96$) ด้านการให้บริการ ($\bar{x} = 3.95$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวมนั้น พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักเข้าใจลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบข้อเท็จจริงโดยมีการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลคุณภาพการให้บริการผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามจากลูกค้ารายใหญ่และลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำที่ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งที่สัมผัสได้ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และการตอบสนองลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ โพธิ์ศิริ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าสาขา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานบริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าสาขานาธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาของค์ประกอบคุณภาพการให้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ด้านความมั่นใจ และด้านการสนองตอบลูกค้าเท่ากัน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามจาก ลูกค้าพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุดด้านการรับรู้บริการและข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ลูกค้าให้ความสำคัญลำดับสุดท้ายซึ่งสอดคล้องกับสุกัญญา มีแก้ว (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอท่าชนะจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมและรายด้านความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร/สถานที่ด้านพนักงานผู้ให้บริการด้านขั้นตอนการให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวและประเภทการใช้บริการต่างกันทำให้ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวม พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักเข้าใจลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญลักษณ์ ประกอบกิจ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินค้าบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทุกด้านประกอบด้วยด้านความเชื่อถือได้ด้านการทำให้ลูกค้ามั่นใจ ด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม และด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งแตกต่างกับอิสราลักษณ์ จรูญสุขพิมล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้าของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยต่อการให้บริการที่ไม่ส่งผลต่อการให้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุไปรษณีย์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ ได้ค้นพบว่า ควรเพิ่มช่องทางการให้บริการ ผู้วิจัยขอเสนอแนะเรื่องคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

1.1 ด้านความไว้วางใจ

- 1.1.1 ควรกำชับให้พนักงานนำจ่ายเอกสาร/ สิ่งของถูกต้องตรงตามเจ้าหน้าที่
- 1.1.2 ควรอบรมพนักงานรับฝากให้ทำงานถูกต้องและรวดเร็วขึ้น

1.2 ด้านการตอบสนอง

1.2.1 ไปรษณีย์ควรรับผิดชอบการชดเชยค่าเสียหายกรณีของสูญหาย หรือเสียหายให้มากขึ้นกว่าเดิม

1.2.2 ควรอบรมพนักงานในทุกด้านเพื่อตอบคำถามและช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที

1.3 ด้านความมั่นใจ

1.3.1 ควรเพิ่มความระมัดระวังในการขนส่งให้สิ่งของอยู่ในสภาพดีไม่ชำรุด

1.4 ด้านการเอาใจใส่

1.4.1 พนักงานควรมีทักษะในทุก ๆ ด้านเพื่อที่จะได้ช่วยเหลือเมื่อลูกค้าร้องขอได้ทันที

1.5 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

1.5.1 ในทุก ๆ เช้าควรเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้ให้พร้อมเพื่อบริการลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดของไปรษณีย์ว่าควรเป็นไปในทิศทางใด
2. ควรศึกษาคู่แข่งที่เป็นเอกชนด้านความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ ด้านขีดความสามารถ และศักยภาพในการแข่งขัน
3. ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าว โดยทำการเปรียบเทียบองค์กรในเขตพื้นที่อื่น ๆ ของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในจังหวัดนครสวรรค์ ในด้านการเป็นต้นแบบประสิทธิภาพการบริการ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมไปรษณีย์โทรเลข. (2545). วิวัฒนาการกิจการไปรษณีย์ไทย. เข้าถึงได้จาก <http://www.postact.mict.go.th>
- ชญาณิษฐ์ โสรส. (2559). คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทย: ไปรษณีย์จังหวัดจันทบุรี. งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ . (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : ประชุมทอง พรินต์ติ้งกรุ๊ป.
- ธัญลักษณ์ ประกอบกิจ. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินค้าบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สาขาม่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , สาขาวิชาการตลาด , บัณฑิตวิทยาลัย , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ : บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- ไปรษณีย์ไทย. (2564). ออนไลน์. จาก www.tailandpost.co.th.

- ภัทริกา ชินช่าง. (2563). ความสามารถทางด้านนวัตกรรมการบริการและผลการดำเนินงานของ
องค์การอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารปัญญา
ภิวัฒน์. 12(1), ประจำเดือนมกราคม-เมษายน 2563.
- สมบัติ โพธิ์ศิริ. (2554). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
บริการบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าสาขานาการกลีกรไทยจำกัด (มหาชน) ใน กรุงเทพมหานคร.
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุกัญญา มีแก้ว. (2554). ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล
เขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อภิรักษ์ จันทะนี. (2550). สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.
- อิสราลักษณ์ จรูญสุขพิมล. (2555). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการ
ลูกค้าของบริษัทโอทีจำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
ประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Cochran W. G. (1953). Sampling techniques (3rded.). New York: John Wiley & Sons.