

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

นางสาวศิวริน สิ้นเสาวภาคย์



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2559

**Clients' Opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd.
in Pakkret Branch, Nonthaburi**

Miss Siwarin Sinsaowapark



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements For
the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science


Sukhothai Thammathirat Open University

2016

หัวข้อการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ชื่อและนามสกุล นางสาวศิวริน สิ้นเสาวภาคย์
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชูณหพันธ์

การศึกษาคั่นคว่ำอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2560

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชูณหพันธ์)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นราธิป ศรีราม)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผู้ศึกษา นางสาวศิวริน ดินเสาวภาคย์ รหัสนักศึกษา 2573001472 ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุมพันธ์รักษ์ ปีการศึกษา 2559

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี (2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้แก่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการ ไปรษณีย์กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณตามสูตรของดับเบิลยู. จี. คอชแรน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษา พบว่า (1) ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับดี และผู้ใช้บริการเห็นว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง (2) อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในแต่ละด้าน แตกต่างกัน ส่วน เพศ ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้าน แตกต่างกัน (3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแต่ละด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์ควรปลูกฝังพนักงานในเรื่องการมีอัธยาศัยไมตรี และเต็มใจให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจควรเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุง ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ด้านการตอบสนองลูกค้าควรเพิ่มเคาน์เตอร์เพื่อรองรับผู้ให้บริการ ในช่วงที่มีผู้ให้บริการสูง ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พนักงานควรให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษา แก้ไขปัญหา และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีการจัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ให้พร้อมใช้งาน

คำสำคัญ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ คุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

Independent Study title: Clients' Opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi.

Author: Miss Siwarin Sinsaowapark; **ID:** 2573001472;

Degree: Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Chanin Chunhapuntharuk, Associate Professor;

Academic year: 2016

Abstract

The objective of this study were: (1) to study Clients' Opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi; (2) to compare Clients' Opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi classified by personal characteristics; and (3) to propose a guideline to improve Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi.

This study was a survey research. The Population consisted of 384 Clients' Opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi. The sampling size was 384 clients calculate by W.G.cochran' formula. Questionnaires were used in data collection process with reliability value of 0.95. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-Test, one-way ANOVA (Analysis of Variance) and LSD (Least Significant Difference).

The result revealed that: (1) the clients' opinions on the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch, Nonthaburi in the tangibles, reliability, empathy and location & facilities was at good level and the customer response was at moderate level; (2) the respondents with different age, Marital Status, education, occupation and income had different opinions for the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch at 0.05 statistically significant level and the respondents with different Gender had no different opinions for the Service Quality of the Thailand Post Co., Ltd. in Pakkret Branch; and (3) as for suggestion guidelines to enhance clients' opinions on the service quality were as follows: staff should be cultivated in a friendly manner and willing to serve, analyze customer information to improve service quality, added the service counter during the congested, assist and advise to solve problems and provide tools and equipment to be available.

Keywords: Clients' Opinions, Service Quality, Thailand Post Company Limited

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ชรินทร์ ชูนพพันธุ์ อธิการบดี อาจารย์ที่ปรึกษาหลักการศึกษาค้นคว้าอิสระ และอาจารย์ ดร.ภาวิน ชินโชติ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมการศึกษาค้นคว้าอิสระ คณาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ทั้งสองท่านที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้อย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์และความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง และจะจดจำความปรารถนาดีของท่านไว้ตลอดไป

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ผู้บริหารบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ได้อนุญาตให้ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณ ผู้ใช้บริการทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือตอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลให้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นอย่างมาก

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อน ๆ ของการศึกษาทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ศึกษาด้วยดีตลอดมา

ศิวริน ลินเสาวภาคย์

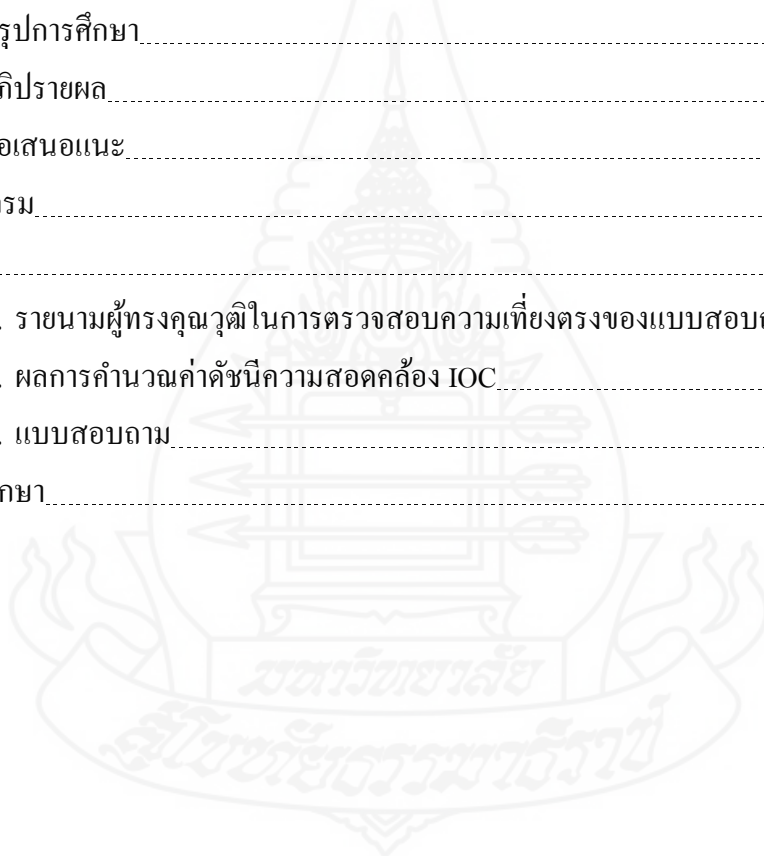
สิงหาคม 2560

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญตาราง..... | ฅ |
| สารบัญภาพ..... | ฌ |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... | 3 |
| กรอบความคิดทางทฤษฎี..... | 3 |
| สมมติฐานการศึกษา..... | 4 |
| ขอบเขตการศึกษา..... | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 5 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 6 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..... | 7 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ..... | 7 |
| บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดและคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ไทย..... | 12 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 17 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา..... | 22 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 22 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... | 23 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 25 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 26 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 27 |
| ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 28 |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ..... | 30 |
| ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมุติฐานและผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น..... | 35 |
| บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 78 |
| สรุปการศึกษา..... | 78 |
| อภิปรายผล..... | 90 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 94 |
| บรรณานุกรม..... | 97 |
| ภาคผนวก..... | 101 |
| ก. ราชานามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม..... | 102 |
| ข. ผลการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC..... | 104 |
| ค. แบบสอบถาม..... | 109 |
| ประวัติผู้ศึกษา..... | 115 |



สารบัญตาราง

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล..... | 28 |
| ตารางที่ที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม..... | 30 |
| ตารางที่ที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์..... | 31 |
| ตารางที่ที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ..... | 32 |
| ตารางที่ที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า..... | 32 |
| ตารางที่ที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ..... | 33 |
| ตารางที่ที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล..... | 34 |
| ตารางที่ที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก..... | 35 |
| ตารางที่ที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ..... | 36 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

| | | |
|---------------|---|----|
| ตารางที่ 4.10 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ..... | 38 |
| ตารางที่ 4.11 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่..... | 39 |
| ตารางที่ 4.12 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 40 |
| ตารางที่ 4.13 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 41 |
| ตารางที่ 4.14 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ ความมั่นใจ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 41 |
| ตารางที่ 4.15 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 42 |
| ตารางที่ 4.16 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่..... | 43 |
| ตารางที่ 4.17 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม สถานภาพสมรส..... | 44 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนก ตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่..... | 45 |
| ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่..... | 46 |
| ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนอง ลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่..... | 47 |
| ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ ความมั่นใจ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่..... | 48 |
| ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่..... | 49 |
| ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม ระดับการศึกษา..... | 50 |
| ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนก ตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 52 |
| ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 55 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

| | | |
|---------------|--|----|
| ตารางที่ 4.26 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 54 |
| ตารางที่ 4.27 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นนทบุรี ด้านการ ตอบสนองลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 54 |
| ตารางที่ 4.28 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ ความมั่นใจ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 55 |
| ตารางที่ 4.29 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 56 |
| ตารางที่ 4.30 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่..... | 56 |
| ตารางที่ 4.31 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ..... | 58 |
| ตารางที่ 4.32 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนก ตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 60 |
| ตารางที่ 4.33 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 61 |
| ตารางที่ 4.34 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 63 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

| | | |
|---------------|---|----|
| ตารางที่ 4.35 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 64 |
| ตารางที่ 4.36 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 66 |
| ตารางที่ 4.37 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 67 |
| ตารางที่ 4.38 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่..... | 69 |
| ตารางที่ 4.39 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้..... | 71 |
| ตารางที่ 4.40 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่..... | 72 |
| ตารางที่ 4.41 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่..... | 73 |
| ตารางที่ 4.42 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตาม รายได้เป็นรายคู่..... | 74 |
| ตารางที่ 4.43 | ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่..... | 75 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่..... | 76 |
| ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่..... | 77 |



สารบัญภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดการศึกษา..... | 4 |
| ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงแบบจำลองช่องว่าง (GAP MODEL)..... | 11 |



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกล่าวได้ว่าเป็น “ยุคแห่งสังคมดิจิทัล” เทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความทันสมัยและรวดเร็วขึ้น จึงทำให้เกิดช่องทางทางการส่งสาร-รับสารที่รวดเร็วและหลากหลาย เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม สไกป์ การเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นต้น ส่งผลให้ภาพรวมของการส่งจดหมายของโลกลดลง จำนวนไปรษณีย์ภัณฑ์ประเภทจดหมายของโลกนั้น มีแนวโน้มลดลง ทั้งบริการภายในประเทศ และบริการระหว่างประเทศ การใช้เทคโนโลยีทดแทนเพื่อการส่งข่าวสารข้อมูลแทนจดหมาย ไปรษณียบัตร และของตีพิมพ์ เหล่านี้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การส่งจดหมายลดลง และอีกปัจจัยหนึ่งก็คือความหลากหลายของช่องทางสื่อสารที่มีมากขึ้น

แต่ถึงแม้ว่าในปัจจุบันภาพรวมของการส่งจดหมายของโลกลดลง แต่บทบาทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ในประเทศไทยกลับเติบโตขึ้นอย่างมาก ในปี 2557 เป็นปีที่ e-commerce ประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างมาก เรียกได้ว่าโตแบบก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับหลายๆปีที่ผ่านมา ทรัพย์สินทางปัญญา ตราดรวม e-commerce ไทยแบบ B2C : Business to Consumer ซึ่งประกอบการขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภค ในปี 2557 อยู่ที่ 90,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25% และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง (ต่างชาติขยับลุยโลจิสติกส์ครบวงจร เจาะ "อีคอมเมิร์ซ" แข่งไปรษณีย์ไทย [ออนไลน์]. 21 มิถุนายน 2560, https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1388875517.html) ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ e-commerce เติบโตอย่างมากคือ กระแสของ e-commerce เริ่มเข้ามากลายเป็นกระแสหลักที่ทุกธุรกิจต่างต้องการเข้ามาขยายช่องทางการขายผ่านช่องทางนี้ ปัจจุบันจึงมีการจัดการและส่งสินค้าครบวงจรกับธุรกิจที่มียอดการขายมากๆ ในแต่ละวัน โดยจะทำหน้าที่เก็บสินค้า (warehouse) หยิบและแพ็คเกจสินค้า (Pick & Pack) รวมไปถึงการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้า (Delivery) แบบเสร็จสรรพ ทำให้เจ้าของธุรกิจสามารถโฟกัสกับธุรกิจการขายของตัวเองได้เต็มที่ เมื่อมียอดขายเข้ามาก็ส่งรายการการสั่งซื้อไปให้ผู้บริการเหล่านั้นได้ทันที และไม่จำเป็นต้องมาเพิ่มคนเพื่อมาทำในส่วนนี้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการหลักในตลาดสื่อสารไปรษณีย์ในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นสาธารณูปโภคที่สำคัญของไทย อีกทั้งยังเป็นช่องทางการสื่อสาร เพื่อธุรกิจ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มธุรกิจ ตั้งแต่

ขนาดเล็กไปจนถึงองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี แต่ภายใต้กระแสการเติบโตของ e-commerce ส่งผลให้กิจกรรมการขนส่งพัสดุภัณฑ์อันเนื่องมาจากความเติบโตของการซื้อของทางออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น องค์การธุรกิจต่างๆหันมาสนใจธุรกิจการขนส่งมากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์จากบริษัทเอกชนเพิ่มมากขึ้น และถึงแม้การแข่งขันจากคู่แข่งทางตรงนั้นจะยังไม่มี ความรุนแรงนัก ทั้งนี้เพราะมีผู้ใช้บริการหลักอยู่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งได้แก่ บริษัทไปรษณีย์เอกชนเล็ก ๆ เพียง 2 บริษัท (บริษัทพลอเอ็กซ์เพรส บริษัทเคอรี่เอ็กซ์เพรส) ที่มีบริการส่งถึงบ้าน บริษัทบริการขนส่ง (บริษัทดีเอชแอล บริษัทเฟดเอ็กซ์ บริษัททีเอ็นที เอ็กซ์เพรส และบริษัทยูพีเอส) และบริษัทรับส่งเอกสาร

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ยังมีคู่แข่งโดยตรงอื่นๆ ที่ประกอบธุรกิจอื่นเป็นหลักแต่ประกอบธุรกิจรับส่งจดหมายเป็นธุรกิจรอง อาทิเช่น บริษัทขนส่ง จำกัด ผู้ประกอบการรถตู้รถทัวร์ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ซึ่งล้วนเป็นคู่แข่งเช่นกัน ซึ่งคู่แข่งทางอ้อมนี้เองที่ดูจะน่ากลัวมากกว่าคู่แข่งทางตรง เพราะสะดวก รวดเร็ว และประหยัดกว่ามาก และที่สำคัญคู่แข่งทางอ้อมเหล่านี้เข้าไปอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้บริโภคแล้ว ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ไปรษณีย์ไทยจึงจำเป็นต้องหาวิธีการต่างๆ ในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยการมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยการปรับปรุงคุณภาพบริการให้มีความหลากหลาย สร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าในสายตาผู้ใช้บริการ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ โดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวก ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เกิดความประทับใจในการบริการ จูงใจลูกค้าให้สนใจหันมาใช้บริการ อันจะนำไปสู่การรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ในที่สุด

เขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่ที่มีอัตราการขยายตัวของเมืองค่อนข้างสูง มีประชากร 188,227 คน ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยต่อพื้นที่เท่ากับ 5,217 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักทะเบียนราษฎรเทศบาลนครปากเกร็ด, 2559) ส่งผลให้มีปริมาณจดหมาย พัสดุ และงานบริการทางไปรษณีย์อื่นมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก แต่การขยายตัวของไปรษณีย์ยังไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคและยังขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ความชำนาญ ซึ่งนอกจากจะส่งผลเสียถึงภาพลักษณ์ขององค์กรแล้ว ยังทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจ ขาดความเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งอาจก่อให้เกิดความสูญเสียในโอกาสทางธุรกิจได้

จากปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด โดยการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านต่างๆ ต่อผู้บริการว่าได้รับความสะดวก ความประทับใจในการให้บริการ หรือมีความคิดเห็นต่อการให้บริการว่าเป็นอย่างไร และมีความต้องการบริการประเภทใดเพิ่มเติมบ้าง ตลอดจนอุปสรรคการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ทำการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการต่างๆ ให้ดีขึ้น เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ประสบผลสำเร็จ ทำให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจ และเกิดความเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพบริการ

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

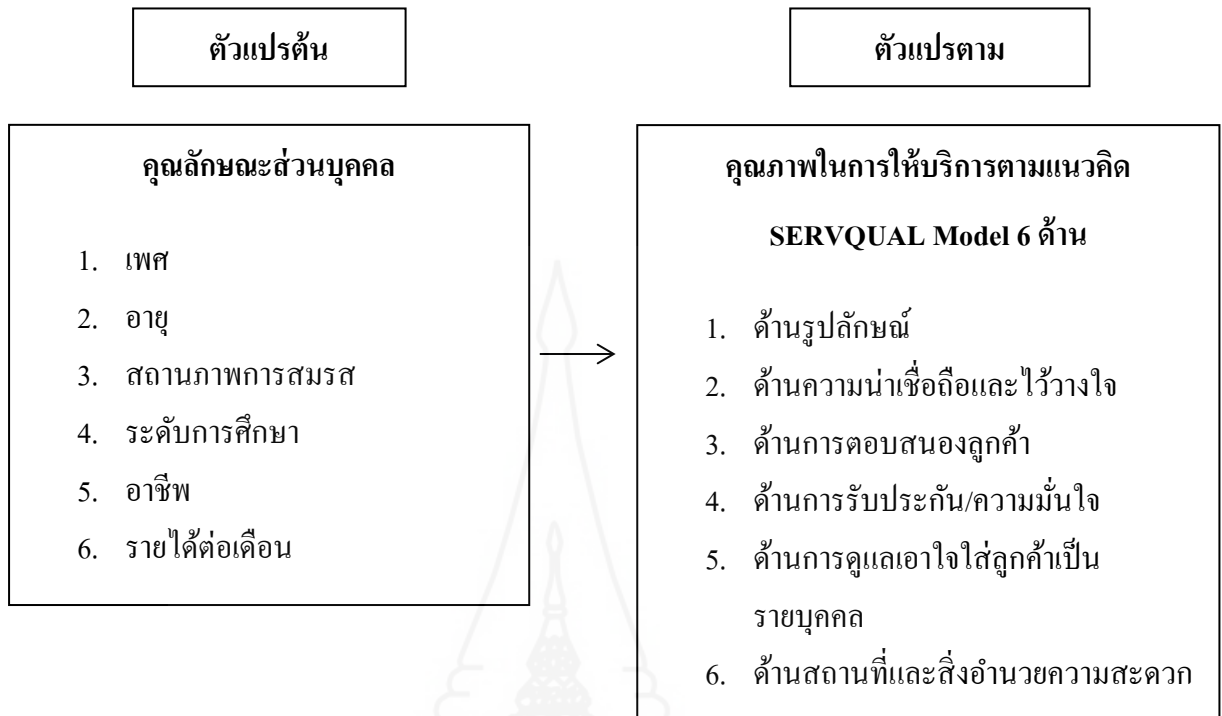
2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริการ

2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้แก่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด SERVQUAL Model (Parasuraman, et al, 1988 : 42) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มากำหนดเป็นกรอบความคิดทางทฤษฎีได้ ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

ผู้ให้บริการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

5. ขอบเขตการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการไปรษณีย์กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีจำนวน 384 คน โดยใช้สูตรของ W.G.cochran, 1953 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549: 74) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

5.2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น คือ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

5.2.2 ตัวแปรตาม คือ คุณภาพในการให้บริการตามแนวคิด SERVQUAL Model 6 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ทำการศึกษาช่วงเดือน พฤษภาคม 2560 – กรกฎาคม 2560

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในด้านบวกหรือด้านลบ หลังจากได้รับการบริการจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของบุคคล หรือนิติบุคคลผู้ซึ่งตกลงรับบริการจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

6.2 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ลักษณะกิจกรรมที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีส่งมอบสินค้าไม่มีตัวตนให้กับผู้ใช้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

6.2.1 ด้านรูปลักษณ์ คือ ลักษณะภายนอกที่มองเห็น ได้แก่ ความพร้อม และจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ (IT) ที่ทันสมัย รวมถึงพนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ

6.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ คือ การปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ ถูกต้อง ความซื่อสัตย์ของพนักงานที่ให้บริการ เป็นที่น่าไว้วางใจ มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการขนส่งสินค้าโดยรวม

6.2.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า คือ การกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆที่นำมาให้บริการ และขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยาก

6.2.4 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การมีมาตรฐานและการรับรอง ตลอดจนมีการนำเสนอ นโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน

6.2.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล คือ พนักงานผู้ให้บริการที่พยายามรู้จัก และเข้าใจลูกค้า เกี่ยวกับความต้องการต่างๆ และการจดจำรายละเอียดข้อมูลผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการที่บริษัทได้จัดเพิ่มการบริการต่างๆตามความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต

6.2.6 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ความพร้อม และจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ มีความสะดวก มีที่จอดรถที่เพียงพอ ตลอดจนความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการ

6.3 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 131/11 หมู่ 2 ถนนสุขาประชาสรรค์ 2 ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

7.2 ผู้บริหารองค์กร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไปประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสามารถขยายผลไปสู่คุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในสาขาอื่น ๆ ต่อไป

7.3 ผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงแนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ตอนที่ 2 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดและคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ไทย

ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

1.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

นักทฤษฎีการเงินทอง (2550: 23) อธิบายกิจกรรมใดๆ ที่บุคคลในฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับบุคคลอื่น โดยกิจกรรมนั้นๆ ถูกเสนอไปพร้อมกับสินค้าหรือบริการแต่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจกับผู้รับได้

วิศณุ แสงยาแก้ว (2550: 8) การปฏิบัติต่อลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือแขก) อย่างเต็มใจ เพื่อให้ลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือแขก) เกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการของเราซ้ำอีก

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 60 อ้างถึงใน นิภาพร นินนินนนท์, 2556: 9) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ระยะเวลาหนึ่ง

ศิริพร เดชาวัฒน์ (2550: 8) กล่าวว่า เป้าหมายของการให้บริการนั้น คือ การสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับบริการซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือการรับรู้ และสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อบำบัดความต้องการและความจำเป็นจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในสิ่งที่ได้รับจากการบริการ

วุฒิไกร ควงพิบูล (2551: 11) การบริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ต่อแหล่งบริการ คุณภาพบริการ ความสม่ำเสมอ ความเท่าเทียม ตอบสนองกับความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่

Zeithaml (1988: 2-22) คุณภาพการบริการหมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ Parasuraman' et al (1998: 12-40) คุณภาพการบริการตามความรู้ของผู้บริโภคหมายถึง การ ประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการ โดยรวม ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการ เปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวังของพวกเขาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และการบริการที่ พวกเขาได้รับจริง ซึ่งมีด้านหรือมิติที่สำคัญต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการที่มี คุณภาพไว้ 5 ด้านที่เรียกว่า RATER ดังนี้

Reliability – ลูกค้ารู้สึกว่า วางใจได้มีต้นเกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำไม่ ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง

Assurance – ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ (ประกันความมั่นใจให้ได้) มีต้นเกิดจากความรู้ และ อรรถาศัย ของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสถานบริการ

Tangibles – ลูกค้าได้มองเห็นความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่างๆ มิตินี้เกี่ยวข้องกับเรื่องเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ทุกอย่างที่ลูกค้าเห็น การจัดสถานบริการ เครื่องแบบ การมองเห็นสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับพนักงานบริการ

Empathy – ลูกค้ารู้สึกว่าสถานบริการเอาใจใส่มีต้นคือ เรื่องการ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” คือ การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นอย่างดีเอาใจใส่ในความต้องการเฉพาะราย สามารถจดจำชื่อลูกค้ารวมถึงการเปิดให้บริการในวันเวลาที่สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของลูกค้า ฯลฯ เป็นต้น

Responsiveness – ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการตอบสนอง มิตินี้ หมายถึง การไม่เฉยปฏิบัติลูกค้า ก่อนที่จะพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้าทันที ที่ลูกค้าร้องขออีกด้วย

เทเนอร์และเดอโทโร (Temmer and Detoro) (อ้างถึงในชัชวาลย์ ทัศนศิริช, 2552: 130) ได้เสนอถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการรับบริการของผู้รับบริการไว้เช่นกัน ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสอง ท่าน ผู้รับบริการ มีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนเองได้รับการตอบสนองหรือบรรลุผลอย่าง ครบถ้วน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการให้บริการนั้น โดยทำการเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริง ที่เคยได้รับ ก่อนที่จะชำระค่าบริการเสมอ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อได้รับการที่ตอบสนองต่อความ ต้องการของเขาตั้งนั้น ในหน่วยงาน

ที่ประสบความสำเร็จในการให้บริการจึงจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถ ทำนายความคาดหวังของผู้รับบริการ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการประกอบได้ด้วย

1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
2. ระดับของการปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจ
3. ความสัมพันธ์ของงานบริการที่สำคัญ
4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

พาราสุรามาน ไชเซมอด และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990 อ้างถึงในภวัต วรรณพิณ, 2554: 8) ได้ทำการศึกษาคุณภาพและการจัดการคุณภาพการบริการมาตั้งแต่ปี 1983 ในขณะที่พาราสุรามานเริ่มทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นยังไม่พบว่า มีการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมากนัก พบแต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า จากนั้น พาราสุรามานและคณะจึงเริ่มทำการวิจัย โดยร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยใช้เวลาทำศึกษานานถึง 7 ปี (1983-1990) โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพการบริการ ต่อมาเป็นวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ โดยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้ว

ไชเซมอด (Zeithaml, 1998 อ้างถึงในภวัต วรรณพิณ, 2554: 8) ได้กล่าวว่า “คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ”

กล่าวโดยสรุปได้จากทัศนะของนักวิชาการหลายท่านดังที่ได้หยิบยกมานำเสนอข้างต้นคุณภาพ การ ให้บริการ เป็นเรื่องของการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งนอกจากจะมีมิติหรือ ครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมในการให้บริการการสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการความเป็นธรรมและอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการรักษาความลับสัญญาขององค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการด้วยและ โดยทั่วไปนั้นการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ หรือคุณภาพของการบริการ จะผูกพันหรือยึดโยงกับความ คาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อสองสิ่งคือการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (technical quality of outcomes) ซึ่งเป็นเรื่องของผลงานหรือบริการที่ผู้รับบริการได้รับ และคุณภาพของกระบวนการบริการ (functional quality of

process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกำกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับ ผู้รับบริการในแต่ละสถานการณ์ และพฤติกรรมบริการที่ผู้ให้บริการแสดงออกมา

1.2 ทฤษฎีคุณภาพการบริการ SERVQUAL (Service Quality)

ทฤษฎีคุณภาพการบริการ SERVQUAL (Service Quality) ถูกคิดค้น โดย Parasuraman, Berry and Zeithaml (1988) (อ้างในวิศิษฐ์ จิตภักดีรัตน์และคณะ, 2557: 79-80) โดยกล่าวถึงความหมายของ คุณภาพการบริการว่าเป็นผลต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า (Customer's Expectation) และ บริการที่ได้รับจริง (Customer's Perception) ความคาดหวังของลูกค้าหมายถึง ความต้องการที่ลูกค้า ควรได้รับการบริการ และการรับรู้ถึงบริการที่ได้รับจะหมายถึง การตัดสินใจของลูกค้า หรือ ผู้รับบริการต่อผู้ที่ให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องทราบถึงความคาดหวังของลูกค้า เพื่อที่จะออกแบบการให้บริการแก่ลูกค้า โดยไม่ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการ ได้รับบริการจริงของลูกค้า

หลักการของ SERVQUAL คือการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าก่อนได้รับ บริการ และความรู้สึกหลังการรับบริการ เป็นเครื่องมือศึกษาช่องว่างผลการดำเนินงานของธุรกิจ และความคาดหวังของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของงานบริการ การศึกษา ช่องว่างหรือ GAP จะสามารถเห็นถึงช่องว่างและนำไปสู่การพัฒนาบริการได้เป็นอย่างดี โดยแบบจำลองคุณภาพการบริการจะแสดงถึงช่องว่าง 5 ช่องประกอบด้วย (Brown, S.W. and Bond, E.U. III, 1995 อ้างใน วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม, 2557: 79-80)

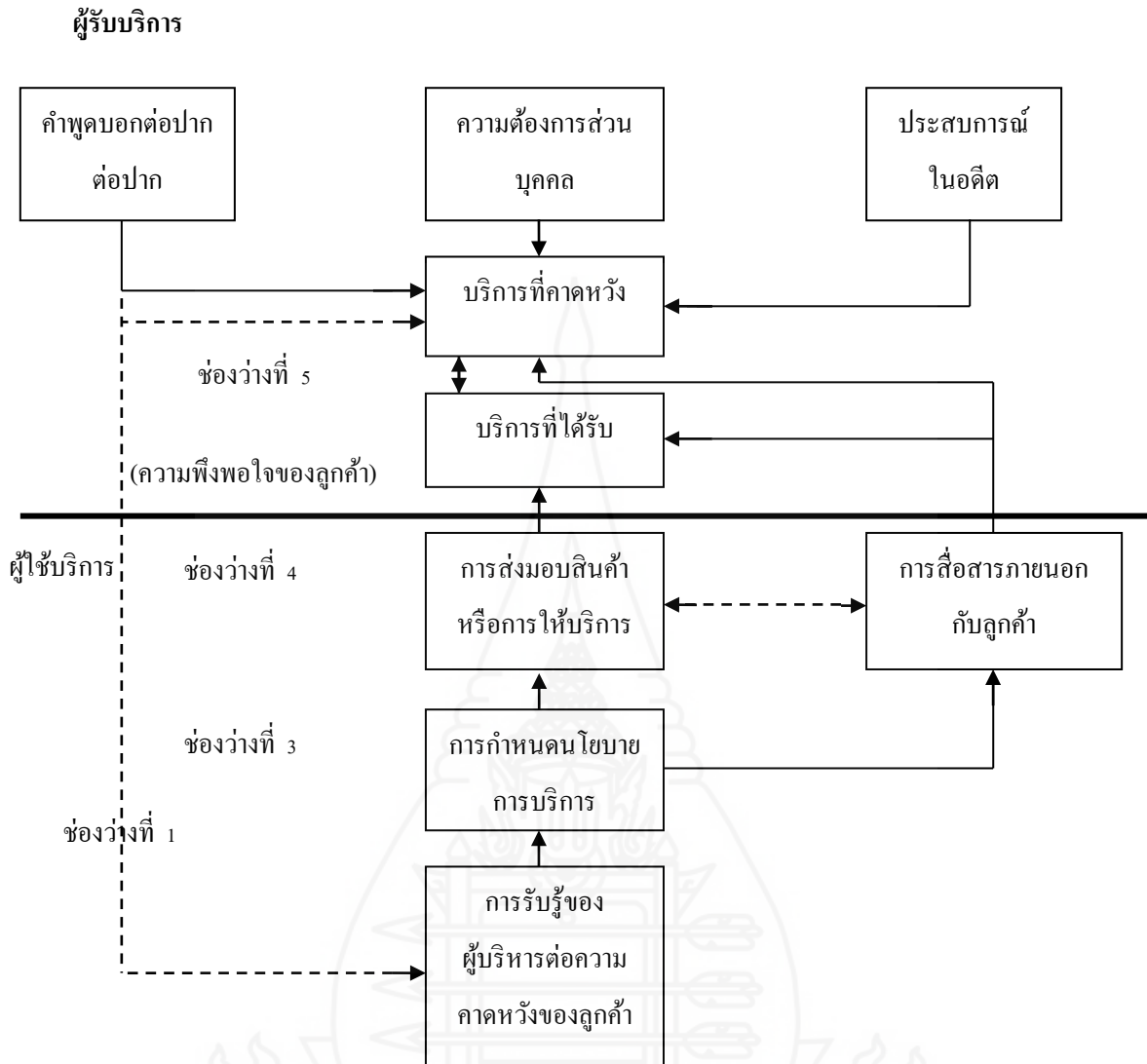
ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังและการรับรู้ความ คาดหวังของลูกค้าจากผู้ให้บริการ

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ความคาดหวังของลูกค้า จากผู้ให้บริการ กับการกำหนดนโยบายการให้บริการ

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างการกำหนดนโยบายการให้บริการกับบริการ ที่ให้แก่ลูกค้า

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้แก่ลูกค้ากับการประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบ

ช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้าได้รับจริงกับความคาดหวัง ในบริการของลูกค้า



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองช่องว่าง (GAP MODEL) ของ Parasuraman, Berry and Zeithaml (1988)

เมื่อดูจากความสัมพันธ์ของช่องว่างทั้ง 5 จะเห็นว่าช่องว่าง 4 ส่วนแรกจะเป็นตัวที่นำไปสู่ช่องว่างที่ 5 โดยการประเมินคุณภาพการบริการจะใช้ช่องว่างที่ 5 เป็นเกณฑ์ในการตัดสิน โดยดูจากมิติต่างๆ ในการให้บริการทั้ง 5 ด้านดังนี้

1. รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะที่มองเห็นได้ทางกายภาพ ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนบุคลากร และสิ่งที่ใช้ในการสื่อสาร
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความเชื่อมั่นที่สามารถไว้วางใจได้ สามารถให้บริการตามที่สัญญาไว้ได้ สร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ให้บริการ

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความสามารถในการช่วยเหลือลูกค้าได้ทันเวลาที่ สามารถใช้บริการได้ง่าย และความสามารถอำนวยความสะดวกในการเข้ารับบริการ

4. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการทำงานของบุคลากร การให้บริการด้วยกิริยาที่เหมาะสมสุภาพ การประเมินตัวเองและปรับปรุงการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

5. การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) ความสามารถในการให้บริการบนความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าได้

จากการศึกษาการประเมินคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ผลการศึกษาบ่งชี้ว่า คุณภาพของการบริการคือ การให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค และได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายคุณภาพของการบริการ (ชูชัย สมิทธิโกร, 2553: 369-373) ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) จึงมีส่วนสำคัญในการจำแนกลำดับความสำคัญของปัจจัยในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อให้องค์กรทราบถึงทิศทางในการพัฒนาองค์กร ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายในการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะนำมาเป็นตัวแปรด้านคุณภาพในการให้บริการ ในแต่ละด้านของไปรษณีย์สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจะแยกเป็น 6 ด้านย่อย ดังนี้

1. ด้านรูปลักษณ์
2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า
4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล
6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

2. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดและคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ไทย

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รับผิดชอบเกี่ยวกับงานไปรษณีย์ของประเทศไทย ซึ่งแปรรูปมาจาก การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ซึ่งปัจจุบัน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ดูแลบริการด้านไปรษณีย์ทั้งหมด มีสำนักงานใหญ่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพมหานคร

2.1 คุณภาพการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

คุณภาพการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ตามแนวคิด SERVQUAL Model

2.1.1 ด้านรูปลักษณ์

ในปี 2559 ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ได้มอบนโยบายการดำเนินงานไปรษณีย์ไทย เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการเป็นองค์กรที่ให้บริการด้วยมาตรฐานคุณภาพ โดยการพัฒนาคุณภาพการบริการในทุกๆ ด้าน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และการให้บริการ โลจิสติกส์แบบครบวงจรในอาเซียน พร้อมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการและผู้ประกอบธุรกิจในทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งที่ผ่านมา ไปรษณีย์ไทย ได้มีการพัฒนาระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติใหม่ เพื่อรองรับงานบริการไปรษณีย์ บริการทางการเงินและการสั่งซื้อสินค้าสำหรับลูกค้ารายใหญ่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยครอบคลุมการปฏิบัติงานทั้งระบบมาใช้ในงานไปรษณีย์มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน พร้อมยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อป้องกัน หรือลดความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งด้วยการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานของระบบปฏิบัติการที่ทันสมัยและพัฒนาอุปกรณ์ในการขนส่งเพื่อป้องกันสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ชำรุดเสียหายในระหว่างการขนส่งทางไปรษณีย์อีกทางหนึ่ง ตลอดจนให้ความสำคัญกับกระบวนการรักษาความปลอดภัยต่อสิ่งของฝากส่งและการป้องกันการขนส่งสิ่งของผิดกฎหมายซึ่งเป็นอันตรายต่อประเทศชาติด้วยการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และขอความร่วมมือผู้ใช้บริการแสดงบัตรประจำตัวประชาชนในการใช้บริการฝากส่งสิ่งของด้วย

2.1.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

นโยบายและเป้าหมายการทำงานปี 2560 ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้เดินหน้าพัฒนาบริการให้รองรับกับความต้องการของคนไทย โดยการพัฒนากระบวนการขนส่งและมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพภายใต้ นโยบายและเป้าหมายการทำงานปี 2560 ซึ่งจะมุ่งเน้นการสร้างความเป็นเลิศใน 4 ด้าน ภายใต้แนวคิด “POST Excellence” ซึ่งประกอบด้วย

P: Product and Service

มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศ ด้วยการให้ความสำคัญกับการควบคุมมาตรฐานการให้บริการที่มีอยู่เดิมอย่างจริงจังทั่วทั้งองค์กร และการร่วมมือกันพัฒนาบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

O: Operation

มุ่งเน้นการปรับปรุงและยกระดับระบบปฏิบัติการโดยนำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดระบบปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว แม่นยำ และควบคุมต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว

S: Sustainability

มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรสู่ระดับมาตรฐานสากลที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีมาตรฐานทางจริยธรรม สร้างการเติบโตอย่างสมดุลร่วมกับชุมชน สังคม และประเทศชาติไปพร้อมกัน

T: Teamwork

มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม มีการพัฒนาบุคลากรให้เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง ภายใต้วัฒนธรรมองค์กร I-SURE เดียวกัน เพื่อสร้าง “คนดีไปรษณีย์ไทย” ที่มีการทำงานประสานกันอย่างใกล้ชิด และพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จที่ตั้งไว้ร่วมกัน

2.1.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า

ไปรษณีย์ไทยสนับสนุนให้ใช้เครือข่ายขนส่งที่ครอบคลุมทั่วประเทศให้เป็นประโยชน์กับประเทศชาติ รองรับทุกความต้องการของคนไทย และเข้าไปมีส่วนร่วมในภารกิจเพื่อชุมชน สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ของเยาวชนไทย ผ่านเรื่องราวบนดวงแสตมป์ มีกิจกรรมตะลุยโลกแสตมป์ที่พาเยาวชนไปเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏในแสตมป์ ริเริ่มโครงการไปรษณีย์เพิ่มสุข สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่น เติบโตอย่างยั่งยืน เช่น กลุ่มข้าวฮางบ้านกุดจิก อ.วานรนิวาส จ.สกลนคร ลำไยอบแห้งของกลุ่มสหกรณ์ประดู่ป่า จ.ลำพูน และช่วยเหลือเกษตรกรทุกภาคของไทยให้มีโอกาสในการกระจายผลผลิตไปสู่ประชาชนคนไทยมากขึ้น ด้วยการส่งผลไม้ตามฤดูกาล อาทิ ส้มสายน้ำผึ้ง อ.ฝาง จ.เชียงใหม่ ลำไยพันธุ์อีดอ จ.ลำพูน มะม่วงน้ำดอกไม้ จ.ฉะเชิงเทรา ลองกองต้นหยงมัส ทูเรียน หลงลับแล จ.อุตรดิตถ์ เป็นต้น

2.1.4 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

สำหรับนโยบายป้องกันและปราบปรามทุจริตนั้น ไปรษณีย์ไทย ตระหนัก และให้ความสำคัญกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตตามกฎหมาย พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนมีจิตสำนึกที่ดีในการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต โดยเน้นย้ำให้ทุกกระบวนการปฏิบัติงานต้องดำเนินไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดถือหลักการและระเบียบข้อบังคับที่ไปรษณีย์ไทยกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ซึ่งต้องเป็นไปตามนโยบายของการกำกับดูแลกิจการที่ดีในหน่วยงาน (Good Governance) โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โปร่งใสและน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริตด้วย

2.1.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

นอกจากนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงได้พยายามนำเสนอเครื่องมือและเทคนิคในการบริหารจัดการใหม่ๆ เข้ามาใช้ในองค์กร เพื่อใช้เป็นกลไกและเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อส่งผลไปสู่การพัฒนาคุณภาพบริการ เพราะนอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรมแล้ว ผู้ให้บริการซึ่งล้วนเป็นพนักงานของบริษัท ยังต้องสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการได้ มีความพร้อมและความเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้ทันที ทั้งยังต้องมีความรู้ความสามารถ ให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ติดต่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการให้บริการที่องค์กรตั้งไว้

2.2 วัฒนธรรมองค์กร “I-SURE” ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

I: Integrity ด้านความซื่อสัตย์

การแสดงออกถึงการซื่อสัตย์ ซื่อตรงและความถูกต้อง ต่อภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และจรรยาบรรณในงาน โดยต้องมีพฤติกรรมที่ดี คือ มีความระมัดระวังในการปฏิบัติงานของตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่มีต่อองค์กร และหน่วยงานอื่น ปฏิบัติหน้าที่โดยมีความคำนึงไม่ให้เกิดความสูญเสียกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความซื่อสัตย์ต่องาน ต่อตนเอง และต่อผู้อื่น ยึดมั่นในหลักของความถูกต้องและเป็นธรรม โดยจะต้องไม่แสวงหาตำแหน่ง ความดี ความชอบ หรือประโยชน์อื่นใด โดยมีขอบจากผู้บังคับบัญชาหรือจากบุคคลอื่นใด

S: Service Mind การมีใจรักในการให้บริการ

มีความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือแม้ว่าจะไม่ใช่หน้าที่ของตนโดยตรง พฤติกรรมที่ดีคือ การเอาใจใส่ต่อความต้องการของผู้อื่นคือ ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจและเอาใจใส่รับฟังคำถาม/ข้อคิดเห็น/ข้อร้องเรียนของลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ และกระตือรือร้น แสดงความมีน้ำใจในการช่วยเหลือแก่ลูกค้าตามความเหมาะสม แม้ว่าจะไม่ใช่หน้าที่ของตน โดยตรงก็ตาม พยายามติดต่อประสานงาน สอบถาม และหาข้อมูลเพิ่มเติมในกรณีที่ตนไม่ทราบข้อมูลบางอย่างที่ลูกค้าต้องการ ความพร้อมให้บริการ คือ มีความพร้อมให้การบริการแก่ลูกค้าอยู่เสมอ และ มีความยืดหยุ่นในการให้บริการนอกเวลางาน ได้ตามความจำเป็นและความเหมาะสม อธิบายให้ข้อมูลและแนะนำ และสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้องชัดเจน ความมีอัธยาศัยที่ดี คือ ทักทาย และให้การต้อนรับลูกค้าอย่างสุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการด้วยการแสดงกิริยา ท่าทางได้อย่างเหมาะสม

แสดงความขอบคุณในการใช้บริการ/ให้ข้อคิดเห็น/ข้อร้องเรียน รวมทั้งสิ่งที่ลูกค้ากระทำ เพื่อช่วยเหลือ การให้บริการองค์กร

U: Unity ความรักองค์กร

การให้ความสำคัญและคำนึงถึงประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก ส่งเสริมกลยุทธ์ และการเติบโตทางธุรกิจ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยพนักงาน ทุกคนต้องมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วม มีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

R: Result Orientation การปฏิบัติงานโดยมุ่งความสำเร็จ

การปฏิบัติงานโดยยึดวัตถุประสงค์และเป้าหมายกลยุทธ์ปฏิบัติงานที่องค์กรกำหนด ไว้ เพื่อสนับสนุนองค์กรให้ประสบผลสูงสุด พฤติกรรมที่ดีคือ มุ่งปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ ของงาน โดยพัฒนาและปรับปรุงแผนงาน กระบวนการ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์แสดงความทุ่มเทและความกระตือรือร้นที่จะทำงาน ให้สำเร็จอยู่เสมอ สามารถทำงานได้สำเร็จและส่งมอบงานตามที่ได้รับมอบหมายอยู่เสมอ มีการ วางแผนและกำหนดเป้าหมายของงาน โดยมีการกำหนดแผนงานและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน อยู่เสมอ โดยเน้นบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรและหน่วยงานกำหนด ตรวจสอบความสำเร็จของงาน แต่ละขั้นตอน คือตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าดูความคืบหน้าและคุณภาพของงานอยู่เสมอ

E: Change Capability ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

การแสดงออกถึงการใช้ข้อมูลและเหตุผลในการพิจารณาความเปลี่ยนแปลงต่างๆ และแสดงความพร้อมใน การยอมรับและการปรับตัวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และจับไวทันท่วงที พฤติกรรมที่ดีคือมีความพร้อมในการดำเนินการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยให้ความสนใจ กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในธุรกิจหรือองค์กรอยู่เสมอ มีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะตอบรับ กับความเปลี่ยนแปลง มีส่วนร่วมหรือให้ความร่วมมือในกระบวนการเปลี่ยนแปลง พัฒนาตน และ ปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานให้สามารถรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ช่วยเหลือ หรือให้การ สนับสนุนอย่างเต็มที่เสมอในเรื่องการเพิ่มพูนความรู้และการพัฒนาทักษะรวมถึงความสามารถ ในงาน ศึกษาหาความรู้หรือติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ และนำมาปรับปรุงงานอย่างจริงจัง

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประไพ กลมเกลี้ยง (2551) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่นักศึกษาของ พนักงานมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณบดีคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อพิจารณาความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ประเภทนักศึกษา สาขาวิชา ชั้นปีที่ศึกษา หลักสูตรที่ศึกษา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ลักษณะของที่พักภูมิลำเนาต่างกัน พบว่า นักศึกษาเพศหญิงและเพศชายพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการนักศึกษาของพนักงานมหาวิทยาลัยด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการ ให้บริการที่ตรงเวลาด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการ ให้บริการอย่างก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีอยู่ประเภทศึกษา สาขาวิชา ชั้นปีที่ศึกษา หลักสูตรที่ศึกษา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ลักษณะของที่พักภูมิลำเนาต่างกัน มีความ คิดเห็นในการพิจารณาปัจจัยด้าน ให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าไม่ต่างกัน

ชุตินา เจริญปรีดี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพของการใช้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงแรม โดยรวมทุกด้านในระดับมาก เมื่อ พิจารณาคุณภาพการให้บริการเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ของโรงแรมในระดับมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านความ เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการ ให้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามลักษณะสัดส่วน บุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คุณภาพการให้บริการของโรงแรมด้านความเป็นรูปธรรม

ของบริการแตกต่างกันในผู้ใช้บริการที่มี เพศ ภูมิลำเนา อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิมานมาศ ธีเลิศวงศ์ภักดี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภค ของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เพลซ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 32 ปี อาชีพพนักงาน เอกชน สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ลูกค้ามี ระดับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะ ทางกายภาพ และด้าน กระบวนการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง

ปิยะพล พุ่มเพ็ชร์ (2552) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการของศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า มหานคร จำกัด เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่นำรถยนต์ มาใช้บริการที่ศูนย์บริการลูกค้า บริษัท โตโยต้า มหานคร จำกัด ทั้งหมด 13 สาขา ในปี พ.ศ. 2551 มี ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เครื่องมือ ทาง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิธีการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ใช้วิธีของ Kano's Methods ใช้ Chi-Square ใช้ Paired Samples t-test ใช้ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA พบว่า คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า มหานคร จำกัด ในภาพรวมมีความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อการให้บริการที่เกิดขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการ ที่มีค่าสูงที่สุด ได้แก่ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ต่อ การให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า มหานคร จำกัด ทั้งโดยภาพรวมและรายด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกลักษณ์ อนรรทมณีกุล (2553) ศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะคติของผู้โดยสารชาวไทยต่อการ ให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิพบว่า ทักษะคติของผู้โดยสารชาวไทยต่อการให้บริการ ของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ผลการวิจัยสรุป ได้ดังนี้ (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารส่วนใหญ่ เป็นหญิง มีอายุ 45-54 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น เป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (2) ทักษะคติของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการ ให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมผู้ตอบ แบบสอบถามมีทักษะคติต่อการ ให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงจาก ลำดับความสำคัญจากมาก

ไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มด้านบริการ ลานจอดและการจราจรภายในท่าอากาศยาน ด้านการตรวจค้นอาวุธและสิ่งผิดกฎหมายด้านการ ให้บริการสำรองที่นั่ง ด้านการ ให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน ด้านการ ให้บริการตรวจรับ บัตรโดยสาร ด้านการอำนวยความสะดวกด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการอำนวยความสะดวกด้าน สัมภาระผู้โดยสารและการบริการ ด้านห้องพักสำหรับผู้โดยสาร (3) ปัญหาการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าการบริการสำรองที่นั่งเป็นปัญหามาก ที่สุด รองลงมาเป็นปัญหาการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และน้อยที่สุดเป็นปัญหาการ ตรวจค้นอาวุธและสิ่งผิดกฎหมาย (4) เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้โดยสาร ชาวไทยต่อการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา อาชีพ และวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการให้บริการของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

ภวัต วรรณพิณ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัยที่เป็นนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีอายุไม่เกิน 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา คือ อายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.25 เป็นนักศึกษาชั้นปี ที่ 3 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมา เป็นนักศึกษาชั้นปี ที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 28.50 และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 8,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา คือ มีรายได้อยู่ที่ 6,001 -8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50ลูกค้ามีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 6.30 และมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงสูงที่สุดเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.42 และเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการผลที่ได้ คือ ระดับ การรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนของความคาดหวัง จึงสรุปว่าลูกค้ามีความพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัยระดับความคาดหวังต่อ คุณภาพการบริการและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมฤดี ธรรมสุวรรณ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการ ทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังมีความสัมพันธ์ กับความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ 0.05การศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจในขณะที่ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ในทางตรงกันข้าม ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05และพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัย คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้ บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ไม่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อรรถสิทธิ์ ลอติเลิศ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขต เทศบาลนครอุบลราชธานีจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับดีเมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และขนาดของหอพัก พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศและอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และขนาดของ หอพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

พรณี ศรีงานงค์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนด้านปรึกษากฎหมายของสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนด้านปรึกษากฎหมายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการกับปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า ผู้มารับบริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ใช้บริการปรึกษากฎหมายในรอบ 1 ปี ต่างกัน พิจารณาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ ภูมิลำเนา และประเภทปัญหาในการปรึกษาต่างกัน พิจารณาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ปัญหาที่พบ คือ การเผยแพร่ให้ความรู้ด้านกฎหมายไม่ทั่วถึงในท้องถิ่นห่างไกล

Kim & Lough (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการใหม่ของสนามกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลี พบว่าปัจจัยของ อายุ และระดับการศึกษา มีผลต่อความต้องการระดับคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการ ไปรษณีย์กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปี – 60 ปี เป็นผู้ที่มีความตั้งใจใช้บริการได้ด้วยตนเอง

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการ ไปรษณีย์กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จึงได้ใช้วิธีการคำนวณตามสูตรของ W.G.cochran, 1953 ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549: 74) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม โดยผู้วิจัยใช้กำลังสุ่ม .50
 Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)
 E คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ต้องการระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าได้ขนาดตัวอย่าง ดังนี้

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

$$= 384.16$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้ให้บริการที่มาใช้บริการไปรษณีย์กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 384 คน

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งพิจารณาการสุ่มเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ให้บริการไปรษณีย์ไทย สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปี – 60 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาแบบสอบถามตามกระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัย และดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา มีขั้นตอน ดังนี้

2.1.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามการศึกษา และกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1.2 ศึกษาข้อมูลจาก เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม

2.1.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1.4 ร่างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นคำถามแบบปิด มีทั้งหมด 6 หัวข้อ ดังนี้

- 1) ด้านรูปลักษณ์ จำนวน 4 ข้อ
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำนวน 4 ข้อ
- 3) ด้านการตอบสนองลูกค้า จำนวน 4 ข้อ
- 4) ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำนวน 4 ข้อ
- 5) ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำนวน 4 ข้อ
- 6) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 4 ข้อ

ลักษณะของคำถามในส่วนที่ 2 เป็นมาตรประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (Likert Five Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ โดยมีความหมายดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Classinterval) ดังนี้ (จิรารัตน์ ศรีเจริญ, 2546: 42-45 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548: 167-168)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาค} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

| เกณฑ์การแปลความหมาย | ระดับความคิดเห็น |
|---------------------|--------------------------------------|
| 4.21 – 5.00 | คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมาก |
| 3.41 – 4.20 | คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี |
| 2.61 – 3.40 | คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับต่ำ |
| 1.00 – 1.80 | คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับต่ำมาก |

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดำเนินการ ดังนี้

2.2.1 หาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน (ตามรายชื่อในภาคผนวก ก) ให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม เพื่อแสดงว่าคำถามสอดคล้องกับคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้ศึกษาจะเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ไปใช้ ได้ค่า $IOC = 0.94$

2.2.2 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบ และตรวจสอบความถูกต้องแล้วให้ผู้ใช้บริการ ไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ สาขาปากเกร็ด ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน

3.2 เก็บข้อมูลจนครบตามจำนวนที่ต้องการ

3.3 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอและอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นตัววิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentages) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความผูกพันของกลุ่มตัวอย่างกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการทดสอบค่า t-test และการทดสอบค่า F-test และกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.3 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 384 คน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานและผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ในการแปลความหมายดังนี้

| | | |
|-----------|---------|---|
| \bar{x} | หมายถึง | ค่าเฉลี่ย |
| S.D. | หมายถึง | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| n | หมายถึง | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| SS | หมายถึง | ผลบวกกำลังสอง |
| df | หมายถึง | ชั้นแห่งความอิสระ |
| MS | หมายถึง | ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสอง |
| t-test | หมายถึง | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution |
| F-test | หมายถึง | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution |
| Sig. | หมายถึง | ความน่าจะเป็นสำหรับบอกล้นยสำคัญทางสถิติ |
| * | หมายถึง | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

| คุณลักษณะส่วนบุคคล | จำนวนคน (n = 384) | ร้อยละ (100.0) |
|-----------------------|------------------------|---------------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 139 | 36.20 |
| หญิง | 245 | 63.80 |
| อายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 27.10 |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 51.30 |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 21.60 |
| สถานภาพการสมรส | | |
| โสด | 205 | 53.40 |
| สมรส | 99 | 25.80 |
| หม้าย | 32 | 8.30 |
| หย่าร้าง | 18 | 4.70 |
| แยกกันอยู่ | 30 | 7.80 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 28.90 |
| ปริญญาตรี | 252 | 65.60 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 5.50 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| คุณลักษณะส่วนบุคคล | จำนวนคน (n = 384) | ร้อยละ (100.0) |
|-----------------------------|------------------------|---------------------|
| อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 19.00 |
| ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 12.20 |
| ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 25.50 |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 38.00 |
| เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 2.10 |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.10 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 0.50 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 22.40 |
| 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 28.10 |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 49.00 |

จากตารางที่ 4.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของประชากรกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุป ได้ดังนี้
เพศ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เพศหญิง
 จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และเพศชาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระหว่าง 25-39 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 197 คน
 คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาได้แก่ อายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 และ
 น้อยที่สุดคืออายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60

สถานภาพการสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 205 คน
 คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อย
 ที่สุดคือ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน
 252 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90
 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ อาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และน้อยที่สุดคือ อาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 15,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือช่วงรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 และน้อยที่สุดคือ ช่วงรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ

ในการศึกษารั้งนี้ประกอบด้วยคุณภาพในการให้บริการตามแนวคิด SERVQUAL Model 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านรูปลักษณ์ 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ 5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล 6 ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

| คุณภาพการให้บริการ | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|---------------------------------------|-----------|------|----------|
| ด้านรูปลักษณ์ | 3.72 | 0.85 | ดี |
| ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | 3.88 | 0.80 | ดี |
| ด้านการตอบสนองลูกค้า | 3.21 | 1.03 | ปานกลาง |
| ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | 3.58 | 0.85 | ดี |
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | 3.83 | 0.91 | ดี |
| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.80 | 0.87 | ดี |
| รวม | 3.67 | 0.89 | ดี |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับดี ($\bar{x} = 3.67$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.88$) รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล คือ ระดับ ($\bar{x} = 3.83$) ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก คือระดับ ($\bar{x} = 3.80$) ด้านรูปลักษณ์ คือระดับ ($\bar{x} = 3.72$) ด้านการรับประกัน/
ความมั่นใจ คือระดับ ($\bar{x} = 3.58$) และด้านการตอบสนองลูกค้า มีระดับ ($\bar{x} = 3.21$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มี
ต่อคุณภาพ การให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ด้านรูปลักษณ์

| ด้านรูปลักษณ์ | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|--|-------------|-------------|-----------|
| พนักงานไปรษณีย์แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย | 3.70 | 0.69 | ดี |
| พนักงานไปรษณีย์มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจ ให้บริการ | 3.19 | 0.93 | ปานกลาง |
| พนักงานไปรษณีย์ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า | 3.83 | 0.82 | ดี |
| เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ | 4.15 | 0.66 | ดี |
| รวม | 3.72 | 0.85 | ดี |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับดี
($\bar{x} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นเรื่องย่อย พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.15$) รองลงมาคือ พนักงานไปรษณีย์ ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็น
ของลูกค้า คือระดับ ($\bar{x} = 3.83$) และพนักงานไปรษณีย์แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีระดับ
($\bar{x} = 3.7$) ส่วนอีก 1 ข้ออยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานไปรษณีย์ มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อม
และเต็มใจให้บริการ มีระดับ ($\bar{x} = 3.19$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

| ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|--|-------------|-------------|-----------|
| มีคุณภาพในการรับฝาก-ส่งสิ่งของเป็นที่ยอมรับทั่วไป | 3.45 | 0.86 | ดี |
| มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย | 4.00 | 0.70 | ดี |
| มีการให้บริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง | 4.04 | 0.71 | ดี |
| การให้บริการมีความชำนาญ สามารถชี้แจง/ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน | 4.02 | 0.74 | ดี |
| รวม | 3.88 | 0.80 | ดี |

ตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นเรื่องย่อย พบว่า มีการให้บริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.04$) รองลงมาคือ การให้บริการมีความชำนาญ สามารถชี้แจง/ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน คือระดับ ($\bar{x} = 4.02$) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย ($\bar{x} = 4$) และมีคุณภาพในการรับฝากส่งสิ่งของเป็นที่ยอมรับทั่วไป ($\bar{x} = 3.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า

| ด้านการตอบสนองลูกค้า | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|---|-------------|-------------|----------------|
| ระยะเวลาารับบริการอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ | 3.06 | 1.27 | ปานกลาง |
| ขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน | 3.42 | 0.91 | ดี |
| มีจำนวนบุคลากรที่ให้บริการเกี่ยวกับการรับฝาก-ส่งสิ่งของอย่างเพียงพอ | 3.23 | 0.95 | ปานกลาง |
| พนักงานไปรษณีย์มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที | 3.11 | 0.90 | ปานกลาง |
| รวม | 3.21 | 1.03 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$) และพิจารณาเป็นเรื่องย่อย พบว่า ขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.23$) รองลงมาคือ พนักงานไปรษณีย์ มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ได้ทันท่วงที คือระดับ ($\bar{x} = 3.11$) และ ระยะเวลาการรับบริการอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ ($\bar{x} = 3.06$) ตามลำดับ ส่วนขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.42$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

| ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|---|-------------|-------------|-----------|
| มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า | 3.68 | 0.76 | ดี |
| ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ | 3.65 | 0.85 | ดี |
| พนักงานไปรษณีย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง | 3.62 | 0.86 | ดี |
| พนักงานไปรษณีย์ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ | 3.39 | 0.90 | ปานกลาง |
| รวม | 3.58 | 0.85 | ดี |

ตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.58$) และพิจารณาเป็นเรื่องย่อย พบว่า มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.68$) รองลงมาคือ ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ คือระดับ ($\bar{x} = 3.65$) และพนักงานไปรษณีย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 3.06$) ตามลำดับ ส่วนพนักงานไปรษณีย์ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|---|-------------|-------------|-----------|
| พนักงานไปรษณีย์ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายละเอียดอย่างเท่าเทียมกัน | 4.04 | 0.75 | ดี |
| พนักงานไปรษณีย์ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี | 3.49 | 1.06 | ดี |
| พนักงานไปรษณีย์สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น บริการใดที่ลูกค้าใช้บริการบ่อย | 3.89 | 0.86 | ดี |
| ไปรษณีย์ถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด | 3.91 | 0.85 | ดี |
| รวม | 3.83 | 0.91 | ดี |

ตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า พนักงานไปรษณีย์ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายละเอียดอย่างเท่าเทียมกัน มีระดับสูงสุด ($\bar{x} = 4.04$) รองลงมาคือ ไปรษณีย์ถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด คือระดับ ($\bar{x} = 3.91$) พนักงานไปรษณีย์สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น บริการใดที่ลูกค้าใช้บริการบ่อย ($\bar{x} = 3.89$) และพนักงานไปรษณีย์ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี ($\bar{x} = 3.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | \bar{x} | SD | การแปลผล |
|---|-------------|-------------|-----------|
| มีความสะดวกสบายและสะอาดเรียบร้อย ของสถานที่ให้บริการ | 3.98 | 0.79 | ดี |
| มีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่างๆของที่ทำการ | 4.02 | 0.70 | ดี |
| มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน | 3.58 | 0.75 | ดี |
| มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ฯลฯ | 3.62 | 1.09 | ดี |
| รวม | 3.80 | 0.87 | ดี |

ตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.8$) เมื่อพิจารณาเป็นเรื่องย่อย พบว่า มีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่าง ๆ ของที่ทำการ มีระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.02$) รองลงมาคือ มีความสะดวกสบายและสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ คือระดับ ($\bar{x} = 3.98$) มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ฯลฯ ($\bar{x} = 3.62$) และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน ($\bar{x} = 3.58$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมุติฐานและผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน
- พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t – test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2 – tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ

| คุณภาพการให้บริการ | เพศ | n | \bar{x} | S.D. | t | Sig. |
|-----------------------------------|------|-----|-----------|------|--------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | ชาย | 139 | 3.71 | .40 | .270 | .787 |
| | หญิง | 245 | 3.70 | .38 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | ชาย | 139 | 4.01 | .64 | 3.239 | .001 |
| | หญิง | 245 | 3.81 | .51 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | ชาย | 139 | 3.09 | .77 | -2.544 | .011 |
| | หญิง | 245 | 3.27 | .63 | | |
| 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | ชาย | 139 | 3.69 | .38 | 4.359 | .000 |
| | หญิง | 245 | 3.50 | .43 | | |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | เพศ | n | \bar{x} | S.D. | t | Sig. |
|--------------------------------------|------|-----|-----------|------|--------|------|
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | ชาย | 139 | 3.92 | .71 | 2.063 | .040 |
| | หญิง | 245 | 3.78 | .59 | | |
| 6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ชาย | 139 | 3.75 | .43 | -1.948 | .052 |
| | หญิง | 245 | 3.84 | .37 | | |
| รวม | ชาย | 139 | 3.69 | .34 | 1.453 | .147 |
| | หญิง | 245 | 3.65 | .24 | | |

ตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ

| คุณภาพการให้บริการ | อายุ | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|--|---------------------|-----|-----------|------|----------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.67 | .386 | 3.481* | .032 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.75 | .349 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.63 | .469 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจ | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 4.43 | .474 | 311.625* | .000 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.90 | .299 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.15 | .265 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.24 | .708 | .849 | .429 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.15 | .647 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.26 | .749 | | |
| 4. ด้านการรับประกัน/ ความมั่นใจ | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.39 | .428 | 18.552* | .000 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.68 | .371 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.51 | .430 | | |
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็น รายบุคคล | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.78 | .512 | 62.819* | .000 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.61 | .571 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 4.42 | .563 | | |

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | อายุ | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|-------------------------------------|---------------------|-----|-----------|------|---------|------|
| 6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.70 | .347 | 44.417* | .000 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.97 | .379 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.55 | .327 | | |
| รวม | ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 3.70 | .301 | 4.186* | .016 |
| | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 197 | 3.67 | .247 | | |
| | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 83 | 3.58 | .339 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|-----------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 3.70 | 3.67 | 3.58 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.70 | - | 0.03 | 0.12* |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.67 | - | - | 0.39* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 3.58 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| อายุ | \bar{x} | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|-----------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 3.67 | 3.75 | 3.63 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.67 | - | -0.08 | 0.04 |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.75 | - | - | 0.12* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 3.63 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ดีที่สุด

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| อายุ | — x | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|--------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 4.43 | 3.90 | 3.15 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.43 | - | 0.53* | 1.28* |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.90 | - | - | 0.75* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 3.15 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 25 – 39 ปี และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| อายุ | — x | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|--------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 3.39 | 3.68 | 3.51 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.39 | - | -0.29* | -0.12* |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.68 | - | - | 0.17* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 3.51 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| อายุ | x̄ | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 3.78 | 3.61 | 4.42 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.78 | - | 0.17* | -0.64* |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.61 | - | - | -0.81* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 4.42 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| อายุ | — x | ต่ำกว่า 25 ปี | ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป |
|---------------------|--------|---------------|--------------------|---------------------|
| | | 3.70 | 3.97 | 3.55 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.70 | - | -0.27* | 0.15* |
| ตั้งแต่ 25 – 39 ปี | 3.97 | - | - | 0.42* |
| ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป | 3.55 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มี

มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2 – tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส

| คุณภาพการให้บริการ | สถานภาพสมรส | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|--------------------------------------|-------------|-----|-----------|------|---------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | โสด | 205 | 3.80 | .298 | 9.584* | .000 |
| | สมรส | 99 | 3.64 | .348 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.64 | .523 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.53 | .532 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.36 | .607 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | โสด | 205 | 3.91 | .469 | 1.005 | .405 |
| | สมรส | 99 | 3.78 | .631 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.93 | .724 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.91 | .644 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.90 | .718 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | โสด | 205 | 3.40 | .550 | 35.972* | .000 |
| | สมรส | 99 | 3.21 | .578 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.10 | .538 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 2.67 | .713 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 1.86 | .849 | | |
| 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | โสด | 205 | 3.69 | .316 | 19.278* | .000 |
| | สมรส | 99 | 3.46 | .305 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.61 | .499 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.28 | .536 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.05 | .764 | | |
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | โสด | 205 | 3.96 | .518 | 7.556* | .000 |
| | สมรส | 99 | 3.70 | .645 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.84 | .737 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.61 | .776 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.31 | .910 | | |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | สถานภาพสมรส | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|-------------------------------------|-------------|-----|-----------|------|---------|------|
| 6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | โสด | 205 | 3.77 | .346 | 1.458 | .214 |
| | สมรส | 99 | 3.87 | .426 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.85 | .466 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.75 | .466 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.73 | .517 | | |
| รวม | โสด | 205 | 3.76 | .202 | 27.461* | .000 |
| | สมรส | 99 | 3.61 | .184 | | |
| | หม้าย | 32 | 3.66 | .380 | | |
| | แยกกันอยู่ | 30 | 3.46 | .376 | | |
| | หย่าร้าง | 18 | 3.20 | .494 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็น รายคู่

| สถานภาพสมรส | \bar{x} | โสด | สมรส | หม้าย | แยกกันอยู่ | หย่าร้าง |
|-------------|-----------|------|-------|-------|------------|----------|
| | | 3.71 | 3.61 | 3.66 | 3.46 | 3.20 |
| โสด | 3.71 | - | 0.10* | 0.05 | 0.25* | 0.51* |
| สมรส | 3.61 | - | - | -0.05 | 0.15* | 0.41* |
| หม้าย | 3.66 | - | - | - | 0.20* | 0.46* |
| แยกกันอยู่ | 3.46 | - | - | - | - | 0.26* |
| หย่าร้าง | 3.20 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง โสด กับ สมรส, โสด กับ แยกกันอยู่, โสด กับ หย่าร้าง, สมรส กับ แยกกันอยู่, สมรส กับ หย่าร้าง, หม้าย กับ แยกกันอยู่, หม้าย กับ หย่าร้าง และ แยกกันอยู่ กับ หย่าร้าง โดยผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง

ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง และ ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

| สถานภาพสมรส | \bar{x} | โสด | สมรส | หม้าย | แยกกันอยู่ | หย่าร้าง |
|-------------|-----------|------|-------|-------|------------|----------|
| | | 3.80 | 3.64 | 3.64 | 3.53 | 3.36 |
| โสด | 3.80 | - | 0.16* | 0.16* | 0.27* | 0.44* |
| สมรส | 3.64 | - | - | - | 0.11 | 0.28* |
| หม้าย | 3.64 | - | - | - | 0.11 | 0.28* |
| แยกกันอยู่ | 3.53 | - | - | - | - | 0.17 |
| หย่าร้าง | 3.36 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง โสด กับ สมรส, โสด กับ หม้าย, โสด กับ แยกกันอยู่, โสด กับ หย่าร้าง, สมรส กับหย่าร้าง และ หม้าย กับ หย่าร้างโดยผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส หม้าย แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส และหม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้าจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

| สถานภาพสมรส | — x | โสด | สมรส | หม้าย | แยกกันอยู่ | หย่าร้าง |
|-------------|--------|------|-------|-------|------------|----------|
| | | 3.40 | 3.21 | 3.10 | 2.67 | 1.86 |
| โสด | 3.40 | - | 0.19* | 0.30* | 0.73* | 1.54* |
| สมรส | 3.21 | - | - | 0.11 | 0.54* | 1.35* |
| หม้าย | 3.10 | - | - | - | 0.43* | 1.24* |
| แยกกันอยู่ | 2.67 | - | - | - | - | 0.81* |
| หย่าร้าง | 1.86 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้าจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างโสด กับ สมรส, โสด กับ หม้าย, โสด กับ แยกกันอยู่, โสด กับ หย่าร้าง, สมรส กับ แยกกันอยู่, สมรส กับ หย่าร้าง, หม้าย กับ แยกกันอยู่, หม้าย กับ หย่าร้าง และ แยกกันอยู่ กับ หย่าร้าง โดยผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการ

ตอบสนองลูกค้า ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส หม้าย แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้าดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง และ ผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

| สถานภาพสมรส | \bar{x} | โสด | สมรส | หม้าย | แยกกันอยู่ | หย่าร้าง |
|-------------|-----------|------|-------|-------|------------|----------|
| | | 3.69 | 3.46 | 3.61 | 3.28 | 3.05 |
| โสด | 3.69 | - | 0.23* | 0.08 | 0.41* | 0.64* |
| สมรส | 3.46 | - | - | -0.15 | 0.18* | 0.41* |
| หม้าย | 3.61 | - | - | - | 0.33* | 0.56* |
| แยกกันอยู่ | 3.28 | - | - | - | - | 0.23* |
| หย่าร้าง | 3.05 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างโสด กับ สมรส, โสด กับ แยกกันอยู่, โสด กับ หย่าร้าง, สมรส กับ แยกกันอยู่, สมรส กับ หย่าร้าง, หม้าย กับ แยกกันอยู่, หม้าย กับ หย่าร้าง และ แยกกันอยู่ กับ หย่าร้าง โดยผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส แยกกันอยู่ และหย่าร้าง

ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ และหย่าร้าง และ ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส แยกกันอยู่ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

| สถานภาพสมรส | \bar{x} | โสด | สมรส | หม้าย | แยกกันอยู่ | หย่าร้าง |
|-------------|-----------|------|-------|-------|------------|----------|
| | | 3.96 | 3.70 | 3.84 | 3.61 | 3.31 |
| โสด | 3.96 | - | 0.26* | 0.12 | 0.35* | 0.85* |
| สมรส | 3.70 | - | - | -0.14 | 0.09 | 0.39* |
| หม้าย | 3.84 | - | - | - | 0.23 | 0.53* |
| แยกกันอยู่ | 3.61 | - | - | - | - | 0.30 |
| หย่าร้าง | 3.31 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง โสด กับ สมรส, โสด กับ แยกกันอยู่, โสด กับ หย่าร้าง, สมรส กับ หย่าร้าง และ หม้าย กับ หย่าร้าง โดยผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส แยกกันอยู่ และหย่าร้าง ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง และ
ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า
เป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง

สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษาที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H0: การศึกษาที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท
ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H1: การศึกษาที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท
ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย
ของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t – test) ใช้ระดับ
ความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อ 2 – tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับ
การศึกษา

| คุณภาพการให้บริการ | ระดับการศึกษา | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|---------------------------------------|------------------|-----|-----------|-------|---------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.64 | .395 | 19.801* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.76 | .323 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.26 | .326 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.95 | .668 | 21.194* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.91 | .482 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.14 | .358 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.00 | .719 | 9.826* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.31 | .588 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 2.96 | 1.176 | | |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | ระดับการศึกษา | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|--|------------------|-----|-----------|------|---------|------|
| 4. ด้านการรับประกัน/ ความมั่นใจ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.43 | .448 | 11.675* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.63 | .353 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.40 | .691 | | |
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.69 | .691 | 3.778* | .024 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.89 | .596 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.80 | .728 | | |
| 6. ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.87 | .439 | 9.441* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.80 | .361 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.47 | .439 | | |
| รวม | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 111 | 3.60 | .281 | 23.407* | .000 |
| | ปริญญาตรี | 252 | 3.72 | .233 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 21 | 3.34 | .532 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการทุกด้านแตกต่างกัน โดยทุกด้านมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.60 | 3.72 | 3.34 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.60 | - | -0.12* | 0.26* |
| ปริญญาตรี | 3.72 | - | - | 0.38* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.34 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี, ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี และผู้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.64 | 3.76 | 3.26 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.64 | - | -0.12* | 0.38* |
| ปริญญาตรี | 3.76 | - | - | 0.50* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.26 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาในด้านรูปลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี, ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี และ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.95 | 3.91 | 3.14 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.95 | - | 0.04 | 0.81* |
| ปริญญาตรี | 3.91 | - | - | 0.77* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.14 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีและ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.00 | 3.31 | 2.96 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.00 | - | -0.31* | 0.04 |
| ปริญญาตรี | 3.31 | - | - | 0.35* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 2.96 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการตอบสนองลูกค้าจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่ามีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการตอบสนองลูกค้า ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.43 | 3.63 | 3.40 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.43 | - | -0.20* | 0.03 |
| ปริญญาตรี | 3.63 | - | - | 0.23* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.40 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่ามีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.69 | 3.89 | 3.80 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.69 | - | -0.20* | -0.11 |
| ปริญญาตรี | 3.89 | - | - | 0.09 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.80 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี โดยผู้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | — x | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|------------------|--------|------------------|-----------|------------------|
| | | 3.87 | 3.80 | 3.47 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.87 | - | 0.07 | 0.40* |
| ปริญญาตรี | 3.80 | - | - | 0.33* |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3.47 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างต่ำกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีและ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H0: อาชีพที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H1: อาชีพที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t – test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อ 2 – tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ

| คุณภาพการให้บริการ | อาชีพ | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|-----------------------------------|-------------------------|-----|-----------|-------|---------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.73 | .353 | 4.102* | .001 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.63 | .406 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.72 | .386 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.73 | .328 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 3.68 | .651 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.25 | .723 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 4.13 | .530 | 10.684* | .000 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.95 | .584 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.64 | .553 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.93 | .498 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 4.00 | .353 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.29 | .655 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.17 | .701 | 2.498* | .030 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 2.98 | .724 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.18 | .621 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.32 | .570 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 2.84 | 1.493 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.08 | 1.154 | | |
| 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.70 | .401 | 5.125* | .000 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.36 | .459 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.61 | .319 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.55 | .384 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 3.50 | .744 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.33 | .748 | | |

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | อาชีพ | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|--|-------------------------|-----|-----------|------|---------|------|
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.77 | .755 | 5.574* | .000 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.79 | .704 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 4.08 | .634 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.75 | .478 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 3.25 | .767 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.64 | .643 | | |
| 6. ด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.98 | .349 | 11.904* | .000 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.76 | .411 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.58 | .378 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.87 | .346 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 4.00 | .443 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.68 | .544 | | |
| รวม | นักเรียน/นักศึกษา | 73 | 3.75 | .305 | 5.540* | .000 |
| | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 47 | 3.58 | .297 | | |
| | ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท | 98 | 3.64 | .270 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 146 | 3.69 | .207 | | |
| | เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 8 | 3.54 | .569 | | |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน | 12 | 3.38 | .512 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการทุกด้านแตกต่างกัน โดยทุกด้านมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | x | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.75 | 3.58 | 3.64 | 3.69 | 3.54 | 3.38 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.75 | - | 0.17* | 0.11* | 0.06 | 0.21* | 0.37* |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.58 | - | - | -0.06 | -0.11* | 0.04 | 0.20* |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.64 | - | - | - | -0.05 | 0.10 | 0.26* |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.69 | - | - | - | - | 0.15 | 0.31* |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 3.54 | - | - | - | - | - | 0.16 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.38 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างนักเรียน/นักศึกษา กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นักศึกษา กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, นักเรียน/นักศึกษา กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป, นักเรียน/นักศึกษา กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับ

ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณะ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|-------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.73 | 3.63 | 3.72 | 3.73 | 3.68 | 3.25 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.73 | - | 0.10 | 0.01 | - | 0.05 | 0.48* |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.63 | - | - | -0.09 | -0.10* | -0.05 | 0.38* |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.72 | - | - | - | -0.01 | 0.04 | 0.47* |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.73 | - | - | - | - | 0.05 | 0.48* |

ตารางที่ 4.33

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.73 | 3.63 | 3.72 | 3.73 | 3.68 | 3.25 |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 3.68 | - | - | - | - | - | 0.43* |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.25 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านรูปลักษณะจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างนักเรียน/นักศึกษา กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณะ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณะ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณะ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณะ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 4.13 | 3.95 | 3.63 | 3.93 | 4.00 | 3.29 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 4.13 | - | 0.18 | 0.50* | 0.20* | 0.13 | 0.84* |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.95 | - | - | 0.32* | 0.02 | -0.05 | 0.66* |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.63 | - | - | - | -0.30* | -0.37 | 0.34* |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.93 | - | - | - | - | -0.07 | 0.64* |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 4.00 | - | - | - | - | - | 0.71* |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.29 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างนักเรียน/นักศึกษา กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, นักเรียน/นักศึกษา กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, นักเรียน/นักศึกษา กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป

กับพ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และพ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|-------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.17 | 2.98 | 3.18 | 3.32 | 2.84 | 3.08 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.17 | - | 0.19 | -0.01 | -0.15 | 0.33 | 0.09 |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 2.98 | - | - | -0.20 | -0.34* | 0.14 | -0.10 |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.18 | - | - | - | -0.14 | 0.34 | 0.10 |

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

| อาชีพ | - x | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.17 | 2.98 | 3.18 | 3.32 | 2.84 | 3.08 |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.32 | - | - | - | - | 0.48* | 0.24 |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 2.84 | - | - | - | - | - | -0.24 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.08 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านการตอบสนองลูกค้าจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการตอบสนองลูกค้า ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.70 | 3.36 | 3.61 | 3.55 | 3.50 | 3.33 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.70 | - | 0.34* | 0.09 | 0.15 | 0.20 | 0.37* |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.36 | - | - | -0.25* | -0.19* | -0.14 | 0.03 |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.61 | - | - | - | 0.06 | 0.11 | 0.28* |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.55 | - | - | - | - | 0.05 | 0.22* |
| เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | 3.50 | - | - | - | - | - | 0.17 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.33 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างนักเรียน/นักศึกษา กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นักศึกษา กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัด

นนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้ำเป็นรายบุคคล จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{x} | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.77 | 3.79 | 4.08 | 3.75 | 3.25 | 3.64 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.77 | - | -0.02 | -0.31* | 0.02 | 0.52* | 0.13 |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.79 | - | - | -0.29* | 0.04 | 0.54* | 0.15 |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 4.08 | - | - | - | 0.33* | 0.83* | 0.44* |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.75 | - | - | - | - | 0.50* | 0.11 |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 3.25 | - | - | - | - | - | -0.39 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.64 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง นักเรียน/นักศึกษา กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, นักเรียน/นักศึกษา กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไปผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| อาชีพ | — x | นักเรียน/ นักศึกษา | ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว | เกษตรกร/ รับจ้าง ทั่วไป | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน |
|---------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 3.98 | 3.76 | 3.58 | 3.87 | 4.00 | 3.68 |
| นักเรียน/ นักศึกษา | 3.98 | - | 0.22* | 0.40* | 0.11* | -0.02 | 0.30* |
| ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | 3.76 | - | - | 0.18* | -0.11 | -0.24 | 0.08 |
| ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท | 3.58 | - | - | - | -0.29* | -0.42* | -0.10 |
| ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว | 3.87 | - | - | - | - | -0.13 | 0.19 |
| เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป | 4.00 | - | - | - | - | - | 0.32 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน | 3.68 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง นักเรียน/นักศึกษา กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นักศึกษา กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, นักเรียน/นักศึกษา กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, นักเรียน/นักศึกษา กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน, ราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวและลูกจ้าง/พนักงานบริษัท กับ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป โดยผู้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ

ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t – test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อ 2 – tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้

| คุณภาพการให้บริการ | รายได้ | n | \bar{x} | S.D. | F | Sig. |
|--------------------------------------|---------------------|-----|-----------|-------|---------|------|
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 4.37 | .883 | 3.381* | .018 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.65 | .462 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.66 | .353 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.74 | .362 | | |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 4.75 | .353 | 267.54* | .000 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.15 | .276 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 4.46 | .413 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.86 | .277 | | |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 3.00 | 2.828 | .666 | .573 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.28 | .744 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.14 | .624 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.20 | .664 | | |
| 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 3.50 | 2.121 | 3.013* | .030 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.52 | .424 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.49 | .388 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.63 | .396 | | |
| 5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 4.00 | 1.414 | 52.397* | .000 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 4.43 | .534 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.83 | .478 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.55 | .562 | | |
| 6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 4.37 | .883 | 31.717* | .000 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.56 | .322 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.70 | .323 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.97 | .385 | | |
| รวม | น้อยกว่า 5,000 บาท | 2 | 4.00 | 1.414 | 3.542* | .015 |
| | 5,001 – 10,000 บาท | 86 | 3.60 | .330 | | |
| | 10,001 – 15,000 บาท | 108 | 3.71 | .256 | | |
| | 15,000 บาทขึ้นไป | 188 | 3.66 | .256 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | x | น้อยกว่า 5,000 | 5,001 – 10,000 | 10,001 – | 15,000 บาท |
|---------------------|------|----------------|----------------|------------|------------|
| | | บาท | บาท | 15,000 บาท | ขึ้นไป |
| | | 4.00 | 3.60 | 3.71 | 3.66 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 4.00 | - | 0.40* | 0.29 | 0.44 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.60 | - | - | -0.11* | -0.06 |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.71 | - | - | - | 0.05 |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.66 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างน้อยกว่า 5,000 บาท กับ 5,001 – 10,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม ต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท และผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท

ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | - | น้อยกว่า 5,000 | | | |
|---------------------|------|----------------|-------|---------------------|------------------|
| | | บาท | บาท | 10,001 – 15,000 บาท | 15,000 บาทขึ้นไป |
| | x | 4.37 | 3.65 | 3.66 | 3.74 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 4.37 | - | 0.72* | 0.71* | 0.63* |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.65 | - | - | -0.01 | -0.09* |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.66 | - | - | - | -0.08* |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.74 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในด้านรูปลักษณ์จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างน้อยกว่า 5,000 บาท กับ 5,001 – 10,000 บาท, น้อยกว่า 5,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท, น้อยกว่า 5,000 บาท กับ 15,000 บาท ขึ้นไป, 5,001 – 10,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป และ 10,001 – 15,000 บาท กับ 15,000 บาท ขึ้นไป โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป และ ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท

ตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | x | น้อยกว่า 5,000 | 5,001 – 10,000 | 10,001 – | 15,000 บาท |
|---------------------|------|----------------|----------------|------------|------------|
| | | บาท | บาท | 15,000 บาท | ขึ้นไป |
| | | 4.75 | 3.15 | 4.46 | 3.86 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 4.75 | - | 1.60* | 0.29 | 0.89* |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.15 | - | - | -1.31* | -0.71* |
| 10,001 – 15,000 บาท | 4.46 | - | - | - | 0.60* |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.86 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่างน้อยกว่า 5,000 บาท กับ 5,001 – 10,000 บาท, น้อยกว่า 5,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป, 5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป และ 10,001 – 15,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจดีกว่าผู้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป ผู้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป และ ผู้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท

ตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการรับประกัน/
ความมั่นใจ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | - | น้อยกว่า 5,000 5,001 – 10,000 10,001 – 15,000 บาท | | | |
|---------------------|------|--|-------|------------|--------|
| | | บาท | บาท | 15,000 บาท | ขึ้นไป |
| | x | 3.50 | 3.52 | 3.49 | 3.63 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 3.50 | - | -0.02 | 0.01 | -0.13 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.52 | - | - | 0.03 | -0.11* |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.49 | - | - | - | -0.14* |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.63 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท กับ 15,000 บาท ขึ้นไป และ 10,001 – 15,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจดีกว่าผู้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท

ตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | — x | น้อยกว่า 5,000 | 5,001 – 10,000 | 10,001 – | 15,000 บาท |
|---------------------|--------|----------------|----------------|------------|------------|
| | | บาท | บาท | 15,000 บาท | ขึ้นไป |
| | | 4.00 | 4.43 | 3.83 | 3.55 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 4.00 | - | -0.43 | 0.17 | 0.45 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 4.43 | - | - | 0.60* | 0.88* |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.83 | - | - | - | 0.28* |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.55 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป และ 10,001 – 15,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

| รายได้ | x | น้อยกว่า 5,000 | 5,001 – 10,000 | 10,001 – | 15,000 บาท |
|---------------------|------|----------------|----------------|------------|------------|
| | | บาท | บาท | 15,000 บาท | ขึ้นไป |
| | | 4.37 | 3.56 | 3.70 | 3.97 |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | 4.37 | - | 0.81* | 0.67* | 0.40 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 3.56 | - | - | -0.14* | -0.41* |
| 10,001 – 15,000 บาท | 3.70 | - | - | - | -0.27* |
| 15,000 บาทขึ้นไป | 3.97 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของคู่ระหว่าง น้อยกว่า 5,000 บาท กับ 5,001 – 10,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 10,001 – 15,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป และ 10,001 – 15,000 บาท กับ 15,000 บาทขึ้นไป โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และผู้ให้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท

บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. สรุปการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

1. สรุปการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.1.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.1.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการไปรษณีย์กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีจำนวน 384 คน (ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2560) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G.cochran ได้จำนวนทั้งสิ้น 384 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และวัดระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ที่มารับบริการ โดยได้ตั้งเป็นข้อคำถามปลายปิด (Close-ended) มีทั้งหมด 5 หัวข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้าน โดยตั้งเป็นข้อคำถามประเมินค่า (Rating Scale) มีทั้งหมด 6 หัวข้อ ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพบริการ โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) มีทั้งหมด 6 หัวข้อ ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC: Index of item Objective Congruence) จากนั้นได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาได้ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2560 และได้นำแบบสอบถามจำนวน 384 ฉบับ ไปแจกจ่ายแก่ผู้ใช้บริการ ด้วยตนเองและชี้แจงเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามในวันที่ 7 มิถุนายน 2560 จากนั้นผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลผลของการเก็บรวบรวมข้อมูลได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาภายใน วันที่ 3 กรกฎาคม 2560 ทั้งหมด 384 ชุด คิดเป็น 100% ของกลุ่มตัวอย่าง

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทุกฉบับแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ ต่อจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับคุณภาพ ในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในแต่ละด้าน โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบระดับคุณภาพในการให้บริการ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลโดยใช้สถิติการทดสอบค่า t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว One-way Analysis of Variance (ANOVA)

1.3 ผลการศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปสาระสำคัญของการศึกษาได้ ดังต่อไปนี้

1.3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มารับบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 384 คน พบว่า

เพศ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.75 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 25-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 และน้อยที่สุด อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรส คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมา มีสถานภาพการสมรส คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 24.75 และน้อยที่สุด มีสถานภาพการสมรส คือ หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมา มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.75 และน้อยที่สุด มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมาคืออาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.50 และน้อยที่สุดคืออาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

1.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านรูปลักษณ์ ด้านการรับประกัน/ความ

มั่นใจ และด้านด้านการตอบสนองลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{x} = 3.88$), ($\bar{x} = 3.83$), ($\bar{x} = 3.80$), ($\bar{x} = 3.72$), ($\bar{x} = 3.58$) และ ($\bar{x} = 3.21$) ตามลำดับ

1.3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน พบว่า

1) ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ

2) ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์ จำแนกตามอายุเป็นรายกลุ่มพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป และ ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และ

ผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความการรับประกัน/ความมั่นใจ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 39 ปี มีระดับระดับความคิดเห็นแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ผู้ให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรสโสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส หม้าย แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง และ ผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส และหม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

และเมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส โสด มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส แยกกันอยู่ และ หย่าร้าง ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส สมรส มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง และ ผู้ใช้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานะสถานภาพสมรส หย่าร้าง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรีและ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัด

นนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้าจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการตอบสนองลูกค้า ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

และเมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี และ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตีกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5) ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้าน ในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

และเมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6) ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท และ 15,000 บาทขึ้นไป และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านรูปลักษณ์ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ดีกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และ

2. อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับดี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ และด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุตินา เจริญปรีดี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพของการใช้บริการของ โรงแรม ในเขต เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการ โรงแรม ในเขตเทศบาลเมือง ประจวบคีรีขันธ์มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของ โรงแรม โดยรวมทุกด้านในระดับมาก เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ของ โรงแรมในระดับมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านความ เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรม ของบริการ ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกลักษณ์ อนรรฆมณีกุล (2553) ศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะจิตของผู้โดยสารชาวไทยต่อการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิพบว่า ทักษะจิตของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีทักษะจิตต่อการให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงจาก ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริการ ลานจอดและการจราจรภายในท่าอากาศยาน ด้านการตรวจค้นอาวุธและสิ่งผิดกฎหมาย ด้านการ ให้บริการสำรองที่นั่ง ด้านการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน ด้านการ ให้บริการตรวจรับ บัตรโดยสาร ด้านการอำนวยความสะดวกด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการอำนวยความสะดวกด้าน สัมภาระผู้โดยสารและการบริการด้านห้องพักสำหรับผู้โดยสาร เช่นเดียวกับ อรรถสิทธิ์ ลอเลิศ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขต เทศบาลนคร อุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ

การให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และขนาดของหอพัก พบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และขนาดของ หอพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์สินี ปิติวีรัตน์ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการ และกระบวนการให้บริการในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร พบว่า ในภาพรวมของการบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับที่เฉยๆ ถึงพอใจ ต่อสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก เจ้าหน้าที่และพนักงาน การจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑฯ การให้บริการข้อมูล/ข่าวสาร ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวแสดงความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมของพิพิธภัณฑฯ แต่ยังมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงการให้บริการในเรื่องต่างๆ เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ มารยาทของเจ้าหน้าที่ การให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ความสมบูรณ์ของอุปกรณ์ การจัดการแสดง การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดแสดง การแนะนำเส้นทางเดินสัญจรภายในพิพิธภัณฑฯ ป้ายอธิบายความ และป้ายบอกเลขอาคาร เป็นต้น ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับ ดี คือ มีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่าง ๆ ของที่ทำการ มีความสะดวกสบายและสะอาดเรียบร้อย ของสถานที่ให้บริการ มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ฯลฯ และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ อยู่ในระดับ ดี คือ มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ และพนักงานไปรษณีย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ด้านรูปลักษณ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านรูปลักษณ์อยู่ในระดับ ดี คือ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ พนักงานไปรษณีย์ ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า และพนักงานไปรษณีย์แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย และด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีจำนวนบุคลากรที่ให้บริการเกี่ยวกับการรับฝาก-ส่งสิ่งของอย่างเพียงพอ พนักงานไปรษณีย์ มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ และระยะเวลาารับบริการอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้

2.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ดังนี้

2.2.1 เพศ ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวม และรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานของ อรรถสิทธิ์ ลอลิเลิศ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขต เทศบาลนครอุบลราชธานีจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศและอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และขนาดของ หอพักต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

2.2.2 อายุ ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติมา เจริญปริดี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพของการใช้บริการของโรงแรมในเขต เทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า เมื่อจำแนกตามลักษณะสัดส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

2.2.3 สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิमानมาศ ลิเลิศวงศ์ภักดี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภค ของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการให้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เฟลซ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลอัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

2.2.4 การศึกษา ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ โดยรวม และรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim & Lough (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการใหม่ของสนามบินกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลี พบว่าปัจจัยของ อายุ และระดับการศึกษา มีผลต่อความต้องการระดับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

2.2.5 อาชีพ ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ โดยรวม และรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกลักษณ์ อนุธรรมณีกุล (2553) ศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะคติของผู้โดยสารชาวไทยต่อการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

2.2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ โดยรวมและรายด้านในด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณี ศรีจางค์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนด้านปรึกษา กฎหมายของสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้มารับบริการที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ใช้บริการปรึกษา กฎหมายในรอบ 1 ปี ต่างกัน พิจารณาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในภาพรวม และรายด้านแตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคำครั้งนี้

จากการศึกษาคำครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการขององค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคลากรมีใจให้บริการเพิ่มขึ้นและสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อเสนอแนะที่ควรนำไปพิจารณาเป็นแนวทางการพัฒนามีดังต่อไปนี้

3.1.1 ด้านรูปลักษณ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ ทั้งนี้ผู้ให้บริการควรปรับปรุงการบริการของพนักงานในเรื่องการมีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด โดยพนักงานต้องเต็มใจให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส กระตือรือร้นในการทำงาน มีการแนะนำการบริการต่างๆของไปรษณีย์ทุกครั้งที่มีคนมาใช้บริการ มีการอบรมให้พนักงานทุกคนเรียนรู้ข้อมูลทั้งหมด เพื่อสามารถให้คำแนะนำและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีพนักงานประจำอยู่หน้าประตูทางเข้าไปรษณีย์ มีหน้าที่สอบถามผู้ที่มาใช้บริการถึงความต้องการในการทำรายการ และสามารถให้คำแนะนำอย่างละเอียดและถูกต้อง เพิ่มกล่องร้องเรียนไว้ตามแต่ละสาขา เพื่อกระตุ้นพนักงานให้ทำงานดียิ่งขึ้น

3.1.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ มีการให้บริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง และผู้ให้บริการควรปรับปรุงคุณภาพในการรับฝาก-ส่งสิ่งของเป็นที่ยอมรับทั่วไป เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด โดยปรับปรุงการบริการที่ไปรษณีย์ เพื่อการบริการที่ครบถ้วน เหมือนกันทุกสาขา ปรับปรุงการบริการและผลิตภัณฑ์ โดยการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุง และติดตามพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การแก้ไขด้านลบที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของไปรษณีย์ไทยที่แพร่หลายในสังคมออนไลน์ การอบรมบุรุษไปรษณีย์ให้มีความรับผิดชอบ ดูแลรักษาของที่จัดส่ง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับไปรษณีย์ไทย เปลี่ยนภาชนะที่เก็บซองจดหมายและกล่องใส่ส่งของบนรถมอเตอร์ไซค์ให้มีความแข็งแรงปลอดภัย เพื่อป้องกันความเสียหาย เช่น การฉีกขาด หล่นหาย และเปียกน้ำฝน เพื่อให้ผู้ใช้นั่นใจในความปลอดภัยของสิ่งของ บรรจุภัณฑ์มีการกันกระแทกที่เชื่อถือได้

3.1.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านการตอบสนองลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ เรื่องขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน และเรื่องระยะเวลาการรับบริการอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ให้บริการควรเพิ่มเคาน์เตอร์เพื่อรองรับผู้ให้บริการในช่วงที่มีผู้ให้บริการสูง เช่น ช่วงเวลากลางวัน เพิ่มบริการรับส่งถึงที่โดยไม่จำกัดจำนวนชั้น เพื่อลดความแออัดที่สาขา ในกรณีส่งแบบธรรมดาอาจมีการเรียกค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม หรือบริการรับถึงที่ฟรีให้กับลูกค้าที่มียอดใช้จ่ายต่อเดือนสูง ขยายเวลาเปิด-ปิดเป็น 1-2 ทูม และเปิดให้บริการวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

3.1.4 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ เรื่องมาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เรื่องพนักงานไปรษณีย์ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ สิ่งที่ผู้ให้บริการควรปรับปรุง คือ การบริการของพนักงาน ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส มารยาทดี กระตือรือร้นในการทำงาน มีการเข้าใจระบบการทำงานของบริษัท การสื่อสารของพนักงานภายในที่ดี มีการอบรมพนักงานทั้งพนักงานประจำและพนักงานเอาท์ซอร์สให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนปรับปรุงระบบการไต่สวน ให้มีการรวมระบบการไต่สวนไว้ที่เดียว โดยไม่จำเป็นต้องไปไต่สวนกับพนักงานเอาท์ซอร์สหรือไปรษณีย์ปลายทาง ปรับปรุงวิธีตรวจสอบสถานะสิ่งของให้สามารถตรวจสอบสถานะได้บนเว็บไซต์ หรือผ่านทาง sms ตลอดจนส่งของตรงตามกำหนด เพื่อให้ความมั่นใจกับผู้ใช้บริการว่าของถึงมือผู้รับจริงตรงตามระยะเวลาที่ให้คำมั่นสัญญาไว้

3.1.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ เรื่องพนักงานไปรษณีย์ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายละเอียดอย่างเท่าเทียมกัน โดยผู้ให้บริการควรปรับปรุง เรื่องพนักงานไปรษณีย์ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ส่วนที่ต้องปรับปรุงคือการให้บริการแก่ผู้ให้บริการแต่ละราย โดยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษา แก้ไขปัญหา เมื่อผู้ให้บริการแต่ละรายมีปัญหา ด้วยความเต็มใจ พร้อมทั้งจะให้บริการในทุกเมื่อ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการทั้งสิ้น

3.1.6 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เป็นอันดับ 1 คือ เรื่องมีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่างๆของที่ทำกรในขณะที่เรื่องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ให้บริการควรมีการจัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ให้พร้อมใช้งาน สามารถหยิบใช้ง่าย และเพียงพอต่อปริมาณผู้ใช้บริการ รวมถึงการเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง เช่น

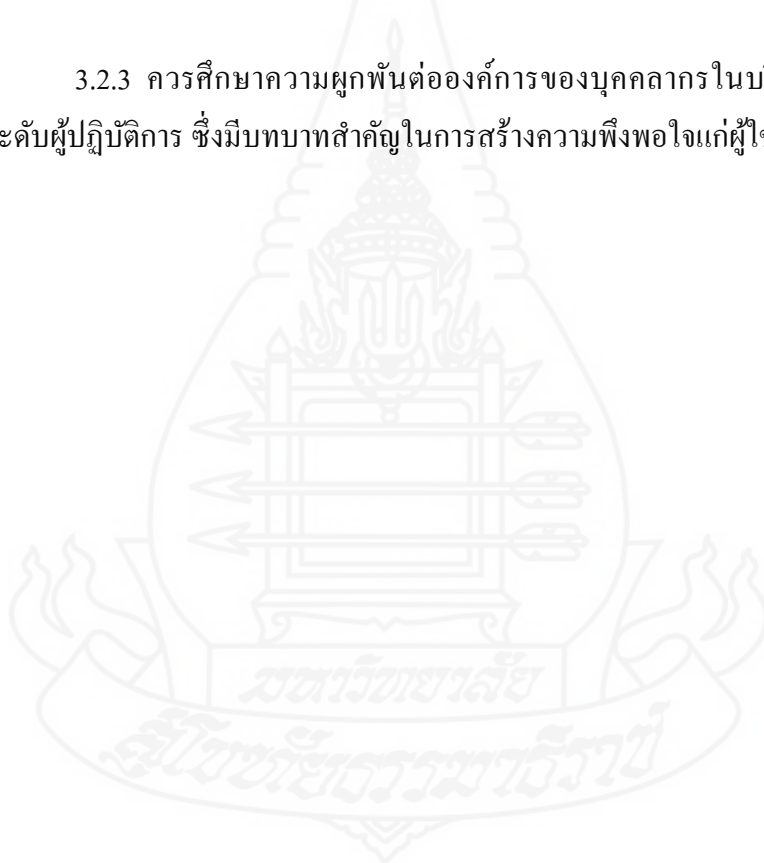
มีเคาน์เตอร์บริการตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ มีที่จอดรถเพียงพอ มีจุดให้บริการจำนวนมาก

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการ ในด้านต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เกิดความแตกต่างหรือทัดเทียมกับไปรษณีย์ไทย สาขาอื่นๆ เช่น คุณภาพการให้บริการของแต่ละแผนก เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้ทันสมัยยิ่งขึ้น

3.2.2 ควรศึกษาถึงคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการดำเนินการ ที่ส่งผลทำให้เกิดคุณภาพการให้บริการแก่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต่อไป

3.2.3 ควรศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในระดับผู้ปฏิบัติการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- จิรนนท์ พุททชาติ. (2553). *เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทยแบบ One Stop Service*. (กรณีศึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลบัณฑิตวิทยาลัย เขตบางขุนเทียน). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชุติมา เจริญปรีดี. (2551). *คุณภาพของการใช้บริการของโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองประจวบคีรีขันธ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมต่อการปฏิบัติงาน: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความเครียดในงาน*. ใน เอกสารข่าวสารงานวิจัยและพัฒนา กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. กรุงเทพมหานคร 9, 100, (ธันวาคม), หน้า 1-6
- นภัตพร เงินทอง. (2550). *การศึกษาสภาพและปัญหาการบริการของย่านขนส่งคอนเทนเนอร์สถานีรถไฟ สีลาอาสน์ การรถไฟแห่งประเทศไทย จังหวัดอุดรดิตถ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- นิภาพร นินนินนนท์. (2556). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- ประชา จิตวิทยากร. (2552). *คุณภาพบริการในทัศนะของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า บอดี เซอร์วิส จำกัด สาขาสุขุมวิท เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ประไพ กลมเกลี้ยง. (2551). *คุณภาพการให้บริการแก่นักศึกษาของพนักงานมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณบดีคณะบริหารธุรกิจและการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปิยะพล พุ่มเพ็ชร. (2552). *คุณภาพการบริการของศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ จำกัด*. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มี ความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลด์เอ็น เฟลซ.* (สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พรรณิ ศรีจางง. (2556). *คุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนด้านปริกษากฎหมายของสำนักงาน คู่้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน จังหวัดอุบลราชธานี สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*
- ภวัต วรรณพิณ. (2554). *การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย.* (ปริญญาานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วิศณุ แสงยาแก้ว. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ใน จังหวัดเชียงราย. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- วิศิษฐ์ จิตภักดีรัตน์ และคณะ. (2557). *การศึกษาคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในประเทศอินโดนีเซีย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.*
- ศรันยพงศ์ เทียงธรรม. (2552). “ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ”. *Productivity World*, พฤศจิกายน-ธันวาคม 2552, 40-43
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2554). *คุณภาพการให้บริการ โรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาล ในเขตจังหวัด ปทุมธานี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.
- สุขุมพร พึ่งवास. (2554). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 3G Plus ของเครือข่าย ทรูมูฟ เอช ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.*
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอลบุ๊กส์.
- สมฤดี ธรรมสุรดี. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดี ต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- อรรถสิทธิ์ ลอเลิศ. (2556). “คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนคร
อุบลราชธานีจังหวัด อุบลราชธานี”. *วารสารศรีวนาลัยวิจัย*,3(6), 68-80
- อุไร ดวงระหว่า. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop
Service: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, (ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.*
- Cronbach. (1974). อ้างถึงในเกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *การศึกษาคความเหมาะสมในการประเมินการ
สอนของอาจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1990). อ้างถึงในภวัต วรรณพิณ. (2554). *การประเมินคุณภาพ
การบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย*
- Tenner and Detoro อ้างถึงในชัชวาลย์ ทัดศิริช. (2552). *บรรยากาศองค์กรและลักษณะของบุคคลที่
เอื้อต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้*
- W.G.cochran อ้างถึงในกัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2).*
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Zeithaml (1998) อ้างถึงในภวัต วรรณพิณ. (2554). *การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True
Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย*

ภาคผนวก

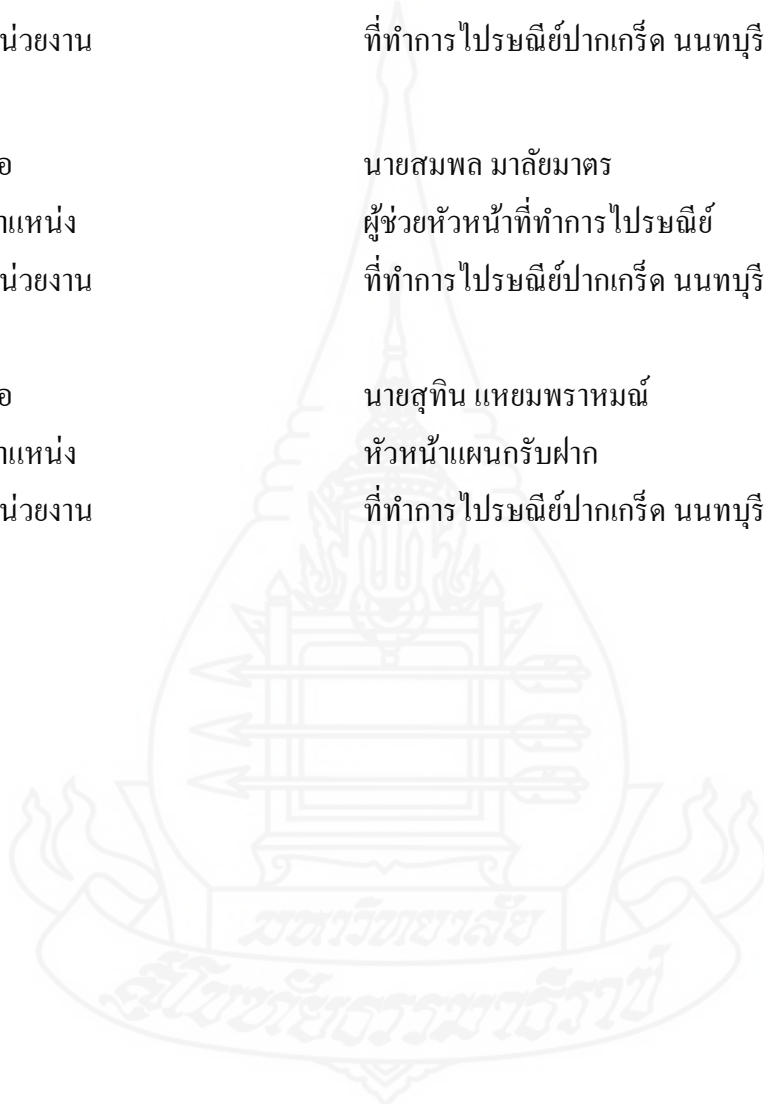


ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

1. ชื่อ นายอร่าม รัตนวิจิตร
ตำแหน่ง หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์
หน่วยงาน ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด นนทบุรี
2. ชื่อ นายสมพล มาณีมาตร
ตำแหน่ง ผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์
หน่วยงาน ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด นนทบุรี
3. ชื่อ นายสุทิน แหยมพราหมณ์
ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกรับฝาก
หน่วยงาน ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด นนทบุรี



ภาคผนวก ข

ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง



**ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
(Index of Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม**

เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อ | ข้อคำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC | ผลการประเมิน |
|-----|----------------------|--------------|---|---|---------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | | |
| 1 | เพศ | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |
| 2 | อายุ | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |
| 3 | สถานภาพการสมรส | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |
| 4 | ระดับการศึกษา | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |
| 5 | อาชีพ | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |
| 6 | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 1 | 1 | 1 | 1 | สอดคล้อง |

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

| รายการขอความคิดเห็น | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC | ผลการประเมิน |
|--|--------------|---|---|---------|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| ด้านรูปลักษณ์ | | | | | |
| 1. พนักงานไปรษณีย์แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 2. พนักงานไปรษณีย์ มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 3. พนักงานไปรษณีย์ ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็นของลูกค้า | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 4. เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ | 1 | 0 | 1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | | | | | |
| 5. มีคุณภาพในการรับฝาก-ส่งสิ่งของเป็นที่ยอมรับ ทั่วไป | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 6. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 7. มีการให้บริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง | 1 | 0 | 1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 8. การให้บริการมีความชำนาญ สามารถชี้แจง/ตอบ ข้อซักถามได้ชัดเจน | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| ด้านการตอบสนองลูกค้า | | | | | |
| 9. ระยะเวลาการรับบริการอยู่ในระดับที่สามารถ ยอมรับได้ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 10. ขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน | 1 | 0 | 1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 11. มีจำนวนบุคลากรที่ให้บริการเกี่ยวกับการรับ ฝาก-ส่งสิ่งของอย่างเพียงพอ | 1 | 1 | 0 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 12. พนักงานไปรษณีย์ มีความพร้อมที่จะให้บริการ แก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |

| รายการขอความคิดเห็น | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC | ผลการประเมิน |
|---|--------------|---|---|---------|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | | | | | |
| 13. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 14. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 15. พนักงานไปรษณีย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 16. พนักงานไปรษณีย์ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี โดยสม่ำเสมอ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | | | | | |
| 17. พนักงานไปรษณีย์ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายละเอียดอย่างเท่าเทียมกัน | 1 | 0 | 1 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 18. พนักงานไปรษณีย์ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 19. พนักงานไปรษณีย์สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น บริการใดที่ลูกค้าใช้บริการบ่อย | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 20. ไปรษณีย์ถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | | | | | |
| 21. มีความสะดวกสบายและสะอาดเรียบร้อย ของสถานที่ให้บริการ | 1 | 1 | 0 | 0.67 | สอดคล้อง |
| 22. มีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่างๆของทำการ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 23. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 24. มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ฯลฯ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ/สิ่งที่ควรปรับปรุงในการพัฒนาคุณภาพบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านต่างๆ

| รายการขอความคิดเห็น | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC | ผลการ ประเมิน |
|--|--------------|---|---|------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | | | | | |
| 1. ด้านรูปลักษณ์ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |
| 6. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | 1 | 1 | 1 | 1.00 | สอดคล้อง |

ผลรวม IOC = 0.94



ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากท่านในคุณภาพการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยข้อมูลการตอบแบบสอบถามของท่านจะเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้ประโยชน์ต่อการวิจัยเท่านั้น เพื่อความสมบูรณ์ในการวิจัย จึงขอความกรุณาท่านให้ข้อมูลตามความจริง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : คุณภาพในการรับรู้บริการ

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 1 : คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี 2. ตั้งแต่ 25-39 ปี
3. ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย
4. หย่าร้าง 5. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 3. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท 4. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 5. เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 – 10,000 บาท
 3. 10,001 – 15,000 บาท 4. 15,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : คุณภาพการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

| คุณภาพการให้บริการ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| | เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5) | เห็น ด้วย มาก (4) | เห็น ด้วย ปาน กลาง (3) | เห็น ด้วย น้อย (2) | เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| 7. ด้านรูปลักษณ์ | | | | | |
| 7.1 พนักงานไปรษณีย์แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย | | | | | |
| 7.2 พนักงานไปรษณีย์ มีอัธยาศัยไมตรี มีความพร้อมและ เต็มใจให้บริการ | | | | | |
| 7.3 พนักงานไปรษณีย์ ยินดีรับฟังคำแนะนำ ความคิดเห็น ของลูกค้า | | | | | |
| 7.4 เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ | | | | | |
| 8. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ | | | | | |
| 8.1 มีคุณภาพในการรับฝาก-ส่งสิ่งของเป็นที่ยอมรับทั่วไป | | | | | |
| 8.2 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย | | | | | |
| 8.3 มีการให้บริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง | | | | | |
| 8.4 การให้บริการมีความชำนาญ สามารถชี้แจง/ตอบข้อ ซักถามได้ชัดเจน | | | | | |

| คุณภาพการให้บริการ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| | เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5) | เห็น ด้วย มาก (4) | เห็น ด้วย ปาน กลาง (3) | เห็น ด้วย น้อย (2) | เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| 9. ด้านการตอบสนองลูกค้า | | | | | |
| 9.1 ระยะเวลาการรับบริการอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ | | | | | |
| 9.2 ขั้นตอนการรับบริการชัดเจน ไม่ซับซ้อน | | | | | |
| 9. ด้านการตอบสนองลูกค้า (ต่อ) | | | | | |
| 9.3 มีจำนวนบุคลากรที่ให้บริการเกี่ยวกับการรับฝาก-ส่ง สิ่งของอย่างเพียงพอ | | | | | |
| 9.4 พนักงานไปรษณีย์ มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ ลูกค้าได้ทันเวลาที่ | | | | | |
| 10. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ | | | | | |
| 10.1 มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า | | | | | |
| 10.2 ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ | | | | | |
| 10.3 พนักงานไปรษณีย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่สามารถให้ คำแนะนำ และตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง | | | | | |
| 10.4 พนักงานไปรษณีย์ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดย สม่ำเสมอ | | | | | |
| 11. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล | | | | | |
| 11.1 พนักงานไปรษณีย์ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละ รายละเอียดอย่างเท่าเทียมกัน | | | | | |
| 11.2 พนักงานไปรษณีย์ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี | | | | | |
| 11.3 พนักงานไปรษณีย์สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น บริการใดที่ลูกค้าใช้บริการบ่อย | | | | | |
| 11.4 ไปรษณีย์ถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่สุด | | | | | |

| คุณภาพการให้บริการ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| | เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5) | เห็น ด้วย มาก (4) | เห็น ด้วย ปาน กลาง (3) | เห็น ด้วย น้อย (2) | เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1) |
| 12. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | | | | | |
| 12.1 มีความสะดวกสบายและสะอาดเรียบร้อย ของสถานที่ ให้บริการ | | | | | |
| 12.2 มีป้ายบอกจุดบริการและแผนกต่างๆของที่ทำการ | | | | | |
| 12.3 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการพร้อม สะอาด และครบถ้วน | | | | | |
| 12.4 มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ฯลฯ | | | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ/สิ่งที่ควรปรับปรุงในการพัฒนาคุณภาพบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านต่างๆ

ด้านรูปลักษณ์

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ด้านการตอบสนองลูกค้า

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....

“ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม”

ประวัติผู้ศึกษา

| | |
|-------------------|---|
| ชื่อ | นางสาวศิวริน สิ้นเสาวภาคย์ |
| วัน เดือน ปี เกิด | 14 กันยายน 2531 |
| สถานที่เกิด | จังหวัดภูเก็ต |
| ประวัติการศึกษา | อักษรศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ.2553 |
| สถานที่ทำงาน | บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี) |
| ตำแหน่ง | พนักงานไปรษณีย์ ระดับ 4 |

