



ปัจจัยในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน อำเภอสамพราน Factors Affecting the Selection of Express Service in the Area of Samphantharak

สุนทรี พุฒิวร*

Suntaree Puttiworn

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

Collage of logistics and supply chain, Suan sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300 Thailand

*Corresponding author e-mail: Suntaree.pu@ssru.ac.th, chokun_nuna@hotmail.com

(Received: October 19 2020; Revised: July 15 2021; Accepted: September 20 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มเดียว (One - Sample T Test) และประชากรมากกว่าสองกลุ่ม (one way anova) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนไม่ระบุ ความถี่ในการใช้บริการ 2-4 ครั้ง ต่อเดือน ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งทั่วไปค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 0-100 บาท ต่อครั้ง ประเภทการให้บริการส่งสินค้าบุคคลถึงบุคคลช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการช่วงเช้า (08:00-11:30 น.) และปัจจัยส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน อำเภอสамพราน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลด้านการสร้างรายได้ และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการ ปรากฏว่าส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดโฆษณาที่น่าสนใจมากกว่านี้ ควรเพิ่มรถในการจัดส่งสินค้าให้มากกว่านี้ ระบบ Call Center ควรมีคู่สายมากกว่านี้ ควรมีแอปพลิเคชันในการติดตามสินค้า

ผลการทดสอบ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน อำเภอสамพราน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน อำเภอสамพราน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

คำสำคัญ : ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ, โลจิสติกส์, การขนส่ง



Abstract

The purpose of this research are to study postal service use behavior, factors affecting postal delivery services, and opinions of postal service users based on private company case studies. The 400 people were selected as the sample group. The tool used in this research is a questionnaire. The data analysis used in this study was frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, one-sample t-test as a statistical hypothesis test, and one-way ANOVA.

The results showed that most respondents were female company staff aged between 21 and 30 with unspecified monthly income. The frequency of postal service use was 2 to 5 times a month. The product types with general delivery services cost 0 to 100 baht a time. The time between 8 am to 11.30 am was the usual postal services hours used in this area. The factors of postal service use at the private postal company in am Phran District with included products, costs, channels of distribution personnel, physical presentation and process were found at the high level. The factors of marketing promotion were found at the moderate level. The results about the postal services recommendations and suggestions showed that most service users needed more interesting advertisements, more vehicles for parcel delivery, more telephone lines at the call center, and more product tracking applications.

The different personal factors related to gender, age, and income did not affect the postal service use selection at the private postal service company in Sam Phran District showing no statistically significant difference at the level of 0.05. The factor related to occupations affected the postal services use selection at the private postal service company in Sam Pharn District showing statistically significant difference at the level of 0.5.

Keywords : Factors in choosing to use the service, Logistics, transportations



บทนำ

การขนส่ง (Transportation) เป็นอุปสงค์ต่อเนื่อง (Derived Demand) ทำให้เกิดเกิดการค้าขายแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างผู้ขาย ผู้ซื้อ การขนส่งจึงเข้ามาช่วยสนับสนุนการค้าขายให้สามารถส่งสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เมื่อมีการค้าเกิดขึ้นย่อมมีการขนส่งตามมาเป็นอุปสงค์ต่อเนื่องกัน หากแนวโน้มธุรกิจการค้าในตลาดเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการสินค้าทางไปรษณีย์เพิ่มขึ้นตามลำดับ การขนส่งย่อมทวีความสำคัญมากตามไปด้วย การขนส่งมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด และกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ จนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย มีทั้งสินค้าเร่งด่วน สินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งในปัจจุบันวิวัฒนาการของการค้าขายเป็นรูปแบบเสรีมากขึ้น นอกจากนี้การขนส่งยังต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องขนส่งให้ถูกที่ถูกเวลาและทันต่อความต้องการ ให้ได้รับการบริโภคสินค้าถูกที่ถูกเวลาถูกตัวบุคคล

ในช่วงเวลา 3-5 ปีที่ผ่านมา ตลาดการขนส่งทางไปรษณีย์เพิ่มสูงขึ้น ตลาดขนส่งพัสดุรายย่อยในไทยเติบโตไม่ต่ำกว่า 10-20% ต่อปี โดยปัจจุบันมีมูลค่ากว่า 20,000 ล้านบาท ปัจจัยสำคัญมาจากการขยายตัวธุรกิจ E-Commerce ในรูปแบบค้าปลีกค้าส่ง ที่ในแต่ละปีเติบโตสูงถึง 30% โดยทุกวันนี้มีมูลค่า 700,000 ล้านบาท เมื่อการค้าออนไลน์ขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วนมีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดบริษัทขนส่งรายย่อยซึ่งเป็นบริษัทเอกชน เกิดขึ้นเพื่อแบ่งส่วนตลาดมากมาย

บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน นับเป็นผู้ให้บริการหน้าใหม่ที่สุด นื่องใหม่ไฟแรงซึ่งการจัดตั้งจากเป็นความร่วมมือกันระหว่าง ABC กับ บริษัท ผู้ให้บริการขนส่งรายใหญ่ในต่างประเทศ เปิดเป็นบริการขนส่งพัสดุย่อยแบบเร่งด่วน (Small Parcel Delivery) ทั้งในรูปแบบ B2B (ธุรกิจ ถึง ธุรกิจ) B2C (ธุรกิจ ถึง ผู้บริโภค) และ C2C (ผู้บริโภค ถึง ผู้บริโภค) โดยจะขยายพื้นที่การให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศไทย มีสโลแกน Delivery for service and Happiness with quality to you เราพร้อมส่งมอบความสุข ให้ลูกค้าของเราทุกคน วางใจได้ทั้งเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน

ขอบเขตโครงการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน อำเภอสามพราน โดยผู้จัดทำวิจัยได้แบ่งขอบเขตการทำวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตร W.G.COCHRAN (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร และใช้การสุ่มแบบการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการแจกแบบสอบถาม ณ สถานที่ทำการของบริษัทขนส่งพัสดุไปรษณีย์ 6 สาขา

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา

พื้นที่ที่ศึกษา คือ บริษัท ไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน จำนวน 6 สาขา ได้แก่

1. สาขา 1 ต.บางกระทิก
2. สาขา 2 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ต.กระทุ่มล้ม
3. สาขา 3 Express อ.สามพราน
4. สาขา 4 บ้านใหม่ อ.สามพราน
5. สาขา 5 ต.ยายชา อ.สามพราน
6. สาขา 6 ถ.พุทธมณฑลสาย 7 ต.ท่าตลาด

ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา

ในการทำวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 จนถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน
3. ได้ทราบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการส่งไปรษณีย์ ภัณฑ์ศึกษาบริษัทเอกชน



กรอบแนวความคิด



สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ให้บริการบริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การสร้างแบบสอบถามมีส่วนประกอบด้วยกัน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - list)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ ลักษณะเป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำผลจากการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Alpha Coefficient) ด้วยวิธีการครอนบัคแอลฟา (Cronbach Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.905 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น

ในระดับที่ยอมรับได้จึงนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลกับประชากร 400 คน จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ในการไปใช้บริการขนส่ง ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ประเภทการให้บริการส่งสินค้า ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มเดียว (One-Sample T test) และประชากรมากกว่าสองกลุ่ม (One-Way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา การบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)



ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ส่วนใหญ่เป็นอายุช่วง (21-30 ปี) คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาอันดับสองเป็นอายุช่วง (31-40 ปี) รองลงมาอันดับสามเป็นช่วงอายุช่วง (ต่ำกว่า 18 ปี) อันดับสี่เป็นช่วงอายุ (40 ปีขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาอันดับสองอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาอันดับสามนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาอันดับสี่ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และรองลงมาอันดับที่ห้าอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนไม่ระบุ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงอันดับหนึ่งต่ำกว่า (10,000 บาท) จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงอันดับสาม (10,000-20,000 บาท) จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาอันดับสี่ (20,001-30,000 บาท) จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาอันดับห้า (30,000 บาทขึ้นไป) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความถี่ในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ วิทยาลัยการศึกษารัชมังคลาภิเษก (2-4 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาอันดับสอง (1 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาอันดับสาม (5-6 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ

รองลงมาอันดับสี่ (มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ส่วนใหญ่ประเภทสินค้าที่ใช้บริการบริการส่งไปรษณีย์ วิทยาลัยการศึกษารัชมังคลาภิเษก ของทั่วไป จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาอันดับสอง สิ่งของมีค่า จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาอันดับสาม เอกสาร จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมาอันดับสี่ อื่น ๆ โปรดระบุ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการให้บริการส่งไปรษณีย์ วิทยาลัยการศึกษารัชมังคลาภิเษก (0-100 บาทต่อครั้ง) จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาอันดับสอง (101-200 บาทต่อครั้ง) จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาอันดับสาม (201-300 บาทต่อครั้ง) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาอันดับสี่ (300 บาทขึ้นไปต่อครั้ง) จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และรองลงมาอันดับที่ห้า (อื่น ๆ โปรดระบุ) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ส่วนใหญ่ประเภทการใช้บริการส่งสินค้า บุคคลถึงบุคคล จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาอันดับสอง ธุรกิจถึงบุคคล จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาอันดับสาม ธุรกิจถึงธุรกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รองลงมาอันดับสี่ บุคคลถึงธุรกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และรองลงมาอันดับที่ห้า อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ส่วนใหญ่ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการส่งไปรษณีย์ วิทยาลัยการศึกษารัชมังคลาภิเษก ช่วงเช้า (08.00-10.30 น.) จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาอันดับสอง ช่วงสาย (10.30-12.30 น.) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาอันดับสาม ช่วงบ่าย (12.31-14.30 น.) จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาอันดับสี่ ช่วงเย็น (14.31-16.30 น.) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และรองลงมาอันดับที่ห้า อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ วิทยาลัยการศึกษารัชมังคลาภิเษก ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. ท้นเวลาที่กำหนด	4.19	0.85	มาก	1*
2. มีบริการที่ได้มาตรฐาน	4.07	1.66	มาก	2
3. บริการดีเหมือนกันทุกครั้ง	3.86	0.89	มาก	4
4. พนักงานมีคำแนะนำเพื่อให้เข้าใจง่าย	3.81	0.89	มาก	5
5. สินค้าที่ส่งมีสภาพสมบูรณ์	3.90	0.82	มาก	3
ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์	3.96	0.76	มาก	



จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.81-4.19) ซึ่งสามารถเรียงลำดับ

ค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 ท้นเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.19$)

ลำดับที่ 2 มีการบริการที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.07$)

ลำดับที่ 3 สินค้าสภาพสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.90$)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.89	0.83	มาก	1*
2. ราคาบรรจุหีบห่อไม่แพงเกินไป	3.88	0.86	มาก	2
3. ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	3.86	0.84	มาก	3
ภาพรวม	3.87	0.78	มาก	

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.86-3.89) ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย

จากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 3.89$)

ลำดับที่ 2 ราคาบรรจุหีบห่อไม่แพง ($\bar{X} = 3.88$)

ลำดับที่ 3 ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น ($\bar{X} = 3.86$)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. เดินทางสะดวก	4.14	4.25	มาก	1*
2. มีสาขาใกล้บ้าน	3.55	1.02	มาก	2
3. มีสาขาเพียงพอในการให้บริการ	3.51	1.00	มาก	3
ภาพรวม	3.73	1.72	มาก	

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการบริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.51-4.14) ซึ่งสามารถ

เรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 เดินทางสะดวก ($\bar{X} = 4.14$)

ลำดับที่ 2 มีสาขาใกล้บ้าน ($\bar{X} = 3.55$)

ลำดับที่ 3 มีสาขาเพียงพอในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.51$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. น่าสนใจ	3.19	1.14	ปานกลาง	3
2. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.26	1.16	ปานกลาง	2
3. มีช่วงโปรโมชั่น	3.18	1.13	ปานกลาง	4
4. มีการส่งเสริมการตลาดหลากหลาย	3.30	1.15	ปานกลาง	1*
ภาพรวม	3.23	1.08	ปานกลาง	



จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.18-3.30) ซึ่งสามารถเรียงลำดับ

ค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 มีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย

($\bar{X} = 3.30$)

ลำดับที่ 2 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.26$)

ลำดับที่ 3 น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.19$)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. การแต่งกายของพนักงาน	4.22	2.15	มาก	1*
2. การช่วยเหลือและแก้ปัญหา	4.11	0.82	มาก	2
3. มารยาทของพนักงาน	4.04	0.87	มาก	4
4. บุคลิกและสีหน้าท่าทางที่แสดงออก	4.09	0.81	มาก	3
ภาพรวม	4.12	0.91	มาก	

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (4.04-4.22) ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย

จากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 การแต่งกาย ($\bar{X} = 4.22$)

ลำดับที่ 2 การช่วยเหลือและแก้ปัญหาอย่าง ($\bar{X} = 4.11$)

ลำดับที่ 3 บุคลิกและสีหน้าท่าทางที่แสดงออก

($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. เห็นแหล่งที่ตั้งได้ง่าย	3.90	1.05	มาก	1*
2. บรรยากาศสถานที่มีความสวยงาม	3.82	0.94	มาก	3
3. มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	3.69	1.03	มาก	4
4. สถานที่มีความสะอาด	3.85	0.90	มาก	2
ภาพรวม	3.82	0.87	มาก	

จากตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.69-3.90)

ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 เห็นแหล่งที่ตั้งได้ง่าย ($\bar{X} = 3.90$)

ลำดับที่ 2 สถานที่มีความสะอาด ($\bar{X} = 3.85$)

ลำดับที่ 3 บรรยากาศสถานที่มีความสวยงาม ($\bar{X} = 3.82$)

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	จัดอันดับ
1. ขั้นตอนไม่ซับซ้อน	3.90	0.88	มาก	2
2. ระบบติดตามของสินค้ามีความถูกต้อง	3.93	0.88	มาก	1*
ภาพรวม	3.91	0.86	มาก	



จากตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (3.90-3.93) ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

*ลำดับที่ 1 ระบบติดตามของสินค้ามีความถูกต้อง

($\bar{X} = 3.93$)

ลำดับที่ 2 ขั้นตอนซับซ้อน ($\bar{X} = 3.90$)

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1

ผู้ให้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติที่ 1

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนต่างกัน

ตารางที่ 8 แสดงค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	0.528
ด้านราคา	0.339
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.332
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.192
ด้านบุคคล	0.053
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ	0.534
ด้านกระบวนการ	0.831
ภาพรวมระดับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน	0.177

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า ระดับค่า

แรงจูงใจในการเลือกใช้บริการบริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนในภาพรวมไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนของข้อความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนโดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน โดยมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ	จำนวน
1. ควรมีการจัดโฆษณาที่น่าสนใจมากกว่านี้	1
2. ควรเพิ่มรถในการจัดส่งสินค้าให้มากกว่านี้	1
3. ระบบ call center ควรมีคู่สายมากกว่านี้	1
4. ควรมีแอปพลิเคชันในการติดตามสินค้า	1
รวม	4



อภิปรายผลและสรุปผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอายุช่วง (21-30 ปี) คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.5 และรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 24.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการไปใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่ง คือ ของทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 0-100 บาทต่อครั้ง และส่วนใหญ่ประเภทการให้บริการส่งสินค้านั้นจะเป็นประเภทบุคคลถึงบุคคล คิดเป็นร้อยละ 52.5 ส่วนช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการนั้นเป็นช่วงเช้า (08.00-10.30 น.)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ ขนส่งสินค้าได้ทันเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.19$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ($\bar{X} = 3.89$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ เดินทางสะดวก ($\bar{X} = 4.14$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ มีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.30$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน ($\bar{X} = 4.22$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ เห็นแหล่งที่ตั้งได้ง่าย ($\bar{X} = 3.90$) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ ระบบติดตามของสินค้ามีความถูกต้องและประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.93$)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่ระบุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการไปใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน และประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่ง คือ ของทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 0-100 บาทต่อครั้ง และส่วนใหญ่ประเภทการให้บริการส่งสินค้านั้นจะเป็นประเภทบุคคลถึงบุคคล ส่วนช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการนั้นเป็นช่วงเช้า (08.00-10.30 น.)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ ขนส่งสินค้าได้ทันเวลาที่กำหนด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ เดินทางสะดวก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ มีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน ด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อปรากฏว่าลำดับที่ 1 ได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน ผลการศึกษาข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกใช้ไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชน

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการส่งไปรษณีย์ กรณีศึกษาบริษัทเอกชนดังนี้

- ลำดับที่ 1 ควรมีการจัดโฆษณาที่น่าสนใจมากกว่านี้
- ลำดับที่ 2 ควรเพิ่มรถในการจัดส่งสินค้าให้มากกว่านี้
- ลำดับที่ 3 ระบบ call center ควรมีคู่สายมากกว่านี้
- ลำดับที่ 4 ควรมีแอปพลิเคชันในการติดตามสินค้า



ข้อเสนอแนะของการวิจัย

ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการส่งพัสดุไปรษณีย์ของภาครัฐและภาคเอกชนควบคู่กันเพื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมในเขตพื้นที่เดียวกัน เพื่อศึกษาข้อดีข้อด้อย และนำผลที่ได้มาเผยแพร่เพื่อให้ทั้งภาครัฐและเอกชนปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น. จังหวัดขอนแก่น.
- นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช. (2559). ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศเคอรี่เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสยาม. จังหวัดกรุงเทพมหานคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2013). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ไพโรพญา ศรีเสน. (2544). ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- รัตติญา สิทธิศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเอสแอนด์พีของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- วิจิตรวาทะ ประเสริฐธรรม. (2556). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. กรุงเทพมหานคร.
- วัลดา บินชาเร็น. (2543). ความพึงพอใจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่อการให้บริการงานทะเบียนหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ประชาชน จำกัด.
- Duangjai Jandasang. (2015). Factors affecting the service of transportation use outbound freight case study of operators Bangkok, 52-67.
- Chitpong Ayasanond. (2016). "Using a Lean Management to Explore the Service Touch Point and Outpatient Satisfaction (The case of Yanhee International Hospital, Bangkok Thailand).