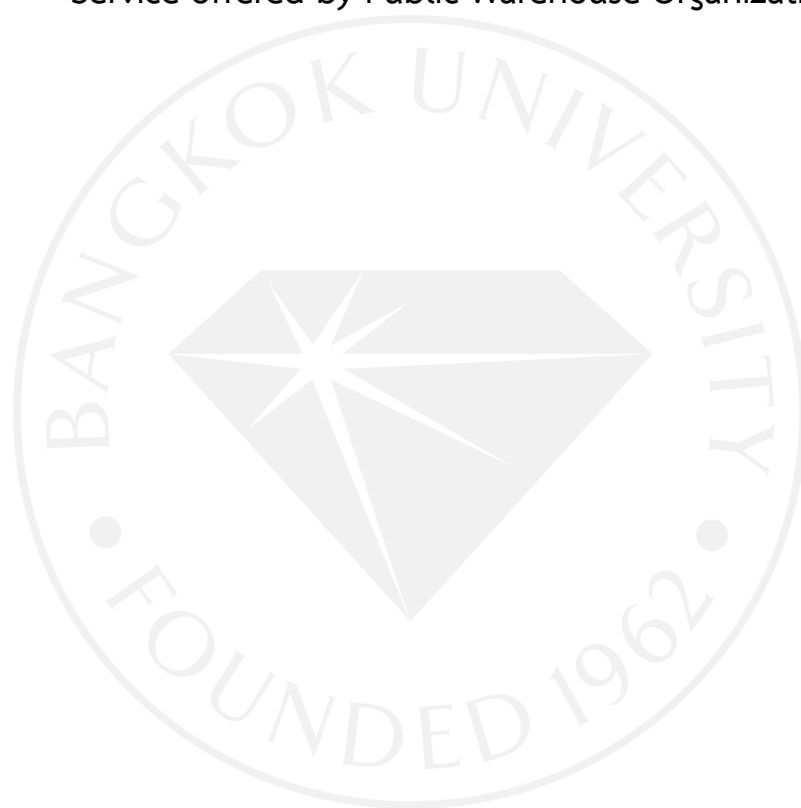


คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า

The Impact of Service Quality on Consumer's decision to Use the  
Service offered by Public Warehouse Organization



คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า

The Impact of Service Quality on Consumer's decision to Use the Service offered by  
Public Warehouse Organization



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2558



©2559

นิตยา คำสวนจิก

สงวนลิขสิทธิ์



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ผู้วิจัย นิตยา คำสวนจิก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผศ.ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี)

(ดร.คันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 ธันวาคม 2559

นิตยา คำสวนจิก. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ธันวาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า (88 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมันเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขององค์การคลังสินค้า และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมันโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมัน ที่มาใช้บริการองค์การคลังสินค้าจำนวน 276 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

จากการวิจัยพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงสี ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายส่ง อายุของบริษัท 5-10 ปี ทุนจดทะเบียนบริษัท 5-50 ล้านบาทยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558) 101-200 ล้านบาท จำนวนพนักงาน 101-200 คน โดยเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า 1-2 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่รับหลักประกันสัญญา ช่วงเวลา เวลา 9.00-11.00 น. หน่วยงานที่เลือกใช้บริการ คือ ส่วนงานการเงิน แหล่งข้อมูลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่ทางเว็บไซต์

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจใช้บริการ, องค์การคลังสินค้า

Khamsuanchik, N. M.B.A., December 2016, Graduate School, Bangkok University  
The Impact of Service Quality on Consumer's decision to Use the Service offered by  
Public Warehouse Organization (88 pp.)  
Advisor: Lokweetpun Suprawan, Ph.D.

### ABSTRACT

The research entitled "The Impact of Service Quality on Consumer's decision to Use the Service offered by Public Warehouse Organization", aims to study the feedback from mill and cassava entrepreneurs, regarding the service quality of Public Warehouse Organization which impacts their decisions to use the service. The sample for this research includes 276 mill and cassava entrepreneurs, The tool for data collection is a questionnaire and the statistical tools used for data analysis are frequency, percentage, average, standard deviation, Pearson's correlation, simple regression, and multiple regression analysis.

The study found that most respondents were males, with Bachelor's degrees and married. The majority of the respondents were mill wholesaler and cassava entrepreneurs whose companies have been established for about 5 – 10 years, with capital investment of 5 – 50 million baht and latest revenue (2015) is about 101 – 200 million baht. The average number of staff is roughly around 101 – 200 people. Majority of the respondents have used the services from Public Warehouse Organization 1 – 2 times/month with collateral agreement from 9.00 – 11.00 a.m. The unit where most respondents have used the service is financial services unit. The respondents obtain the information about Public Warehouse Organization mostly from the website.

The hypothesis testing results found that service quality components including reliability and empathy impact the decision to use the service offered by Public Warehouse Organization. Other service quality components including tangibility, responsiveness and assurance do not impact the decision to use the service offered by Public Warehouse Organization, with a statistical significance level of 0.05.

*Keywords : Service quality, Consumer's decision, Public Warehouse Organization*





## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ คำแนะนำ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยจนกระทั่งงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำความรู้ต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารองค์การคลังสินค้าทุกท่าน ที่ให้โอกาสสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัว และพี่ๆ ที่ให้การสนับสนุนและคอยส่งเสริมทางด้านการศึกษา และเป็นกำลังใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในชีวิตตลอดมา

นิตยา คำสวนจิก

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ซ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ของการวิจัย	7
1.5 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.4 กรอบแนวคิด และสมมติฐาน	24
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	28
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	30
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	29
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ องค์การคลังสินค้า	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ	41
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสรุปสมมติฐาน	48
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการวิจัย	53
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	56
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	58
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	64
ประวัติผู้เขียน	88
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : บัญชีงานร้องเรียนสำนักงานองค์การคลังสินค้า	5
ตารางที่ 3.1 : ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่า Cronbach's Alpha	28
ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.2 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	34
ตารางที่ 4.3 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	34
ตารางที่ 4.4 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสภาพสมรส	35
ตารางที่ 4.5 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างประเภทของผู้ประกอบการ	35
ตารางที่ 4.6 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างประเภทของบริษัท	36
ตารางที่ 4.7 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างอายุของบริษัท	36
ตารางที่ 4.8 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทุนจดทะเบียนบริษัท	37
ตารางที่ 4.9 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างยอดขาย/รายได้ปีล่าสุด ของบริษัท (2558)	37
ตารางที่ 4.10 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำนวนพนักงาน	38
ตารางที่ 4.11 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยรู้จักองค์การคลังสินค้า มาก่อนหรือไม่	38
ตารางที่ 4.12 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการองค์การ คลังสินค้า/เดือน	39
ตารางที่ 4.13 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจใช้บริการองค์การ คลังสินค้าจากเหตุผลใด	39
ตารางที่ 4.14 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการ องค์การคลังสินค้า	40
ตารางที่ 4.15 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การเลือกใช้บริการขององค์ การคลังสินค้าท่านเลือกใช้บริการหน่วยงานใด	40
ตารางที่ 4.16 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่ตัดสินใจเลือก ใช้บริการองค์การคลังสินค้า	41
ตารางที่ 4.17 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจุบันด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	42
ตารางที่ 4.19 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการองค์การคลังสินค้าในปัจจุบันด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)	43
ตารางที่ 4.20 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจุบันด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)	44
ตารางที่ 4.21 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)	45
ตารางที่ 4.22 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจุบันด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	46
ตารางที่ 4.23 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	47
ตารางที่ 4.24 : แสดงข้อมูลสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน	48
ตารางที่ 4.25 : การส่งผลกระทบระหว่างคุณภาพในการให้บริการการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	49
ตารางที่ 4.26 : การส่งผลกระทบระหว่างคุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้านกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	50
ตารางที่ 4.27 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	51

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	17
ภาพที่ 2.2 : กรอบแนวคิดการวิจัย	21



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การให้บริการของภาครัฐที่มีคุณภาพ จึงเป็นสิ่งที่สะท้อนสมรรถนะของการปฏิบัติงานการ ให้บริการตอบสนองความต้องการประชาชนที่เป็นลูกค้าผู้รับบริการของหน่วยงานภาครัฐ ภายใต้ รากฐานของการบริหารราชการหรือการบริหารงานภาครัฐตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management-NPM) ที่ระบบราชการของหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยรับมา เป็นกระบวนการในการขับเคลื่อนการจัดการระบบงานภาครัฐ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตามแนวคิดนี้ นอกจากแนวทางการปรับปรุงสมรรถภาพและการยกระดับกำลังการผลิตของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมี มติอยู่ที่การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) และมีการใช้ประโยชน์จาก ภาคเอกชนให้มากขึ้น การจัดการของภาครัฐแนวใหม่นั้น มีมิติสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อ การให้บริการประชาชน (Public Service Orientation) ที่มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการประชาชนที่ เป็นลูกค้าผู้มารับบริการจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นทั้งปัจเจกชน และผู้ประกอบการที่ต้องติดต่อ สัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ รัฐบาลหลายสมัยของประเทศไทยต่างได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ (ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2554 )

หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ รัฐให้สิทธิพิเศษเพื่อประกอบกิจการ ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการขั้นพื้นฐาน สาขาเกษตรกรรม จัดตั้งตลาดเพื่อให้เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายผลิตผล หรือผลิตภัณฑ์ทาง การเกษตร และอื่นๆ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ในการ ผลิต การตลาด และการรักษา ขนส่ง ตลอดจนดำเนินการส่งเสริม ปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานการผลิต ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ดำเนินการในฐานะตัวแทนของรัฐบาลและ กระทรวง ทบวง กรม เพื่อจัดหาปัจจัยการผลิต เครื่องอุปโภค บริโภค จำหน่ายให้แก่เกษตรกรในราคาอันสมควร เช่น ดำเนินการพยุงราคาผลิตผล โครงการรับจำนำเพื่อเป็นหลักประกันความเสี่ยงในการขายผลิตผล หรือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรซึ่งพืชที่รัฐบาลรับจำนำมีอยู่ 3 ชนิด ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ โดยมี หน่วยงาน 2 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ โดยมอบหมายให้ องค์การ คลังสินค้า และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยมอบหมายให้ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (สมหญิง เจียมศักดิ์ศรี, 2533)

องค์การคลังสินค้า (อคส.) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่ ดำเนินการทางด้านธุรกิจคลังสินค้าเกษตร การค้าและธุรกิจบริการสินค้าเกษตร รวมทั้งการ ให้บริการโลจิสติกส์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล ในด้านการกำกับดูแล การรับจำนำข้าว มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลคลังสินค้า การตรวจสอบการส่งมอบ ขนย้าย สินค้า

เกษตร มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาใช้ในการจัดการข้อมูล ปริมาณสินค้าเกษตรในคลังสินค้า สัญญาซื้อขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้กับเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนด จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาและวางมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของการพัฒนาสารสนเทศ องค์การคลังสินค้า ให้สามารถเชื่อมโยงแบบบูรณาการ เพื่อสนับสนุนการสร้างธรรมาภิบาลในการบริหาร และพัฒนาคุณภาพการบริการ รวมถึงสามารถบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ มีการปฏิบัติงานให้มีความโปร่งใส มีคุณธรรม ภายใต้วิสัยทัศน์องค์การคลังสินค้าที่กำหนดว่า “เป็นองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า การดำเนินการการค้าและบริการสินค้าเกษตร ด้วยความมุ่งมั่นตามหลัก “ธรรมาภิบาล” องค์การคลังสินค้าได้พัฒนาระบบบริการให้มีความเป็นเลิศ เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนภารกิจให้บริการ ดำเนินธุรกิจคลังสินค้าเกษตรการค้า และธุรกิจบริการสินค้าเกษตรด้วยมาตรฐานอย่างมืออาชีพ การให้บริการผู้ที่มาติดต่อตามภารกิจหลักขององค์การคลังสินค้า คือ บทบาทหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิของประชาชนด้านความมั่นคงของรัฐ และยังมีบทบาทสำคัญควบคู่ไปกับภารกิจหลักอีกประการหนึ่งคือ เป็นผู้ให้บริการแก่ผู้มาติดต่อ ต้องตระหนักถึงความสำคัญในฐานะผู้ให้บริการ โดยต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกและความต้องการของผู้มารับบริการ รวมทั้งเป้าหมายการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ และ มุ่งการปฏิบัติราชการโดยเน้นความโปร่งใส เป็นธรรม ในด้านการให้บริการ ดังนั้น จึงได้กำหนดให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (องค์การคลังสินค้า, 2555)

ด้วยสภาพการเปลี่ยนแปลงตามกระแสความเจริญทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความเข้มแข็งภาคธุรกิจ และภาคเอกชน องค์การคลังสินค้าจึงได้มีการพัฒนาสำนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และเพิ่มเติมขยายรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น โดยนำระบบคอมพิวเตอร์มาสนับสนุนในการพัฒนาระบบงานของสำนักงาน ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการให้บริการผู้ประกอบการ ด้านการจำหน่ายข้าวสาร และมันสำปะหลังในสต็อกของรัฐบาล เป็นผลให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และทันต่อความต้องการของผู้ประกอบการ และจัดให้มีการให้บริการเพิ่มขึ้นจากภารกิจปกติ เช่น โครงการทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร โครงการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ในสำนักงาน โครงการขอคืนหลักประกันสัญญาในการเข้าร่วมโครงการต่างๆ โครงการบริการจัดการติดตามความคับหน้า (Customer Relationship Management หรือ CRM) ให้บริการผู้ประกอบการที่มาขอรับคำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และตรวจสอบสถานะความคับหน้าได้ รวมทั้งได้มีการปรับปรุงระบบงานให้มีความทันสมัยลดขั้นตอน ลดระยะเวลา การดำเนินงาน มีการมอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติสามารถตัดสินใจเพื่อให้การทำงานสำเร็จรวดเร็วขึ้น มีความมุ่งมั่นที่จะบริการให้ผู้ประกอบการได้รับความพึงพอใจ ตามบทบาท และหน้าที่หลักคือ ภารกิจในการ



บริการงานของรัฐ และผู้ที่มาติดต่อ และสร้างรูปแบบการอำนวยความสะดวก หรือการจัดวิธีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้สามารถสร้างความเข้าใจในการบริการระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด และเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีระดับความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพตามตัวชี้วัด ร้อยละของผู้ประกอบการที่รับบริการมีความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นต่องานบริการขององค์การคลังสินค้า สำนักงานองค์การคลังสินค้าจึงเป็นหน่วยให้บริการที่มีหน้าที่โดยตรงในการตอบสนองต่อภารกิจขององค์การคลังสินค้า (องค์การคลังสินค้า, 2558ก)

องค์การคลังสินค้า เป็นหน่วยงานบริการประชาชน และผู้ประกอบการ สังกัดกระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจดำเนินธุรกิจคลังสินค้าเกษตร การค้า และธุรกิจบริการสินค้าเกษตร และภารกิจในการให้บริการ โดยองค์การคลังสินค้าได้มีการดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาระบบการให้บริการ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน ลดขั้นตอน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว อบรมเพิ่มประสิทธิภาพ ให้มีความพร้อม และมีขีดความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อให้บริการอย่างมีคุณธรรม และจริยธรรม รวมทั้งเป็นการลดภาระให้แก่ผู้ประกอบการตามหลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารที่ดี อันจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการติดต่อ และสนับสนุนผู้ประกอบการด้านธุรกิจอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศตลอดจนสอดคล้องกับการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาประเทศในภาพรวม ตามวัตถุประสงค์ในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ และประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจ และสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการ สร้างความเป็นธรรมเสมอภาค สำหรับผู้มาติดต่อขอรับบริการ แต่เนื่องด้วยภารกิจขององค์การคลังสินค้า เป็นการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการโดยทั่วไป ประกอบกับการดำเนินการเกี่ยวเนื่องด้วยข้อกฎหมาย และระเบียบแบบแผนกำหนดไว้ให้ปฏิบัติ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องเสียก่อนจึงจะดำเนินการได้ หรือมีความจำเป็นต้องระมัดระวังเป็นพิเศษเพื่อมิให้การปฏิบัติงานนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย บางครั้งจึงจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการพอสมควร เพราะการเร่งรัดการให้บริการด้วยความรีบเร่งอาจมีความผิดพลาดในทางปฏิบัติขึ้นได้ ในขณะที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการต่างมีความคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่มีมิตรไมตรีพร้อมให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง และมีความรู้เรื่องที่จะให้บริการอย่างแท้จริง (องค์การคลังสินค้า, 2556ก)

ปัจจุบันองค์การคลังสินค้า ได้พัฒนาการบริการด้านต่างๆ ให้มีความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะมาใช้บริการขององค์การคลังสินค้าได้อย่างครบวงจร มีการติดตาม และตรวจสอบสถานะความคืบหน้าได้ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น การทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร บริการขอคืนหลักประกันสัญญา บริการรับ-จ่ายค่าเช่าคลัง เป็นต้น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในเรื่องการดำเนินกิจการทางด้าน

สินค้าเกษตร ที่สนองนโยบายรัฐบาลเพื่อรักษาลูกค้า และขยายฐานลูกค้า เพื่อเพิ่มรายได้จาก ค่าธรรมเนียมจากการให้บริการมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ยังได้ดำเนินการทางด้านข้อมูลลูกค้าให้สามารถ สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าแบบเฉพาะกลุ่ม ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ประกอบกับยังได้มี ขบวนการที่จะดำเนินการพัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ และพึงพอใจให้ลูกค้าด้วย การพัฒนาระบบเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความทันสมัย และเน้นเรื่องระบบรักษาความ ปลอดภัย การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ (องค์การคลังสินค้า, 2556ค) เนื่องจาก องค์การคลังสินค้า มีการให้บริการครอบคลุม ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค พื้นที่ดังกล่าว สามารถ ตอบสนองลูกค้าได้ดีไม่ต้องเดินทางไกลสามารถติดต่อได้สะดวก และรวดเร็ว ดังนั้น การพัฒนา คุณภาพการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยการบริการที่มีคุณภาพ และบริการที่ดีเลิศอย่างเสมอ ภาค ตลอดจนให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนถูกต้อง เป็นธรรมชาติ ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ลูกค้า เห็น คุณค่าและให้เกียรติลูกค้าอยู่เสมอ ส่งผลต่อจำนวนผู้ใช้บริการให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นได้ ผู้ที่เข้ารับ บริการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า โดยดูจากเรื่องคุณภาพการบริการที่ดี คือ การเข้าถึงบริการ ได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ ความ น่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ การให้ความสำคัญแต่ละคนโดยเฉพาะความรวดเร็วในการ ให้บริการ

คุณภาพการบริการที่ดีจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของผู้รับบริการ และพฤติกรรมของผู้รับบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า ซึ่งปัจจุบัน ผู้ประกอบการโรงสี และลานมัน มาเข้ารับบริการมากขึ้น ทำให้ก่อเกิดความมั่นใจในคุณภาพ และการ บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอื่นที่ปฏิบัติตามนโยบายรัฐบาล

สำนักงานองค์การคลังสินค้า ยังคงได้รับเรื่องร้องเรียนอันเนื่องมาจาก การปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ไม่ให้บริการที่ดี การปฏิบัติงานล่าช้า การเลือกปฏิบัติ หรือการใช้อำนาจหน้าที่ในการหา ผลประโยชน์ให้ตนเอง ไม่เปิดเผยข้อมูล หรือเปิดเผยข้อมูลไม่ครบถ้วน จากการชี้แจงไม่ชัดเจน การ สื่อสารไม่ตรงกัน ตลอดจนความไม่โปร่งใสในการให้บริการ ปรากฏรายละเอียดจำนวนเรื่องร้องเรียน ตามตารางบัญชีงานร้องเรียน

ตารางที่ 1.1 : บัญชีงานร้องเรียนสำนักงานองค์การคลังสินค้า

รายการ	ปีงบประมาณ	จำนวนเรื่องร้องเรียน
เรื่องร้องเรียน	2555	14
เรื่องร้องเรียน	2556	16
เรื่องร้องเรียน	2557	22
เรื่องร้องเรียน	2558	28

ที่มา : องค์การคลังสินค้า. (2558ข). *ศูนย์บริการประชาชน*. กรุงเทพฯ : แผนพัฒนาองค์กร.

จากสถิติเรื่องร้องเรียนของสำนักงานองค์การคลังสินค้า 4 ปี ย้อนหลังปรากฏเรื่องราวร้องเรียนที่เกิดจากความไม่เข้าใจ การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้มาติดต่อไม่ถูกต้อง ซึ่งเรื่องราวการร้องเรียนของผู้ประกอบการจึงมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อมั่นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ความคิดเห็น มุมมอง ของผู้มาใช้บริการอาจทำให้สำนักงานองค์การคลังสินค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในการใช้บริการในครั้งต่อไป และสามารถใช้วัดระดับความสำเร็จของคุณภาพการให้บริการ โดยมีความมุ่งมั่นที่จะบริการให้ผู้ประกอบการได้รับความพึงพอใจตามวิสัยทัศน์ ดังนั้นการวิจัยศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า จึงเป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสามารถนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของการบริการ จะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น และช่วยให้ผู้บริหารรับรู้ได้โดยเร็วถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอย่างต่อเนื่อง (องค์การคลังสินค้า, 2556ข )

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องมีงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัดชลบุรี งานวิจัยของสิทธิชัย บำเพ็ญเพียร (2557) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี งานวิจัยของ กมลรัตน์ โรจนกูร (2550) ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขา สบตุ้ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง งานวิจัยของปวีณา คชสาร (2552) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี งานวิจัยของนพพร สะไบบาง (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาแม่ใจ งานวิจัยของอภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ (2554) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต

จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยของกมนวรรณ มั่นมาก (2556) ศึกษาเรื่องคุณภาพ การบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยของภัทรา ภัทรมโน (2556) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี งานวิจัยของนิติพงษ์ เนตรระกาศ (2550) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานการประปาพญา จังหวัดชลบุรี

ดังนั้นผู้ทำวิจัยพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการของธนาคาร คุณภาพการบริการ ของการไฟฟ้า คุณภาพการบริการโรงพยาบาล คุณภาพการบริการของโทรศัพท์ คุณภาพการบริการ ของโรงแรม คุณภาพการบริการเกี่ยวกับน้ำ ซึ่งผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการของรัฐที่ เกี่ยวกับสินค้าเกษตร ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการองค์การคลังสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชนสามารถนำข้อมูล ที่ศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ผู้รับบริการมีความประทับใจในระหว่างเข้า รับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมัน เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการขององค์การคลังสินค้า
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ของผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมัน

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้โดยเลือกวิธีการสำรวจด้วย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรการวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมัน ที่เข้าร่วมโครงการรับจำนำสินค้าเกษตรขององค์การคลังสินค้า จำนวนทั้งสิ้น 900 ราย เนื่องจากองค์การคลังสินค้ามีหน้าที่ต้องสนองงานนโยบายการแทรกแซงสินค้าเกษตรจาก รัฐบาล เพราะปัญหาสินค้าเกษตรตกต่ำ โครงการรับจำนำสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ขององค์การ คลังสินค้าดำเนินการเกี่ยวกับข้าวและมันเป็นหลักจึงเลือกผู้ประกอบการ 2 กลุ่ม นั้น ส่วน ผู้ประกอบการกลุ่มน้ำมันปาล์ม ข้าวโพด มีจำนวนน้อยและปัจจุบันไม่ได้ ดำเนินการแทรกแซงราคา แล้ว (องค์การคลังสินค้า, 2558ค)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (สุทธานุ ศรีไสย์, 2551) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ ร้อยละ 95 โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 ราย ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976)

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการกับการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ คือ ด้านคุณภาพบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangible)
2. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (responsiveness)
4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ (assurance)
5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (empathy)

ตามทฤษฎี Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ได้อธิบายถึงเครื่องมือคุณภาพการบริการ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ตามทฤษฎี (บุษกร คำคง, 2542) ได้อธิบายถึงวิธีการที่ผู้ใช้บริการตัดสินใจ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย เดือนพฤศจิกายน 2558 – ธันวาคม 2559

#### 1.4 ประโยชน์ของการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในของ องค์การคลังสินค้า เช่น สำนักนโยบายรัฐบาล (ส่วนงานจำหน่ายนโยบาย ส่วนงานพื้นที่ 1-4) สำนักการเงิน เป็นต้น สามารถนำผลเรื่อง คุณภาพในการให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการ หรือความปรารถนาของลูกค้าได้มากขึ้น

2. หน่วยงานรัฐบาล และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสามารถนำผลเรื่อง คุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปใช้ในการหาแนวทางปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพด้านคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

3. ข้อมูลที่ได้สามารถเป็นข้อมูลให้กับผู้สนใจหรือกำลังทำการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปต่อยอดเชิงวิชาการให้กับผู้ที่สนใจในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการ

## 1.5 นิยามคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**องค์การคลังสินค้า** หมายถึง องค์การคลังสินค้า (อคส.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่สังกัดอยู่ในกระทรวงพาณิชย์ เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านบริหารคลังสินค้า การค้า และการบริการสินค้าเกษตรด้วยความมุ่งมั่นตามหลักธรรมาภิบาล ดำเนินธุรกิจการค้า คลังสินค้า และธุรกิจบริการสินค้าเกษตรด้วยมาตรฐานอย่างมืออาชีพ เป็นธุรกิจหลักรวมทั้งการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า บริหารจัดการงานนโยบายรัฐ เพื่อรักษาสมดุลทั้งปริมาณ และราคาสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความโปร่งใส มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง สร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม และพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องให้มีมาตรฐานสากล

**คุณภาพการบริการ** หมายถึง ประสิทธิภาพโดยรวมของการดำเนินงานตาม มาตรฐานและมีความสม่ำเสมอ ในการตอบสนองตามความต้องการ และความคาดหวัง ของผู้รับบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้า

**ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)** หมายถึง สำนักงานองค์การคลังสินค้า มีเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์มีความทันสมัย ตัวอาคาร การตกแต่งภายนอกและภายในของสถานที่ให้บริการมีความสวยงามเข้าใช้สะดวก และป้ายบอกรายละเอียดต่างๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน

**ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)** หมายถึง การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ สามารถตรวจสอบได้ มีการให้บริการในระยะเวลาที่เหมาะสม และ พนักงานที่ให้บริการสามารถให้บริการทันตามเวลาที่กำหนด มีความถูกต้องในการทำสัญญาและการบันทึกข้อมูลในระบบเกิดข้อผิดพลาดในการทำสัญญาน้อย สามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ในทุกระบวนการ

**การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness)** หมายถึง ผู้ให้บริการมีการแจ้งให้ผู้รับบริการทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ ให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว ผู้ให้บริการสามารถให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการได้ตรงตามที่ต้องการ และผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

**การสร้างเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance)** หมายถึง สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการ ทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อมารับบริการ ผู้ให้บริการมีกิจกรรมอาสาสุภาพอ่อนโยนและเป็นมิตร และผู้ให้บริการ สามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

**ความเห็นอกเห็นใจ** หมายถึง เจ้าหน้าที่สำนักงานองค์การคลังสินค้า ผู้ให้บริการคอยเอาใจใส่ และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ เข้าใจถึงความต้องการแต่ละอย่างของผู้รับบริการ

การตัดสินใจ หมายถึง ขั้นตอนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 สมมติฐานและกรอบแนวคิด

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Kotler (1994) กล่าวว่า คุณภาพบริการตามแนวทางการตลาดในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกันหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิม เมื่อผู้รับบริการมารับบริการก็จะเปรียบเทียบสิ่งที่ตนได้รับบริการกับสิ่งที่คาดหวังไว้ถ้าผลพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นน้อยกว่าที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจ และจะไม่กลับมาใช้บริการอีกในทางตรงกันข้ามถ้าบริการที่ได้รับจริงเท่ากันหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังไว้ผู้รับบริการจะเกิดความพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก ดังนี้

คุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัตินี้ คุณลักษณะของการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นบริการที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง และรับรู้ว่ามีความโดดเด่นหรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้เป็นที่น่าประทับใจต่อบริการนั้น ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ได้พัฒนารูปแบบของการบริการ โดยนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ ได้คำนึงถึงการยอมรับของผู้ใช้บริการในคุณภาพบริการที่ดีที่สุดคุณภาพบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของการบริการ โดยมีเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพการบริการ (Determinant of Service Quality) 10 ประการ ได้แก่

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้นั้นจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำ และเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ บริการทุกครั้งต้องได้ผลเช่นเดิมทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณให้บริการพึงได้

2. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ของ



ผู้ให้บริการได้ทันเวลาที่ เช่น องค์กรคลังสินค้ามีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ มีความพร้อมในการให้บริการ เป็นไปอย่างรวดเร็ว สามารถจัดบริการได้ตามความต้องการอย่างเหมาะสม มีการสื่อสารที่ดี ในการชี้แจงการให้บริการทุกครั้งเป็นต้น

3. สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ความสามารถในการบริการ สามารถแสดงให้เห็นให้ผู้ใช้บริการได้ประจักษ์ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เช่น เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในด้านเอกสาร ในขณะที่บุคคลอื่น ๆ ต้องมีความรู้ความสามารถในสาขาของตน และสามารถนำ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการให้บริการอย่างเต็มที่

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้ใช้บริการจะต้องเข้าถึงบริการที่ให้ได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ ระเบียบไม่มากมายซับซ้อนเกินไป บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวก การบริการเป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ การบริการเป็นไปอย่างเสมอภาคเป็นต้น

5. ความสุภาพอ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ จะต้องมีความสุภาพ ใจกว้างที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี

6. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพบริการ นอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้ว ยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่ง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ให้บริการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่างๆ และค่าเช่าคลัง เป็นต้น ซึ่งต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน เหมาะสม และเข้าใจง่าย โดยอาจอยู่ในรูปของการสนทนา หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่ง สำหรับการให้บริการด้านเอกสารที่ถูกต้อง เจ้าหน้าที่สามารถบริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ และส่งผลให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น มีการพูดปากต่อปาก ความเชื่อถือของผู้มารับบริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการนั้น อาจเกิดปัจจัยเสริมอื่นๆ เช่น ชื่อเสียงขององค์กรคลังสินค้า

8. ความปลอดภัยมั่นคง (Security) ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน รวมทั้งชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่างๆ เช่น การรักษาความลับของผู้ใช้บริการ เป็นต้น

9. ความเข้าใจและรู้จักผู้ให้บริการ (Understanding /Knowing the Customer) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการ เช่น เจ้าหน้าที่สามารถจำ ชื่อลูกค้าที่มาใช้บริการได้ การมีระบบเก็บรักษาข้อมูลในอดีตของลูกค้า ซึ่งสามารถนำข้อมูลกลับมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ คุณภาพของบริการจะถูกประเมินโดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจน และง่ายขึ้น เช่น องค์การคลังสินค้าในสำนักงานสะอาด อากาศถ่ายเท มีสถานที่จอดรถเพียงพอ นอกจากนี้ยังรวมถึงการแสดงออกที่ทักทายลูกค้าอย่างเป็นมิตร การใช้รอยยิ้ม เป็นสื่อความมีอัธยาศัยไมตรี เป็นต้น

Parasuraman และคณะ (1988) ได้นำแนวคิดเกณฑ์บ่งชี้ คุณภาพการ บริการ 10 ประการ มีความซับซ้อนกัน จึงได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จากผู้ใช้ธุรกิจบริการ 5 ประเภท ซึ่งผลจากการวิจัยทำให้ได้ องค์ประกอบของคุณภาพบริการ ที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพ ใน 5 ด้าน คือ

### 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)

หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่แสดงออก ผู้ใช้บริการ และประชาชนที่รู้สึก โดยการรับรู้ได้ และสามารถสัมผัสได้ทางใจ เช่น

1.1 สิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ มีที่จอดรถเพียงพอ ปราศจากกลิ่นอับ มีเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ สิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นตัวกำหนดอย่างหนึ่งในการบริการ มีบริการน้ำดื่ม และสิ่งแวดล้อม ในทางกายภาพ คือ ภายในตัวอาคาร ควรมีทางเดินที่สะอาด มีการระบายอากาศดี ไม่มีกลิ่นเหม็น มีแสงสว่างเพียงพอ (กรมอนามัยและสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุข, 2541)

1.2 เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ เครื่องแต่งกายของเจ้าหน้าที่ เป็นส่วนหนึ่งต่อการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ มีการแต่งกายที่สุภาพ สะอาด มีความสุภาพทั้งท่าทาง และกิริยาวาจา

1.3 อุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร การสื่อสารที่ให้บริการได้รวดเร็ว เช่น ป้ายบอกตำแหน่งของ สำนักงานองค์การคลังสินค้า เอกสารแนะนำ ความเป็นรูปธรรมของการบริการที่จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน มีเพียงพอ อาคารมีความสะอาด (บุญศรี ปราภณศักดิ์ และศิริพร จิรวัดน์กุล, 2536)

### 2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)

หมายถึง การให้บริการตรงตามที่กำหนดไว้ เช่น การมารับหลักประกันสัญญาถูกต้องกับบริษัทของตน การคิดค่าใช้จ่ายในการเช่าคลังถูกต้อง ข้อมูลของการบันทึกถูกต้องกับรายชื่อเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นสนใจในการช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการการรายงานผลการปฏิบัติการมีความถูกต้อง ทันเวลาที่กำหนด เมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาในการรับบริการเจ้าหน้าที่ได้ให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว เช่น การให้คำแนะนำ ถึงระเบียบ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติของการทำสัญญาซื้อ

ขาย ค่าเช่าคลัง การรับหลักประกันสัญญา การช่วยกรอกแบบฟอร์มต่างๆ เป็นต้น การบริการที่ได้รับ ไม่มีข้อผิดพลาด เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีการอธิบายให้ผู้ใช้บริการรับทราบถึงวิธีการ ขั้นตอนทุกครั้ง ก่อนให้บริการ การที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือในการบริการที่ได้รับนั้น หน่วยงานควรมี มาตรฐานในการปฏิบัติงาน มาตรฐานถือเป็นจุดตั้งต้น และเป็นเครื่องมือสำคัญ เนื่องจากใช้เป็นหลัก หรือแนวทางในการบริการ เพื่อให้เกิดผลดีต่อผู้รับบริการ โดยมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด รวมทั้งใช้เป็น พื้นฐานในการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง การสร้างความน่าเชื่อถือของ การให้บริการนั้นหน่วยงานจะต้องไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน เมื่อมีปัญหาต้องได้รับการแก้ไข ปัญหาอย่างรวดเร็ว มีการบริการที่ดีทุกขั้นตอน และเป็นไปตามที่สัญญาไว้ มีการอธิบายให้ผู้ใช้บริการ รับทราบ (อุบลศรี หาญเจริญกิจ, 2543) ดังนั้นความน่าเชื่อถือในการให้บริการจึง หมายถึง การ ให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการได้ตรงตามที่ได้นัดหมาย เป็นไปตามมาตรฐานหรือสัญญาที่ให้ไว้ รวมถึงการ อธิบายขั้นตอนต่างๆ ได้ถูกต้อง แม่นยำ

### 3. การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)

หมายถึง การให้บริการที่มีความใส่ใจ การแก้ปัญหาได้ทันที ยิ้มแย้ม ให้คำแนะนำ ข้อมูลที่ เหมาะสม มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการ และมีความเข้าใจในความต้องการที่แตกต่างกัน ของแต่ละบุคคล ในองค์กรเพื่อที่จะได้สนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ตรงตามความต้องการในการบริการ

### 4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)

อุบลศรี หาญเจริญกิจ (2543) กล่าวว่า การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ หมายถึง ผู้รับบริการมีความมั่นใจในการบริการ ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส มีการต้อนรับที่ดี เจ้าหน้าที่มีความรู้ ชำนาญงาน และมีความสามารถ การสนองปัญหาของผู้ใช้บริการ มีความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย เป็นความต้องการของบุคคลในชั้นที่ 2 ของมาส์โลว์ เป็นความต้องการความปลอดภัยจาก อันตรายต่อร่างกาย และปลอดภัยจากการถูกคุกคามด้านจิตใจ เช่น ความคาดหวัง ความวิตกกังวล เพื่อทำให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยเกิดขึ้นได้จากที่ผู้ให้บริการรับรู้ ได้ว่าผู้ให้บริการไม่สามารถตอบคำถามของเขาได้ การไม่รู้อนาคตของตนเองว่าจะอะไรจะเกิดขึ้นหรือ รับรู้ข้อมูลในทางที่ไม่ดี ไม่กระจ่างชัด ทำให้ใช้เงินธนาคารของตนเองไปในทางไม่ดี หรือจาก ประสบการณ์ของตนเองหรือผู้อื่นที่ผ่านมาในอดีตที่ไม่ดี การอยู่ท่ามกลางบุคคลแปลกหน้าที่ไม่รู้ใจกัน ขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เหล่านี้ย่อมมีผลทำให้ผู้ปวยรู้สึกไม่มั่นใจ ไม่ปลอดภัย การบริการที่ ช่วยตอบสนองความต้องการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับผู้บริการกระทำ ได้หลายรูปแบบ ทั้งการใช้ บุคลิกภาพ ท่าทีที่แสดงออกของผู้ให้บริการ การใช้คำพูดให้ความมั่นใจ การให้ความรู้ การช่วยการ รับรู้ของผู้รับบริการในเหตุการณ์ที่เป็นจริงให้ตรงกัน การพิจารณาว่าจะเลือกใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับ การ ประเมินความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยนี้ในผู้รับบริการแต่ละรายว่ามีหรือไม่มีมากน้อยเพียงใด สิ่งใดเป็น ต้นเหตุให้เกิดการรับรู้ที่ไม่ดีเช่นนั้น ผู้รับบริการคิดอย่างไร มีประสบการณ์ในสิ่งเหล่านี้บ้าง

การเลือกวิธีการช่วยเหลือยังแตกต่างกันในแต่ละบุคคลว่าวิธีใดจะใช้ได้ผลกับผู้รับบริการเพื่อช่วยเหลือให้ใช้ความสามารถของตนเองในการปรับตัวหรือบุคคลที่มีความหมายสำคัญต่อความมั่นคงของผู้รับบริการเป็นผู้ปฏิบัติ โดยทั่วไปพอสรุปแนวทางสำหรับการบริการ ผู้ให้บริการจึงต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติต่อผู้รับบริการเพื่อช่วยตอบสนองความต้องการได้ดังนี้

1. การสร้างสัมพันธภาพของการช่วยเหลือ การให้ความสนใจ ให้ความจริงใจในการช่วยเหลือ เข้าใจความรู้สึก
2. การให้ความมั่นใจ ในกรณีที่ยังเป็นความจริงที่ไม่เป็นอันตรายเป็นสิ่งที่คาดการณ์ล่วงหน้าได้ในทางดีมากกว่าทางเลวร้าย
3. ช่วยให้ผู้บุคคลได้ระบายอารมณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับความรู้สึกไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัย เช่น ความรู้สึกวิตก กลัว กังวล ไม่มั่นใจ เป็นต้น
4. ให้เหตุผลในสิ่งที่ปฏิบัติให้ผู้ที่มาติดต่อ เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดพลาดไปในทางไม่ดี เช่น ขั้นตอนต่างๆ ในการรับหลักประกันสัญญา การเปลี่ยนเอกสารในการแก้ไขข้อมูลใหม่ เป็นต้น
5. ให้ความรู้ในสิ่งที่ผู้ติดต่อจะต้องเผชิญอย่างกระจ่างชัด
6. ปฏิบัติงานให้ผู้ติดต่อได้รับรู้ด้วยความมั่นใจ คล่องแคล่วในการปฏิบัติ มีความละเอียดรอบคอบ รับผิดชอบในงาน และมีจริยธรรม
7. ช่วยขจัดต้นเหตุแห่งความรู้สึกไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัย ในแต่ละบุคคลเป็นเรื่องๆ ไป และให้การช่วยเหลือให้เหมาะสมกับต้นเหตุการณสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการนั้น ต้องสร้างความรู้สึกให้เกิดความมั่นใจในความปลอดภัยของตนเอง เกิดความเชื่อถือมั่นใจในตัวผู้ให้บริการทั้งในด้านการบริการ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ (อุบลศรี หาญเจริญกิจ, 2543) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริการ คือ ท่าทีที่แสดงออกของผู้ให้บริการที่มีความเป็นมิตร สนใจในสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ บอกกล่าวอย่างตั้งใจ และจริงใจ เต็มใจในการให้ความช่วยเหลือปฏิบัติงานอย่างคล่องแคล่ว มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่กระทำ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

### 5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

หมายถึง การใส่ใจการรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีการให้บริการเป็นรายบุคคล มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการจดจำผู้รับบริการเป็นประจำ มีการให้บริการที่ดี ตรงต่อเวลา มีอัธยาศัยที่ดี การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ การเข้าใจความแตกต่างของบุคคล คือ

1. ตระหนักถึงคุณภาพ และความต้องการของบุคคลเป็นการกระทำตามความต้องการเฉพาะของบุคคล
2. สนับสนุนให้กำลังใจเป็นการแสดงออกในลักษณะของการสนับสนุนให้กำลังใจ และสร้างความรู้สึกสบาย

3. การให้ข้อมูลข่าวสาร การบอกเล่าสิ่งต่างๆ แก่ผู้รับบริการมีสิ่งที่เป็นทางการ เช่น การให้ข้อมูลในเรื่องการทำสัญญาซื้อขาย ต้องมีการแจ้งข้อมูลในเอกสารที่ชัดเจน เป็นต้น

4. การแสดงออกถึงความรู้ และทักษะเชิงวิชาชีพเป็นการปฏิบัติให้ปรากฏต่อชุมชน และผู้รับบริการ ให้รับรู้ว่ามีความเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของงานด้านบริการ

5. การให้เวลากับผู้รับบริการเป็นการแสดงถึงการให้ความสำคัญกับบุคคล

6. ส่งเสริมความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นการคงไว้ ซึ่ง ศักดิ์ศรี และความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ โดยการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมในการดูแล ได้ร่วมตัดสินใจอย่างเหมาะสม ในกระบวนการดูแลรักษาทุกขั้นตอน

8. การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ เป็นการดูแลอย่างเอาใจใส่อย่างอบอุ่น ให้บริการอย่างตั้งใจ เข้าใจปัญหา หรือ ความต้องการของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ (สุภาวดี เกตุแก้ว, 2546)

สรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เช่น ที่จอดรถเพียงพอ เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ ความสะอาดของอาคาร ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ให้คำแนะนำกับลูกค้าด้วยความถูกต้อง สามารถให้ความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) ความพร้อม ความเต็มใจ ความกระตือรือร้น ในการให้บริการ เข้าใจในผู้ที่มาใช้บริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance) เช่น ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ การทักทายอย่างเป็นมิตร ในด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) มีความสัมพันธ์ไมตรีที่ดี อธิษาศยดี ใสใจ รับฟังในสิ่งที่ผู้รับบริการร้องขอ (Parasuraman, 1988)

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

คำว่า การตัดสินใจ (decision making) มีผู้ให้ความหมายไว้หลายทัศนะดังต่อไปนี้  
Barnard (1938) กล่าวว่า การตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาเหลือเพียงทางเดียว

Simon (1960) กล่าวว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะ ตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้และทางเลือกจากงานต่างๆ ที่มีอยู่

Moody (1997, p.87) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไข จะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้ จ่ายและ การใช้เวลา

Gibson & Ivancevich (1987, p.431) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่ง ได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

Jones (1991, p.54) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจองค์การว่าเป็นกระบวนการ ที่จะแก้ไข ปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือกและเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุ เป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

### ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ

ชนิตาภา วรณาภรณ์ (2555) อธิบาย ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการไว้ว่า ในการตัดสินใจใช้บริการ หรือ ไม่ใช่มีองค์ประกอบ 6 ประการ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ข้อมูลข่าวสารหรือข้อเท็จจริงของบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่รับบริการ ได้รับรู้ได้ 2 วิธี ได้แก่

1. ประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้ใช้บริการได้สัมผัสบริการนั้นด้วยตนเอง และเกิดการ รับรู้ว่า ตนพอใจกับบริการนั้นมากน้อยเพียงใด และตรงกับความต้องการของตนหรือไม่
2. ประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่าจากผู้อื่น หรือสื่อสารมวลชนต่างๆ และทำให้เกิดการรับรู้ว่า ตนพอใจกับบริการนั้นมากน้อยเพียงใด และตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ โดยข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการได้รับจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้า และเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นในบริการ นั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้รับบริการได้นึกถึงบริการ ในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพบริการ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติ หรือ ทำดีหรือความรู้สึกของผู้รับบริการต่อบริการเป็นความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อบริการนั้นๆ โดยความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อบริการเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร และการนึกถึงเครื่องหมายการค้าต่างๆ หากได้รับในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อบริการรวมถึงการนึกถึงเครื่องหมายการค้านั้นก็จะเป็นในแง่บวกตามมา และในทางตรงกันข้าม หากได้รับในทางลบ ความรู้สึกที่มีต่อบริการรวมถึงการนึกถึงเครื่องหมายการค้านั้นก็จะเป็นในแง่ลบ โดยเจตคติที่มีต่อบริการเครื่องหมายการค้า มีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นในการใช้บริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในบริการ คือการประเมินและตัดสินใจว่าตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ ความเชื่อมั่นเกิดจากที่ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารในบริการ รวมทั้งความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้า อิทธิพลของความเชื่อมั่นในบริการ จะส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการใช้บริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ หมายถึง การตัดสินใจในการวางแผนที่จะใช้บริการ



องค์ประกอบที่ 6 การเลือกบริการ เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการนั้น แล้ว จึงแสดงเป็นพฤติกรรมการใช้บริการนั้น

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

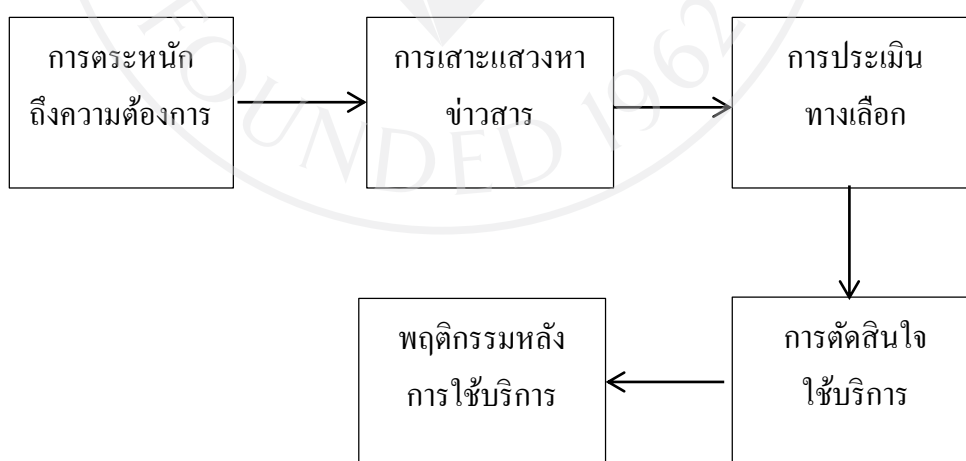
1. การจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันของความต้องการของมนุษย์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งเร้าหรือความพยายามที่จะตอบสนองต่อความต้องการ จากทฤษฎีการจูงใจของ Abraham Maslow ซึ่งมองความต้องการจากระดับต่ำสุดไประดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะเกิดความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

2. ภาวะเศรษฐกิจ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง กระบวนการสุดท้ายที่มีการประมวลผลทางความคิดออกมาอย่างเป็นเหตุเป็นผลเพื่อทำการเลือกวิธีที่ถูกต้อง และดีที่สุดต่อสถานการณ์ ณ ขณะนั้น โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บุคคลนั้นๆ ตัดสินใจ ความสำคัญของการตัดสินใจใช้บริการนั้น แน่นนอนว่ามีผลต่อผู้ตัดสินใจทั้งสิ้น หากขาดการตัดสินใจใช้บริการที่ดีพอ อาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ผลิตภัณฑ์ หรือ การบริการที่ประทับใจได้ (ปกรณ ปรกรณกรณ์ คำกอง, 2552)

การตัดสินใจใช้บริการ ของผู้บริโภคนั้นเริ่มจากต้นไปจนถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคหลังจากการรับบริการนั้นๆ ดังนั้นการมองเห็นถึงช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคนั้นได้ 5 ขั้นตอน

ภาพที่ 2.1: กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ



ที่มา: บุญเกียรติ ชีวะตระกูลจิต. (2548). กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

2.1.1 การมองเห็นปัญหา (Perceived Problems) หมายถึง คนเราเมื่อใช้ชีวิตตามปกติมักจะไม่มีปัญหาให้แก้ไข แต่นักการตลาดต้องพยายามชี้ให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงปัญหา และปัญหานั้นเกิดจากอะไรทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสภาพความเป็นจริงกับสภาพในอุดมคติ

### 2.1.2 การแสวงหา

2.1.2.1 การแสวงหาภายใน (Internal Search) หมายถึง เกิดปัญหาต้องการแก้ไขปัญหา คนเราก็มักจะหาในสิ่งที่ใกล้ตัว เช่น ปัญหา คือปากกาหมึกหมดที่จะใช้เขียนงาน ต้องการซื้อปากกาด้ามใหม่ หรือเครื่องถ่ายเอกสารมาทำงานก็จะนึกถึงยี่ห้อที่ตนเองรู้จักว่ามียี่ห้ออะไรบ้าง และเมื่อนึกได้และพอใจในยี่ห้อที่นึกได้ก็จะตัดสินใจซื้อทันที แต่ถ้าหากนึกได้ แต่ไม่พอใจสิ่งที่จำได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นดูเหมือนจะไม่รุนแรง แก้ไขก็ได้ไม่แก้ไขก็ได้ กระบวนการตัดสินใจนั้นจะหยุดลง การเปลี่ยนปรากฏการณ์อย่างนี้ 2 นี้ เกิดขึ้นจากการที่นักการตลาดไม่สามารถสร้างปัญหาอย่างรุนแรงให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าว จะกลายมาเป็นแรงจูงใจที่จะนำไปสู่ การแก้ปัญหาในขั้นตอนที่ 3

2.1.2.2 การแสวงหาภายนอก (External Search) หมายถึง การเมื่อข้อมูลที่ผู้บริโภคจำได้นั้นไม่เพียงพอ จึงเกิดการแสวงหาคือการหาข้อมูลของสินค้าภายนอก โดยช่องทางการหาข้อมูลมีหลายทาง ได้แก่โฆษณา ผู้บริโภคจะดูโฆษณาเพื่อดูว่ามีอะไรน่าสนใจ ประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นนักการตลาดที่ดีควรเลือกช่วงเวลาในการโฆษณาให้เหมาะสมการไป ณ จุดขาย การไป ณ จุดขายนั้นแปลว่า ผู้บริโภคต้องการจะทดลอง เกี่ยวกับบริการ ที่ตนสนใจ สิ่งที่สำคัญในขั้นตอนนี้คือ ความรู้ความสามารถ และมารยาทในเรื่องบริการของพนักงานขายก็เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะให้ข้อมูลกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคได้ให้โอกาส และสนใจบริการของเราแล้วเราจึงควรบริการให้ดีที่สุด การโทรศัพท์ หรือพูดคุยกับทางเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทก็ต้องฝึกฝนพนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ให้ตอบคำถามต่างๆ เกี่ยวกับบริการได้อย่างถูกต้องชัดเจน

2.1.2.3 การขอพบพนักงาน อาจจะมีการเรียกพนักงานเข้าไปพบเพื่อให้คำปรึกษา หรือ มีข้อซักถามในแต่ละปัญหา ซึ่งทางพนักงานจะต้องมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลกับทางผู้มาติดต่อรวมทั้งการตอบสนองพฤติกรรมของผู้ ติดต่อได้อย่างรวดเร็ว การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นการสอบถาม หรือค้นหาข้อมูลจากหน้าเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีเว็บไซต์รีวิวประสบการณ์ตรงจากผู้ตัดสินใจใช้บริการ เราต้องมั่นใจว่าบริการของเราดี มีคุณภาพเนื่องจากบนโลกอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ใครก็สามารถที่จะเขียนอะไรลงไปก็ได้ และมีการแพร่กระจายข่าวสารอย่างรวดเร็ว หลังจากที่ผู้ที่จะมาติดต่อได้หาด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งก็ต้องตัดสินใจและประเมินทางเลือกกว่าควรเลือกบริการจากผู้ให้บริการรายใดที่มีคุณภาพและคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

2.1.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เราได้เห็นวิธีการที่ลูกค้าตัดสินใจใช้ข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดของตราที่เลือกไว้เพื่อการพิจารณาตัดสินใจเป็นขั้นสุดท้าย



ลูกค้าเลือกใช้บริการด้วยวิธีใด พนักงานจะต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก คือ วิธีการที่ลูกค้าตัดสินใจใช้ข่าวสาร เนื้อหาที่เข้าใจง่าย

2.1.4 การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase Decision) ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภค จะจัดลำดับความชอบบริการของบริษัทต่างๆ และเลือกบริษัทที่ชอบที่สุดแต่มีปัจจัย 2 ประการเข้ามา “ขวาง” ระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจ

2.1.5 พฤติกรรมหลังใช้บริการ (Post Purchase Behavior) งานของนักการตลาด ไม่ได้จบลงเมื่อมีการใช้บริการผู้บริโภคจะเกิดความพอใจ หรือไม่พอใจนั้นขึ้นอยู่กับปัญหาว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ใช้บริการพอใจ หรือไม่พอใจในการตัดสินใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer's Expectation) กับการปฏิบัติการของสินค้า (Products' Perceived Performance) ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับ ความหมาย ผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะประทับใจมาก ผู้บริโภคถึงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่เขาได้รับจากผู้ขาย และแหล่งอื่นๆ ถ้าผู้ขายโฆษณาสินค้าของเขาเกินความเป็นจริง ผู้บริโภคจะไม่พอใจ ดังนั้นผู้ขายจะต้องซื่อสัตย์ในการเสนอขายสินค้า และคุณสมบัติของสินค้าตามความเป็นจริง (บุญเกียรติ ชีวะตระกูลจิต, 2548)

จากแนวคิดข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การตัดสินใจใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการมีขั้นตอน คือ ผู้ใช้บริการมีความต้องการ และทำการหาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจและประเมินว่าจะตัดสินใจใช้บริการนั้น และนักการตลาดต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับพฤติกรรมหลังการใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจมาก

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา คชสาร (2552) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำนวน 296 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่าสถิติ T-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยด้านความรับผิดชอบมีคุณภาพบริการที่เป็นอันดับหนึ่ง คือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และด้วยความรวดเร็ว ทุกครั้งที่ท่านมาใช้บริการ

สิงหา เกตุแก้ว (2556) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด จำนวน 338 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่า t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และใช้ LSD (Least Significant Difference) ความแตกต่างรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับดีที่สุดใน โดยแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจในการบริการ อยู่ในระดับดีที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับดีที่สุด และเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ อยู่ในระดับดี เป็นลำดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของ เทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด แตกต่างกันและประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของ เทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นพพร สะไบบาง (2553) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาแม่โจ้” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการศึกษาด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกทางเดียว ค่า T-test การเปรียบเทียบ พหุคูณ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่โจ้ อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน จากจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคล 2 ด้านที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ คือด้านอายุและอาชีพ โดยอายุส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการดูแลเอาใจใส่ และอาชีพส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านรูปลักษณ์ สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้าน

บุคลากรด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่โจ้ อยู่ในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางบวก

อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ (2554) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ การตัดสินใจในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้า บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าร้อยละ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

กมนวรรณ มั่นมาก (2556) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยการรับรู้คุณภาพของผู้รับบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จเชิงสถิติ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และสถิติเชิงอนุมานใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นระดับการศึกษา และสิทธิการรักษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือได้ และด้านการเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สิทธิชัย บำเพ็ญเพียร (2557) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาใช้บริการที่สำนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 395 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ค่า (T-test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านความสามารถ อยู่ในระดับดี เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ ด้านจดหน่วย/ พิมพ์บิล อยู่ในระดับดี และลำดับถัดไป คือด้านความมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจ ด้านการสื่อสาร ด้านความสุภาพอ่อนโยน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านคุณภาพไฟฟ้า ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการใช้ไฟต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้ไฟฟ้าที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภัทรา ภัทรมโน (2556) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาหรือเคยเข้ามาใช้บริการรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ทระดับ 4 ดาว การรับรู้คุณภาพในการให้บริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี โดยปัจจัยด้านความใส่ใจลูกค้าส่งผลมากที่สุด

สมฤดี ธรรมสุรติ (2554) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” ตัวแปรที่ใช้ใน

การศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยคุณภาพบริการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ความภักดีต่อตราสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และปัจจัยคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ พบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และปัจจัยคุณภาพบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

สายฝน เลิศพิทักษ์ธรรม (2558) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์” ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของ ผู้ให้บริการทุกราย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านตอบสนอง และด้านการให้ความเชื่อมั่น พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ภายใต้แนวความคิดเรื่อง คุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ซึ่งสรุปดังกล่าวนำไปสู่สมมติฐานเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

## 2.4 สมมติฐานในการวิจัย และกรอบงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 : คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ การบริการองค์การคลังสินค้า

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 : คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้บริการองค์การคลังสินค้า

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 : คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการ การบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

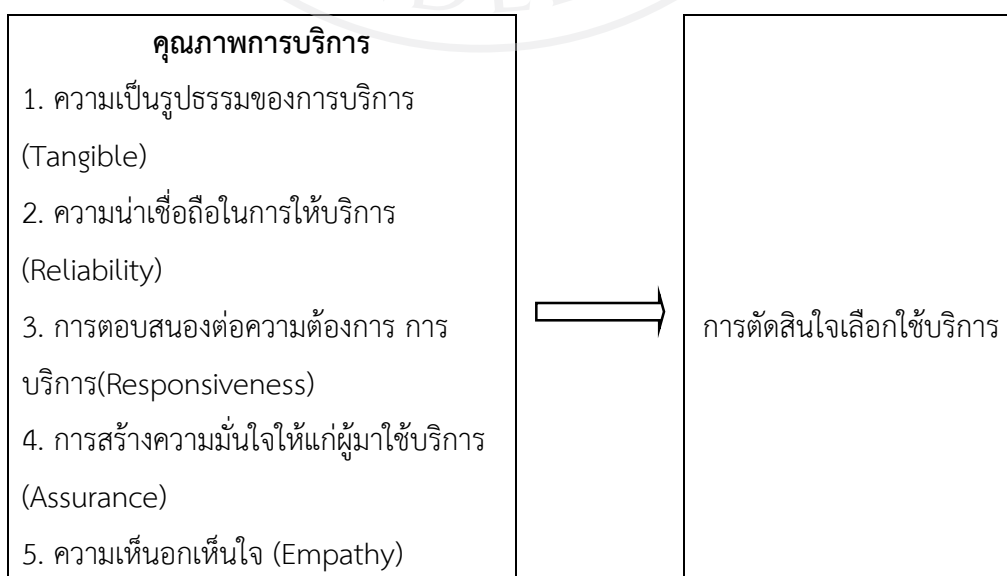
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 : คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 : คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

### กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “คุณภาพการ ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ องค์การคลังสินค้า” โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดตามแบบแผนของ ปกรณ์ ปกรณ์กรณ์ คำทอง, (2552) ในตัวแปร “คุณภาพการให้บริการ” ในตัวแปร “การตัดสินใจใช้บริการ” ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่ได้ศึกษามาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด เพื่อสร้างแบบสอบถาม

ภาพที่ 2.2 : กรอบแนวคิดการวิจัย





กรอบแนวคิดข้างต้น แสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า ภายใต้แนวความคิดเรื่อง คุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) และแนวคิดเรื่องการตัดสินใจของ ของ (บุษกร คำคง, 2542)

ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ บริการองค์กรคลังสินค้า โดยนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา คุณภาพการให้บริการ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า โดยตั้งสมมติฐาน และ ทำการศึกษาตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความสอดคล้องกันอย่างไร ต่อพฤติกรรมการใช้บริการขององค์กร คลังสินค้า



### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ “คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจคุณภาพการบริการในแต่ละด้านที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาวิจัยดำเนินการโดยเสนอเป็นขั้นตอนตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ประกอบการโรงสี และประกอบการลานมันที่เข้าร่วมโครงการรับจํานาสินค้าเกษตรขององค์การคลังสินค้า จํานวนทั้งสิ้น 900 ราย เนื่องจากองค์การคลังสินค้ามีหน้าที่ต้องสนองงานนโยบายการแทรกแซงสินค้าเกษตรจากรัฐบาล เพราะปัญหาสินค้าเกษตรตกต่ำ โครงการรับจํานาสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ขององค์การคลังสินค้าดำเนินการเกี่ยวกับข้าวและมันเป็นหลัก จึงเลือกผู้ประกอบการ 2 กลุ่ม นั้น ส่วนผู้ประกอบการกลุ่มน้ำมันปาล์ม ข้าวโพด มีจํานวนน้อยและปัจจุบันไม่ได้ดำเนินการแทรกแซงราคาแล้ว (องค์การคลังสินค้า, 2558ค) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์จริงในเรื่องที่ศึกษาของผู้ทำวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจํานวนดังกล่าวโดยใช้สูตรตารางของ ทาโรยามาเน่ (สุทรนุ ศรีไสย์, 2551) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ ร้อยละ 95 โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจํานวน 276 ราย

โดยใช้สูตร ยามาเน่ (Yamane, 1973, pp. 727-729)

$$\text{ตามสมการ } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$



แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{900}{1 + (900)(0.05)^2}$$

$$n = 276 \text{ คน}$$

$$\approx 276 \text{ คน}$$

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 276 คน จากผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมันที่เข้าร่วมโครงการรับจำหน่ายสินค้าเกษตรขององค์การคลังสินค้า โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมันที่เข้ามาใช้บริการขององค์การคลังสินค้า จำนวน 276 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$  และใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นได้จริงในการวิเคราะห์สำหรับบทที่ 4

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่เรียบเรียงขึ้นเองจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด เพื่อจัดทำแบบสอบถามในการจัดเก็บข้อมูล
2. สร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม ทำการร่างแบบสอบถามแต่ละส่วนโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์และสมมุติฐานของการวิจัย
3. ทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) โดยออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามของผู้ตอบ ทั้งนี้ขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบสอบถาม
4. นำผลที่ได้จากการทดสอบขั้นต้น นำมาปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. ออกแบบสอบถามเพื่อทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย หาค่า Cornbach's Alpha Coefficient เพื่อวัดค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม และปรับปรุงแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยที่ค่า Cornbach's Alpha Coefficient จะต้องมากกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)
6. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องมีการวัดความเชื่อถือได้หรือสอดคล้องภายใน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbachs' Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค

$$\alpha = \frac{k \bar{r}}{1 + (k - 1) \bar{r}}$$

โดยที่  $\alpha$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น  
 $\bar{r}$  แทน ค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่างๆ  
 $K$  แทน จำนวนคำถาม

ตารางที่ 3.1 : การทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปร

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น	
	กลุ่มทดลอง n=40	กลุ่มตัวอย่าง n=276
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	0.755	0.851
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.728	0.800
การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)	0.708	0.893
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.712	0.777
ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	0.726	0.843
<b>ค่าความเชื่อมั่นรวม</b>	<b>0.922</b>	<b>0.884</b>
<b>ตัวแปรตาม</b>		
การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase Decision)	0.722	0.928

จากตาราง 3.1 พบว่า ผลการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคของแบบสอบถามในประเด็นการตัดสินใจตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้ามีผลต่อคุณภาพการให้บริการทั้ง

ฉบับ และรายด้านมีค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่าง 0.7-1.00 ทำให้ทราบว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและมีความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

#### องค์ประกอบของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประเภทของผู้ประกอบการ ประเภทของบริษัท อายุของบริษัททุนจดทะเบียนบริษัท ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการการบริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ ความเห็นอกเห็นใจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 7 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 40 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ในรูปแบบ Likert's Scale ซึ่งผู้ตอบคำถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยกำหนดการให้คะแนนไว้ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

#### การแปรผลข้อมูล

การแปรผลแบบสอบถามส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยมีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, 419) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตรความกว้างแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณดังกล่าว สามารถนำมากำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถทำได้โดย นำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย คือ ของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมันที่เข้าร่วมโครงการรับจํานําสินค้าเกษตรขององค์การคลังสินค้า กลุ่มตัวอย่างวิจัยคือ จํานวนตัวอย่าง 276 คน และทำตรวจสอบข้อมูลจากนั้น บันทึกจัดเก็บข้อมูลที่ได้ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจํานวน 276 คนโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจํานวน 276 ชุด

1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจํานวน

1.3 นำแบบสอบถามฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัสเพื่อนำไป

ประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

1.4 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคำถามในแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbachs' Alpha Coefficient) ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจํานวน 276 คน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์วารสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ

2.2 หนังสือทางวิชาการบทความสารนิพนธ์วิทยานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 ข้อมูลที่นำมาเผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

**1. สถิติเชิงพรรณนา** ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้เป็น

1.1 ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้ และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวน ตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือ ความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ได้แก่ คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ค่าสถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequencies) และร้อยละ (Percentage)

1.3 ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ ข้อมูลด้านคุณภาพในการให้บริการ และข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรภาค เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนให้แต่ละระดับ และผู้วิจัยต้องการทราบจำนวนตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับคะแนนความคิดเห็นจากตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าความถี่ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

**2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics)** โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลค่าสถิติต่างๆ แล้วแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเชิงเหตุผล

สถิติที่ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาเครื่องมือคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า มีดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549)

คะแนนระหว่างระดับความสัมพันธ์

(-1.000) – (-0.800) หรือ (0.800) – (1.000)	มากที่สุด
(-0.799) – (-0.600) หรือ (0.600) – (0.799)	มาก
(-0.599) – (-0.400) หรือ (0.400) – (0.599)	ปานกลาง
(-0.399) – (-0.200) หรือ (0.200) – (0.399)	น้อย
(-0.199) – (-0.001) หรือ (0.001) – (0.199)	น้อยที่สุด
0	ไม่มีความสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก (+) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ (-) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม

2.2 การวิเคราะห์โดยการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องการวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหนึ่งตัว ได้แก่ การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาคกับตัวแปรตามหนึ่งตัว คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Simple Regression) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

2.3 การวิเคราะห์โดยการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องการวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ การรับรู้คุณภาพในการให้บริการใน ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาคกับตัวแปรตามหนึ่งตัว คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ องค์การคลังสินค้า บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบาย และการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 276 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 5 ผลทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะของสถานประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับระดับการศึกษาสถานภาพสมรส ประเภทของผู้ประกอบการ ประเภทของบริษัท อายุของบริษัททุนจดทะเบียนบริษัท ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558) จำนวนพนักงาน สรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	143	51.8
หญิง	133	48.2
รวม	276	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.8 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.2

ตารางที่ 4.2 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 30 ปี	18	6.5
31 - 40 ปี	71	25.7
41 - 50 ปี	90	32.6
51 - 60 ปี	74	26.8
61 ปี ขึ้นไป	23	8.3
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 32.6 รองลงมาคือ 51-60 ปี ร้อยละ 26.8 ช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 25.7 ช่วงอายุระหว่าง 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.3 และช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	8.0
ปริญญาตรี	158	57.2
ปริญญาโท	85	30.8
ปริญญาเอก	11	4.0
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 30.8 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.0 และปริญญาเอก ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.4 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส

ระดับสถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	85	30.8
สมรส	165	59.8
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	26	9.4
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 59.8 รองลงมาคือโสด ร้อยละ 30.8 และระดับต่ำกว่า หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ ร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างประเภทของผู้ประกอบการ

ประเภทของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ประกอบการโรงสี	198	71.7
ผู้ประกอบการลานมัน	52	18.8
อื่นๆ ไปรตระบุ	26	9.5
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงสี ร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการลานมัน ร้อยละ 18.8 และอื่นๆ (เซอร์เวเยอร์) ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างประเภทของบริษัท

ประเภทของบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ผลิต	42	15.2
ผู้นำเข้า	26	9.4
ผู้ส่งออก	91	33.0
ผู้จัดจำหน่ายส่ง	95	34.4
ผู้จัดจำหน่ายปลีก	22	8
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายส่ง ร้อยละ 34.4 ผู้ส่งออก ร้อยละ 33 ผู้ผลิต ร้อยละ 15.2 ผู้นำเข้า ร้อยละ 9.4 และผู้จัดจำหน่ายปลีก ร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างอายุของบริษัท

อายุของบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	82	29.7
5-10 ปี	86	31.2
11-20 ปี	77	27.9
มากกว่า 20 ปี	31	11.2
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่อายุของบริษัท 5-10 ปี ร้อยละ 31.2 น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 29.7 11-20 ปี ร้อยละ 27.9 และมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทุนจดทะเบียนบริษัท

ทุนจดทะเบียนบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	63	22.8
5-50 ล้านบาท	91	33
51-100 ล้านบาท	75	27.2
มากกว่า 100 ล้านบาท	47	17
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ทุนจดทะเบียนบริษัทส่วนใหญ่ 5-50 ล้านบาท ร้อยละ 33 รองลงมาคือ 51-100 ล้านบาท ร้อยละ 27.2 น้อยกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 22.8 และมากกว่า 100 ล้านบาท ร้อยละ 17 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558)

ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	38	13.8
51-100 ล้านบาท	77	27.9
101-200 ล้านบาท	85	30.8
มากกว่า 200 ล้านบาท	76	27.5
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558) ส่วนใหญ่ 101-200 ล้านบาท ร้อยละ 30.8 51-100 ล้านบาท ร้อยละ 27.9 มากกว่า 200 ล้านบาท ร้อยละ 27.5 และน้อยกว่า 50 ล้านบาท ร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 คน	55	19.9
101-200 คน	135	48.9
201-300 คน	50	18.1
มากกว่า 300 คน	36	13.0
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ จำนวนพนักงานส่วนใหญ่ 101-200 คน ร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ ไม่เกิน 100 คน ร้อยละ 19.9 201-300 คน ร้อยละ 18.1 และมากกว่า 300 คน ร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ตารางที่ 4.11 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยรู้จักองค์การคลังสินค้า มาก่อนหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างที่เคยรู้จัก องค์การคลังสินค้า มาก่อน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	276	100
ไม่รู้จัก	-	-
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่เคยรู้จักองค์การคลังสินค้านามาก่อนร้อยละ 100

ตารางที่ 4.12 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการองค์การคลังสินค้า/เดือน

เคยใช้บริการองค์การ คลังสินค้า/เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้ง/เดือน	116	42
3-4 ครั้ง/เดือน	93	33.7
5-6 ครั้ง/เดือน	63	23.2
อื่นๆ โปรดระบุ	3	1.1
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เคยใช้บริการองค์การคลังสินค้า/เดือนส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 42 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 33.7 5-6 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.2 และอื่นๆ (7- 10 ครั้ง/เดือน) ร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้าจากเหตุผลใด

การตัดสินใจใช้บริการองค์การ คลังสินค้าจากเหตุผลใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับหลักประกันสัญญา	99	35.9
ค่าเช่าคลังสินค้า	62	22.5
ทำสัญญาซื้อขายข้าว	97	35.1
อื่นๆ โปรดระบุ	18	6.5
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ การตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่รับหลักประกันสัญญา ร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ ทำสัญญาซื้อขายข้าว ร้อยละ 35.1 ค่าเช่าคลังสินค้า ร้อยละ 22.5 และอื่นๆ (ประชุมเรื่องคุณภาพข้าว) ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการ องค์การคลังสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9.00-11.00 น.	179	64.9
12.00-14.00 น.	55	19.9
15.00-17.00 น.	34	12.3
อื่นๆ โปรดระบุ	8	2.9
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่ เวลา 9.00-11.00 น. ร้อยละ 64.9 รองลงมาคือ เวลา 12.00-14.00 น. ร้อยละ 19.9 เวลา 15.00-17.00 น. ร้อยละ 12.3 และ อื่นๆ (18.00-19.00 น.) ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า ท่านเลือกใช้บริการหน่วยงานใด

หน่วยงานที่เลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ส่วนงานการเงิน	106	38.4
ส่วนงานจำหน่าย	102	37.0
ส่วนงานพื้นที่ 1-4	53	19.2
อื่นๆ โปรดระบุ	15	5.4
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ หน่วยงานที่เลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่ ส่วนงานการเงิน ร้อยละ 38.4 รองลงมา ส่วนงานจำหน่าย ร้อยละ 37.0 ส่วนงานพื้นที่ 1-4 ร้อยละ 19.2 และ อื่นๆ (ส่วนงานนโยบาย) ร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่น่าสนใจเลือกใช้บริการ  
องค์การคลังสินค้า

แหล่งข้อมูลที่น่าสนใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	55	19.9
วิทยุ	8	2.9
เว็บไซต์	119	43.1
หนังสือพิมพ์	22	8
คำแนะนำจากบุคคลอื่น	72	26.1
<b>รวม</b>	<b>276</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่น่าสนใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่ทางเว็บไซต์ ร้อยละ 43.1 รองลงมา คำแนะนำจากบุคคลอื่น ร้อยละ 26.1 โทรทัศน์ ร้อยละ 19.9 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 8 และวิทยุ ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ

ในการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพในการให้บริการได้ทำการศึกษา จำนวน 5 ด้าน รวมทั้งสิ้น 25 ข้อคำถาม ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	3.83	0.481	มาก
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)	4.09	0.449	มาก
ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness)	4.05	0.464	มาก
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)	4.16	0.435	มาก
ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	3.74	0.508	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.313</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97) หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยด้านด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05) ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) และด้านความเห็นอกเห็นใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)

ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความเห็น
สิ่งแวดล้อมภายในสำนักงานองค์การคลังสินค้าสะอาดอากาศถ่ายเทความสวยงาม	3.67	0.629	มาก
สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	3.69	0.555	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกสำนักงานองค์การคลังสินค้าเช่นเก้าอี้สำหรับรองรับบริการเพียงพอ	3.71	0.593	มาก
สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีป้ายบอกทางป้ายตำแหน่ง ที่ชัดเจน	4.17	0.855	มาก
องค์การคลังสินค้ามีเอกสารแนะนำในการติดต่อในแต่ละครั้ง	3.90	0.610	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแต่งกายสะอาดบุคลิกภาพดีสุภาพมีความสุภาพ	3.85	0.508	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b>	<b>0.481</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.18 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) หากพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า เห็นด้วยมากที่สุด สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีป้ายบอกทาง



ป้ายตำแหน่ง ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17) รองลงมาคือ องค์การคลังสินค้ามีเอกสารแนะนำในการติดต่อในแต่ละครั้ง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดีสุภาพมีความสุภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85) สิ่งอำนวยความสะดวกสำนักงานองค์การคลังสินค้า เช่น เก้าอี้สำหรับรองรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) และสิ่งแวดล้อมภายในสำนักงาน องค์การคลังสินค้าสะอาดอากาศถ่ายเทความสวยงาม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจุบันด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความเห็น
การบริการขององค์การคลังสินค้าทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ	3.95	0.516	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของผู้ใช้บริการ	3.95	0.530	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ	3.99	0.512	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้	4.29	0.727	มากที่สุด
ผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าครบถ้วนถูกต้อง	4.29	0.689	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.449</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.19 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) หากพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า เห็นด้วยมากที่สุด เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้และผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าครบถ้วนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ของ

องค์การคลังสินค้าให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99) และการบริการขององค์การคลังสินค้าทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมมีความสม่ำเสมอ และเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness)

ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความเห็น
การให้บริการขององค์การคลังสินค้าเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	3.67	0.544	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าบริการมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล	3.65	0.535	มาก
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ	4.39	0.539	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าสามารถอธิบายถึงผลการให้บริการและขั้นตอนให้ท่านเข้าใจ	4.50	0.515	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.464</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.20 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05) เมื่อพิจารณารายข้อคำถามพบว่า เห็นด้วยมากที่สุด เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าสามารถอธิบายถึงผลการให้บริการและขั้นตอนให้ท่านเข้าใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) การให้บริการขององค์การคลังสินค้าเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) และเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าบริการมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพ  
ในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับ  
บริการ (Assurance)

ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับ บริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
การให้บริการขององค์การคลังสินค้ามีความ สะดวกรวดเร็วและถูกต้อง	3.95	0.516	มาก
ท่านสามารถติดต่อรับคำปรึกษาจาก เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าได้ทุกครั้ง ที่มาใช้บริการ	3.95	0.530	มาก
องค์การคลังสินค้าแสดงความรับผิดชอบใน การให้บริการหากเกิดข้อผิดพลาด	3.99	0.512	มาก
คำแนะนำของเจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้ามี ความชัดเจน น่าเชื่อถือ	4.34	0.738	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงออก และพูดจาด้วยความเป็นมิตร ทำให้ท่านเกิด ความมั่นใจในการใช้บริการ	4.61	0.659	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16</b>	<b>0.435</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.21 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มา  
รับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก  
(ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16) เมื่อพิจารณารายข้อคำถามพบว่า เห็นด้วยมากที่สุด เจ้าหน้าที่ขององค์การ  
คลังสินค้าแสดงออกและพูดจาด้วยความเป็นมิตร ทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.61) รองลงมา คือ คำแนะนำของเจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้ามีความชัดเจน น่าเชื่อถือ  
(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) องค์การคลังสินค้าแสดงความรับผิดชอบในการให้บริการหากเกิดข้อผิดพลาด  
(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99) การให้บริการขององค์การคลังสินค้ามีความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง และ  
ท่านสามารถติดต่อรับคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพ ในการให้บริการขององค์การคลังสินค้าในปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
องค์การคลังสินค้าให้บริการด้วยความใส่ใจต่อ ผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องรอร้องขอจาก ผู้รับบริการ	3.60	0.573	มาก
การแนะนำของพนักงานองค์การคลังสินค้า ตรงกับที่ท่านต้องการถูกต้องครบถ้วนชัดเจน	3.61	0.609	มาก
พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของ องค์การคลังสินค้ามีความเต็มใจในการตอบ ข้อซักถามของท่าน	3.65	0.575	มาก
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า การมีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการ ให้บริการ เช่นการดูแลท่านอย่างสม่ำเสมอทั้ง ก่อนและหลังการให้บริการ	3.94	0.708	มาก
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า ทักทายท่านอย่างเป็นมิตร	4.93	0.755	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.74</b>	<b>0.508</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4: 22 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 ) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม เห็นด้วยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้าทักทายลูกค้าด้วยความ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า การมี มนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่นการดูแลท่านอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลัง การให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้ามีความ เต็มใจในการตอบข้อซักถามของท่าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) การแนะนำของพนักงานองค์การ คลังสินค้าตรงกับที่ท่านต้องการถูกต้องครบถ้วนชัดเจน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) และองค์การคลังสินค้า ให้บริการด้วยความใส่ใจต่อผู้ให้บริการโดยไม่ต้องรอร้องขอจากผู้รับบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.23 : แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
ท่านค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่นเว็บไซต์ขององค์การคลังสินค้า เป็นต้น	3.78	0.871	มาก
ท่านให้ผู้ที่เคยใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้ามีส่วนร่วม ช่วยในการตัดสินใจ	3.76	0.908	มาก
ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการขององค์การคลังสินค้า	3.71	0.894	มาก
ท่านได้สืบหาข้อมูลประวัติขององค์การคลังสินค้าก่อนเลือกใช้บริการ	3.70	0.937	มาก
ท่านจะแนะนำคนอื่นมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้า	3.70	0.910	มาก
ท่านจะกลับมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอีกครั้ง	3.66	0.901	มาก
ท่านพิจารณาในเรื่องความง่ายและความสะดวกในการติดต่อของสำนักงานองค์การคลังสินค้า	3.69	0.954	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.695</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.23 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม เห็นด้วยมากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ

องค์การคลังสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ขององค์การคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) รองลงมา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้ามีส่วนร่วมช่วยในการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76) มีความตั้งใจที่จะใช้บริการขององค์การคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) สืบหาข้อมูลประวัติขององค์การคลังสินค้าก่อนเลือกใช้บริการ และแนะนำคนอื่นมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70) เรื่องความง่ายและความสะดวกในการติดต่อของสำนักงานองค์การคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) และกลับมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอีกครั้ง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66)

### ส่วนที่ 5 ผลทดสอบสมมติฐานและสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เรื่องคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.24 : แสดงข้อมูลสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	TB	RB	RS	AR	EP	QS	PD
TB	1	0.298**	.029**	.256**	.306**	.632**	.065**
RB	.298**	1	.129**	.961**	.458**	.843**	.048**
RS	.029**	.129**	1	.111**	.555**	.334**	.004**
AR	.256**	.961**	.111**	1	.384**	.799**	.035**
EP	.306**	.458**	.055**	.384**	1	.689**	.453**
QS	.632**	.843**	.334**	.799**	.689**	1	.176**
PD	.065**	.048**	.004**	.035**	.453**	.176**	1

\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดย TB ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ  
 RB ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ  
 RS ด้านการตอบสนองลูกค้า  
 AR ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า  
 EP ด้านความเห็นอกเห็นใจ  
 QS คุณภาพการให้บริการ  
 PD การตัดสินใจ

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ในด้านความสัมพันธ์ของ คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า พบว่าโดยรวมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r=0.176$ ) โดยเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เรียงอันดับ ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านความเห็นอกเห็นใจ ( $r=0.453$ ) อันดับที่ 2 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $r=0.065$ ) อันดับที่ 3 ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ( $r=0.048$ ) อันดับที่ 4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $r=0.035$ ) อันดับที่ 5 ด้านการตอบสนองลูกค้า ( $r=0.004$ )

ตารางที่ 4.25 : การส่งผลกระทบระหว่างคุณภาพในการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	$\beta$	T	Sig
ค่าคงที่					
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า	2.158	0.526		4.102	0.000
คุณภาพการให้บริการ	0.392	0.132	0.176	2.966	0.003

$R^2 = 0.031$  ; Adjust  $R^2 = 0.028$  ;  $F = 8.795$  ; Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.25 อภิปรายผลการวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยอย่างง่าย โดยการนำข้อมูลเข้าโปรแกรมสำเร็จรูปทดสอบ สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐาน ได้ดังนี้ ผู้ศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.003) และมีค่าความผันแปร (Adjust  $R^2 = 0.028$ ) ซึ่งหมายความว่า คุณภาพการให้บริการสามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ได้ร้อยละ 2.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 97.2 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ โดยคุณภาพการให้บริการ  $\beta = 0.176$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าเพิ่มขึ้น 0.176 หรือร้อยละ 17.6 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.26 : การส่งผลกระทบของคุณภาพในการให้บริการในแต่ละด้านกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	$\beta$	T	Sig
ค่าคงที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ องค์การคลังสินค้า	2.958	0.511		5.792	0.000
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการ (Tangible)	-0.091	0.80	-0.063	-1.128	0.260
2. ด้านความไว้วางใจหรือความ น่าเชื่อถือ (Reliability)	0.786	0.312	0.507	2.518	0.012
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)	-0.14	0.078	-0.10	-0.184	0.854
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	-1.120	0.308	-0.701	-3.636	0.000
5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	0.697	0.083	0.510	8.381	0.000

$R^2 = 0.275$  ; Adjust  $R^2 = 0.262$  ;  $F = 20.521$  ;  $Sig < 0.05$

จากตารางที่ 4.26 อภิปรายผลการวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เชิงพหุคูณ โดยการนำข้อมูลเข้าโปรแกรมสำเร็จรูปทดสอบ (Multiple Regression : SPSS) พบว่าค่าความผันแปร (Adjust  $R^2 = 0.262$ ) ซึ่งหมายความว่า คุณภาพการให้บริการสามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ได้ร้อยละ 26.2 ที่เหลืออีกร้อยละ 73.8 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ และสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

ผู้ศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์การคลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.260) และ  $\beta = -0.063$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน



คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กร คลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.012) และ  $\beta = 0.507$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กร คลังสินค้า เพิ่มขึ้น 0.507 หรือร้อยละ 50.7 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กร คลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.854) และ  $\beta = -0.10$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการด้านความตอบสนองลูกค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.000) และ  $\beta = -0.701$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กร คลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.000) และ  $\beta = 0.510$  หมายถึง คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า เพิ่มขึ้น 0.510 หรือร้อยละ 51.0 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

#### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.27 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 คุณภาพในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.1 คุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า	ปฏิเสธ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ) : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 คุณภาพในการให้บริการความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.3 คุณภาพในการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.4 คุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.5 คุณภาพในการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า	ยอมรับ

ผลของการทดสอบสมมติฐานทำให้ทราบว่า คุณภาพในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรคลังสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์กรคลังสินค้า

## บทที่ 5

### สรุปผลและอภิปรายผล

บทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษาผลการทดสอบสมมติฐานการอภิปรายผลของการศึกษาเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น และนำเสนอไว้ในบทที่ 2 การนำผลการศึกษาไปใช้ในทางปฏิบัติ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

#### 5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

ผลการศึกษาด้านคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามและสรุปผลตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 276 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงสี ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายส่ง อายุของบริษัท 5-10 ปี ทุนจดทะเบียนบริษัท 5-50 ล้านบาท/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558) 101-200 ล้านบาท จำนวนพนักงาน 101-200 คน

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายได้ดังนี้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่เคยรู้จักองค์การคลังสินค้า มาก่อนใช้บริการองค์การคลังสินค้า 1-2 ครั้ง/เดือน การตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่รับหลักประกันสัญญา ช่วงเวลา เวลา 9.00-11.00 น. หน่วยงานที่เลือกใช้บริการ ส่วนงานการเงิน แหล่งข้อมูลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่ทางเว็บไซต์

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของแต่ละด้านปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการองค์การคลังสินค้ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาคุณภาพในการให้บริการดังต่อไปนี้

**ภาพรวม** จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับดี หากพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการด้านรูปธรรมของการบริการพบว่าจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าค่าสูงสุดคือ สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีป้ายบอกทาง ป้ายตำแหน่งที่ชัดเจน รองลงมาองค์การคลังสินค้ามีเอกสารแนะนำในการติดต่อในแต่ละครั้ง เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ มีความสำรวม สิ่งอำนวยความสะดวกสำนักงานองค์การคลังสินค้า เช่น แก้วน้ำสำหรับรองรับบริการเพียงพอ

สำนักงานองค์การคลังสินค้ามีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และน้อยที่สุดคือ สิ่งแวดล้อมภายใน สำนักงานองค์การคลังสินค้า สะอาด อากาศถ่ายเท ความสวยงาม

2. คุณภาพการให้บริการด้านความความน่าเชื่อถือในการให้บริการพบว่า จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าค่าสูงสุดคือ เจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้าสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ และผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ จากเจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้าครบถ้วน ถูกต้องรองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ และน้อยที่สุด คือ การบริการขององค์การคลังสินค้าทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ และ เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของผู้ใช้บริการ

3. คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการพบว่า จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ อยู่ในระดับมากแต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ค่าสูงสุดคือเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าสามารถอธิบายถึงผลการให้บริการ และขั้นตอนให้ท่านเข้าใจ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ และน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าบริการมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล

4. คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการพบว่า จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าค่าสูงสุดคือเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงออก และพูดจาด้วยความเป็นมิตร ทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมี รองลงมา คือ คำแนะนำของเจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้ามีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และน้อยที่สุด คือ การให้บริการขององค์การคลังสินค้ามีความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง และท่านสามารถติดต่อรับคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ

5. คุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจพบว่าจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ค่าสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า ทักทายท่านอย่างเป็นมิตร รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า การมีมนุษยสัมพันธ์ และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น การดูแลท่านอย่างสม่ำเสมอ ทั้งก่อน และหลังการให้บริการ และน้อยที่สุด คือ องค์การคลังสินค้าให้บริการด้วยความใส่ใจต่อผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องรอการร้องขอจากผู้รับบริการ

### ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ภาพรวมจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 276 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าค่าสูงสุดคือค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ขององค์การคลังสินค้า รองลงมา คือ ให้ผู้ที่เคยใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้ามีส่วนร่วมช่วยในการตัดสินใจ และน้อยที่สุด คือ จะกลับมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอีกครั้ง

### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** คุณภาพในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 คุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 คุณภาพในการให้บริการ ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 คุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 คุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 5.2 การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า ผู้วิจัยสามารถสรุป และอภิปรายผลงานวิจัยตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยอธิบายผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้อง และสนับสนุนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างไร ผู้วิจัยขอเสนอ การอภิปรายผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

คุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการขององค์กรคลังสินค้าที่ได้มีการศึกษาในการวิจัยฉบับนี้ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อความตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ซึ่งกล่าวถึง องค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการ การเข้าถึงลูกค้า (Access) ไว้ว่า ความสำเร็จในการให้บริการลูกค้าต้องการบริการนั้น ต้องอำนวยความสะดวกในความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มอัธยาศัยดีมีความเป็นกันเอง ตลอดจนให้บริการด้วยกิจกรรมารยาท ที่สุภาพเรียบร้อย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา คชสาร (2552) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภศรีราชา จังหวัดชลบุรี” พบว่า คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยด้านความรับผิดชอบมีคุณภาพบริการที่เป็นอันดับหนึ่ง คือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และด้วยความรวดเร็ว ทุกครั้งที่ท่านมาใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ผลการศึกษารูปได้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม กับการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการขององค์กรคลังสินค้ามีความคิดเห็นว่า สถานที่สำนักงานองค์กรคลังสินค้าขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น มีการวางเอกสารกระจัดกระจาย ไม่เป็นหมวดหมู่ ตลอดจนไม่มีบรรยากาศที่ดีและมีพื้นที่สำหรับจอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา ภัทรโมโน (2556) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี” พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ท ระดับ 4 ดาว เกิดจากสถานที่ภายในรีสอร์ทขาดความเป็นระเบียบ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

2. ผลการศึกษารูปได้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ กับการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านความความ

นำเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า องค์กรคลังสินค้าให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาและข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลในการทำสัญญาซื้อขายข้าวสาร มีการชี้แจง แนะนำรายละเอียดแต่ละขั้นตอนให้ ครบถ้วน ถูกต้อง ในการให้บริการ หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้มารับบริการที่มากขึ้นก็จะส่งผลให้ตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย อภิวิฑูมิ ตั้งจิตการุญ (2554) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบริษัททรู อินเทอร์เน็ตจำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัททรู อินเทอร์เน็ต จำกัด เกิดจากพนักงานมีการดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลโดยไม่เกิดความผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง

3. ผลการศึกษาสรุปได้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการการบริการ กับการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เจ้าหน้าที่ขององค์กรคลังสินค้าไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และไม่มีความพร้อมในการในการตอบข้อซักถาม ในเรื่องค่าใช้จ่ายค่าเช่าคลัง ค่าปรับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้าวล่าช้าเกินกำหนด ซึ่งผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายฝน เลิศพิทักษ์ธรรม (2558) ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์” พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เกิดจากพนักงานผู้ให้บริการไม่มีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือ

4. ผลการศึกษาสรุปได้ว่าด้านคุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ กับการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขององค์กรคลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางตรงข้ามกัน เนื่องจากมีค่าเบต้าเป็นลบ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้าเจ้าหน้าที่องค์กรคลังสินค้าให้บริการพูดจาด้วยความเป็นมิตร ให้คำแนะนำที่ชัดเจน น่าเชื่อถือ แสดงความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการที่มากขึ้นก็จะไม่ส่งผลให้ตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งผลวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของของ ภัทธาภัทธมโน (2556) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี” พบว่า คุณภาพการบริการการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับ



บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการระดับ 4 ดาว เกิดจากรีเสอร์ทพร้อมรับผิดชอบหากเกิดการผิดพลาดในการให้บริการเช่น ทรัพย์สินของลูกค้าสูญหายภายในห้องพัก

5. ผลการศึกษาสรุปได้ว่าด้านความเห็นอกเห็นใจ กับการตัดสินใจใช้บริการขององค์กร คลังสินค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความใส่ใจของพนักงานที่มีให้แก่ลูกค้า การทักทายอย่างเป็นมิตร พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างเต็มใจ หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในด้านความเห็นอกเห็นใจที่มากขึ้นก็จะส่งผลให้ตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน เกิดจากมีการบริการของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการมีการแสดงออกถึงความเต็มใจในการตอบข้อซักถาม มีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากการวิจัยผู้วิจัยเสนอแนะให้ องค์กรคลังสินค้ามุ่งเน้น ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า ดังนั้นองค์กรคลังสินค้า ควรมุ่งเน้นการบริการมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ ครบถ้วนถูกต้อง และสามารถให้คำปรึกษาและแนะนำแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ มีการประเมินคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อจะได้เป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการบริการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นได้

2. ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจให้แก่มารับบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า ดังนั้นองค์กรคลังสินค้า ควรมุ่งเน้นคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจเจ้าหน้าที่องค์กรคลังสินค้า มีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการบริการ เช่นการดูแลอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ และมีความเต็มใจในการตอบข้อซักถาม ส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นได้



#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านคุณภาพการให้บริการหรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกันผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกรณีขององค์การคลังสินค้าเท่านั้นเพื่อให้เห็นภาพของคุณภาพการให้บริการที่ดีไปใช้และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้สูงสุดควรศึกษาเปรียบเทียบกับหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจแห่งอื่นเพิ่มเติมเช่นการประปานครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรธนาคารออมสิน เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเปรียบเทียบกับองค์การตลาดเพื่อเกษตรกรซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐที่สนองนโยบายรัฐบาล และช่วยเหลือเกษตรกรเช่นเดียวกันขององค์การคลังสินค้า

2. การวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาถึงรายละเอียดของคุณภาพการบริการของส่วนงานหรือแผนกต่างๆเพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ขององค์การคลังสินค้าเพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างถูกต้องแม่นยำซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นในภาพรวมมากเกินไป

### บรรณานุกรม

- กรมอนามัยและสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุข. (2541). *เอกสารแบบวัดมาตรฐานงานอนามัยและสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพมหานคร : ผู้แต่ง.
- กมนวรรณ มั่นมาก. (2556). *คุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กมลรัตน์ โรจนกูร (2550). *คุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาสตูดิโอ อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2547). *เอกสารการสอนชุดจิตวิทยาการบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชลธิชา ศรีบำรุง (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนิตาภา วรณาภรณ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์ กระทรวงสาธารณสุข*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). *คุณภาพการให้บริการ*. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th>.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- นพพร สะไบบาง. (2553). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิติพงษ์ เนตรระกาศ. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานการประปาพัทธา จังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญศรี ปราบณศักดิ์ และศิริพร จิรวัดน์กุล. (2536). *การสื่อสารเพื่อคุณภาพการ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลจิต. (2548). *กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

- บุษกร คางง. (2542). *ทฤษฎีการตัดสินใจ*. สืบค้นจาก  
<http://krusmart.wordpress.com/2010/07/10/theorydecision/#more-155>.
- ปวีณา คชสาร. (2552). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปกรณ ปกรณกรณ์ คำทอง. (2552). *การตัดสินใจ (Decision)*. สืบค้นจาก  
<https://www.gotoknow.org/posts/284784>.
- ภัทรา ภัทรโมน. (2556). *การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.
- วรรณภา พุ่มกาญจน์. (2556). *การศึกษาการรับรู้คุณค่าของการบริการ คุณภาพการบริการและ ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรสาขาลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริระ โอภาสพงษ์. (2541). *บริการเหนือเมฆ*. กรุงเทพฯ : คุรุสภา.
- โสธยา พูลเกษ. 2550. *ความคาดหวังของผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการของ โรงพยาบาลลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิงหา เกตุแก้ว. (2556). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบล คลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย บูรพา.
- สมหญิง เจียมศักดิ์ศรี.(2533). *มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมรัฐวิสาหกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณี รัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งโดยพระราชบัญญัติ*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สิทธิชัย บำเพ็ญเพียร. (2557). *คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมฤดี ธรรมสุริตี. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดี ต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญา โทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุภาวดี เกตุแก้ว. (2543). *ศึกษาคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สายฝน เลิศพิทักษ์ธรรม. (2558). *คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่* : กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- อุบลศรี หาญเจริญกิจ. (2543). *คุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเวียงป่าเป้า*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิวุฒิ ตั้งจิตการุญ. (2554). *คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต บริษัท โทร อินเทอร์เน็ต จำกัด ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- องค์การคลังสินค้า. (2555). *แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. 2555 – 2558*. นนทบุรี : คลังวิชา.
- องค์การคลังสินค้า. (2556ก). *การจัดการระบบคุณภาพ*. นนทบุรี : คลังวิชา.
- องค์การคลังสินค้า. (2556ข). *งานพัฒนาระบบคุณภาพ*. นนทบุรี : คลังวิชา.
- องค์การคลังสินค้า. (2556ค). *แผนวิสาหกิจระยะยาว ปี 2556-2559*. สืบค้นจาก <http://www.pwo.co.th>.
- องค์การคลังสินค้า. (2558ก). *ตัวชี้วัดระดับต่าง ๆ ประจำปีงบประมาณ 2558*. กรุงเทพฯ : องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- องค์การคลังสินค้า. (2558ข). *ศูนย์บริการประชาชน*. กรุงเทพฯ : แผนพัฒนาองค์กร.
- องค์การคลังสินค้า. (2558ค). *ศูนย์ข้อมูลองค์กรคลังสินค้า*. กรุงเทพฯ : แผนงานนโยบายรัฐบาล.
- Barnard, C. I. (1938). *The function of executive*. Cambridge : Harvard University.
- Gibson, J. L., John, M., Ivancevich, J. H., & Donnelly, J.R. (1987). *Organization: behavior, structure, processes* (10<sup>th</sup> ed.). Boston : McGraw-Hill.
- Jones, A. P. (1991). Organizations climate : A review of theory and research. *Psychological Bulletin*, 81, 1096 - 1112.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management : Analysis planning implementation and control* (8<sup>th</sup> ed.). Engle Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, KL. (2012). *Marketing management* (14<sup>th</sup> ed.). Kendallville: Pearson Prentice Hall.
- Moody, L., & McCormick, K. (1997). Psychophysiologic correlates of quality of life in chronic bronchitis and emphysema. *Western Journal of Nursing Research*, 13,336-352.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). Communication and control process in delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52.

Yamane, T. (1976). *Statistics: An introductory analysis*. New York : Harper and Row.

Simon, H.A. (1960). *The new science of management decision*. New York : Harper and Row.





**ภาคผนวก ก****แบบสอบถาม**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการ พัฒนาการให้บริการขององค์การคลังสินค้า ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบ แบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการองค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

นางสาวนิตยา คำสวนจิก

นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 30 ปี  31- 40 ปี  41 - 50 ปี  51 - 60 ปี  61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก

4. สถานภาพสมรส

โสด  สมรส  หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

5. ประเภทของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการโรงสี  ผู้ประกอบการลานมัน  อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ประเภทของบริษัท

ผู้ผลิต  ผู้นำเข้า  ผู้ส่งออก  ผู้จัดจำหน่ายส่ง  ผู้จัดจำหน่ายปลีก

7. อายุของบริษัท

น้อยกว่า 5 ปี  5-10 ปี  11-20 ปี  มากกว่า 20 ปี

8. ทุนจดทะเบียนบริษัท

น้อยกว่า 5 ล้านบาท  5-50 ล้านบาท  51-100 ล้านบาท

มากกว่า 100 ล้านบาท

9. ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558)

น้อยกว่า 50 ล้านบาท  51-100 ล้านบาท  101-200 ล้านบาท

มากกว่า 200 ล้านบาท

10. จำนวนพนักงาน

ไม่เกิน 100 คน  101-200 คน  201-300 คน  มากกว่า 300 คน



## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

11. ท่านเคยรู้จัก องค์การคลังสินค้า มาก่อนหรือไม่
 

<input type="checkbox"/> รู้จัก	<input type="checkbox"/> ไม่รู้จัก
---------------------------------	------------------------------------
12. ท่านใช้บริการองค์การคลังสินค้า/เดือน
 

<input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง/เดือน	<input type="checkbox"/> 3-4 ครั้ง/เดือน	<input type="checkbox"/> 5-6 ครั้ง/เดือน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
--	--	--	--
13. ท่านตัดสินใจใช้บริการขององค์การคลังสินค้าจากเหตุผลใด
 

<input type="checkbox"/> รับหลักประกันสัญญา	<input type="checkbox"/> ค่าเช่าคลังสินค้า	<input type="checkbox"/> ทำสัญญาซื้อขายข้าว
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....		
14. ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า
 

<input type="checkbox"/> 09.00-11.00 น.	<input type="checkbox"/> 12.00-14.00 น.
<input type="checkbox"/> 15.00-17.00 น.	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
15. ในการเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า ท่านเลือกใช้บริการหน่วยงานใด
 

<input type="checkbox"/> ส่วนงานการเงิน	<input type="checkbox"/> ส่วนงานจำหน่าย
<input type="checkbox"/> ส่วนงานพื้นที่ 1-4	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
16. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ที่ท่านเข้ารับบริการ
 

<input type="checkbox"/> โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> วิทยู
<input type="checkbox"/> เว็บไซต์	<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์
<input type="checkbox"/> คำแนะนำจากบุคคลอื่น	

### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการขององค์การคลังสินค้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด , 4 = เห็นด้วยมาก , 3 = เห็นด้วยปานกลาง , 2 = เห็นด้วยน้อย , 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

คุณภาพการบริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็นของคุณภาพการบริการ				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)</b>					
17 สิ่งแวดล้อมภายในสำนักงานองค์การคลังสินค้า สะอาด อากาศถ่ายเท ความสวยงาม					
18 สำนักงานองค์การคลังสินค้านี้มีพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอ					
19 สิ่งอำนวยความสะดวกสำนักงานองค์การคลังสินค้า เช่น เก้าอี้สำหรับรองรับบริการเพียงพอ					
20 สำนักงานองค์การคลังสินค้านี้มีป้ายบอกทาง ป้าย ตำแหน่ง ที่ชัดเจน					
21 องค์การคลังสินค้านี้เอกสารแนะนำในการติดต่อในแต่ละครั้ง					
22 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ มีความสุภาพ					
19 สิ่งอำนวยความสะดวกสำนักงานองค์การคลังสินค้า เช่น เก้าอี้สำหรับรองรับบริการเพียงพอ					
20 สำนักงานองค์การคลังสินค้านี้มีป้ายบอกทาง ป้าย ตำแหน่ง ที่ชัดเจน					

คุณภาพการบริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็นของคุณภาพการบริการ				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
21 องค์การคลังสินค้านี้มีเอกสารแนะนำในการติดต่อในแต่ละครั้ง					
22 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ มีความสำรวม					
<b>ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)</b>					
23 การบริการขององค์การคลังสินค้าทุกครั้งที่มีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ					
23 การบริการขององค์การคลังสินค้าทุกครั้งที่มีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ					
24 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของผู้ใช้บริการ					
25 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการ					
26 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้					
27 ผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าครบถ้วนถูกต้อง					
<b>ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ (Responsiveness)</b>					
28 การให้บริการขององค์การคลังสินค้าเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง					
29 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าบริการมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถามหรือการให้ข้อมูล					

คุณภาพการบริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็นของคุณภาพการบริการ				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
30 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ					
31 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าสามารถอธิบายถึงผลการให้บริการ และขั้นตอนให้ท่านเข้าใจ					
<b>ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)</b>					
32 การให้บริการขององค์การคลังสินค้ามีความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง					
33 ท่านสามารถติดต่อรับคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
34 องค์การคลังสินค้าแสดงความรับผิดชอบในการให้บริการหากเกิดข้อผิดพลาด					
35 คำแนะนำของเจ้าหน้าที่องค์การคลังสินค้ามีความชัดเจน น่าเชื่อถือ					
36 เจ้าหน้าที่ขององค์การคลังสินค้าแสดงออกและพูดจาด้วยความเป็นมิตร ทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ					
<b>ปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)</b>					
37 องค์การคลังสินค้าให้บริการด้วยความใส่ใจต่อผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องรอกการร้องขอจากผู้รับบริการ					
38 การแนะนำของพนักงานองค์การคลังสินค้าตรงกับที่ท่านต้องการ ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน					
39 พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้ามีความเต็มใจในการตอบข้อซักถามของท่าน					

คุณภาพการบริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็นของคุณภาพการบริการ				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
40 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า การมีมนุษย์สัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น การดูแลท่านอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ					
41 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้า ทักทายท่านอย่างเป็นมิตร					

#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด , 4 = เห็นด้วยมาก , 3 = เห็นด้วยปานกลาง , 2 = เห็นด้วยน้อย , 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
42 ท่านค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ขององค์การคลังสินค้า เป็นต้น					
43 ท่านให้ผู้ที่เคยใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้ามีส่วนร่วม ช่วยในการตัดสินใจ					
44 ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการขององค์การคลังสินค้า					

การตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า	ระดับความเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
45 ท่านได้สืบหาข้อมูลประวัติขององค์การคลังสินค้าก่อนเลือกใช้บริการ					
46 ท่านจะแนะนำคนอื่นมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้า					
47 ท่านจะกลับมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอีกครั้ง					
48 ท่านพิจารณาในเรื่องความง่าย และความสะดวกในการติดต่อของสำนักงานองค์การคลังสินค้า					
48 ท่านพิจารณาในเรื่องความง่าย และความสะดวกในการติดต่อของสำนักงานองค์การคลังสินค้า					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม



## ภาคผนวก ข

## ตารางแสดงผล Output โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ตารางแจกแจงความถี่ข้อมูลทั่วไป

## เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	143	51.8	51.8	51.8
หญิง	133	48.2	48.2	100.0
Total	276	100.0	100.0	

## อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 ปี	18	6.5	6.5	6.5
31-40 ปี	71	25.7	25.7	32.2
41-50 ปี	90	32.6	32.6	64.9
51-60 ปี	74	26.8	26.8	91.7
61 ปีขึ้นไป	23	8.3	8.3	100.0
Total	276	100.0	100.0	

## ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	8.0	8.0	8.0
ปริญญาตรี	158	57.2	57.2	65.2
ปริญญาโท	85	30.8	30.8	96.0
ปริญญาเอก	11	4.0	4.0	100.0
Total	276	100.0	100.0	



## สถานภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	85	30.8	30.8	30.8
	สมรส	165	59.8	59.8	90.6
	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	26	9.4	9.4	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

## ประเภทของผู้ประกอบการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ประกอบการโรงสี	197	71.4	71.4	71.4
	ผู้ประกอบการลานมัน	52	18.8	18.8	90.2
	เซอร์เวเยอร์	25	9.1	9.1	99.3
	อื่นๆโปรดระบุ	2	.7	.7	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

## ประเภทของบริษัท

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ผลิต	42	15.2	15.2	15.2
	ผู้นำเข้า	26	9.4	9.4	24.6
	ผู้ส่งออก	81	29.3	29.3	54.0
	ผู้จัดจำหน่ายส่ง	80	29.0	29.0	83.0
	ผู้จัดจำหน่ายปลีก	22	8.0	8.0	90.9
	อื่นๆโปรดระบุ	25	9.1	9.1	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

## อายุของบริษัท

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 5 ปี	82	29.7	29.7	29.7
5-10 ปี	86	31.2	31.2	60.9
11-20 ปี	77	27.9	27.9	88.8
มากกว่า 20 ปี	31	11.2	11.2	100.0
Total	276	100.0	100.0	

## ทุนจดทะเบียนบริษัท

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 5 ล้านบาท	63	22.8	22.8	22.8
5-50 ล้านบาท	91	33.0	33.0	55.8
51-100 ล้านบาท	75	27.2	27.2	83.0
มากกว่า 100 ล้านบาท	47	17.0	17.0	100.0
Total	276	100.0	100.0	

## ยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (2558)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 50 ล้านบาท	38	13.8	13.8	13.8
50-100 ล้านบาท	77	27.9	27.9	41.7
101-200 ล้านบาท	85	30.8	30.8	72.5
มากกว่า 200 ล้านบาท	76	27.5	27.5	100.0
Total	276	100.0	100.0	

## จำนวนพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่เกิน 100 คน	55	19.9	19.9	19.9
	101-200 คน	135	48.9	48.9	68.8
	201-300	50	18.1	18.1	87.0
	มากกว่า 300 คน	36	13.0	13.0	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

## ท่านเคยรู้จักองค์การคลังสินค้ามาก่อนหรือไม่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	รู้จัก	276	100.0	100.0	100.0

## ท่านใช้บริการองค์การคลังสินค้า/เดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 ครั้ง/เดือน	116	42.0	42.0	42.0
	3-4 ครั้ง/เดือน	93	33.7	33.7	75.7
	5-6 ครั้ง/เดือน	64	23.2	23.2	98.9
	อื่นๆโปรดระบุ	3	1.1	1.1	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

ท่านตัดสินใจใช้บริการขององค์การคลังสินค้าจากเหตุผลใด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	รับหลักประกันสัญญา	99	35.9	35.9	35.9
	ค่าเช่าคลังสินค้า	62	22.5	22.5	58.3
	ทำสัญญาซื้อขาย	97	35.1	35.1	93.5
	อื่นๆโปรดระบุ	18	6.5	6.5	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	09.00-11.00 น.	179	64.9	64.9	64.9
	12.00-14.00 น.	55	19.9	19.9	84.8
	15.00-17.00 น.	34	12.3	12.3	97.1
	อื่นๆโปรดระบุ	8	2.9	2.9	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

ในการเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้าท่านเลือกใช้บริการหน่วยงานใด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ส่วนงานการเงิน	106	38.4	38.4	38.4
	ส่วนงานจำหน่าย	102	37.0	37.0	75.4
	ส่วนงานพื้นที่ 1-4	53	19.2	19.2	94.6
	อื่นโปรดระบุ	15	5.4	5.4	100.0
	Total	276	100.0	100.0	

## แหล่งข้อมูลใดที่ท่านใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าที่ท่านเข้ารับบริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โทรศัพท์	55	19.9	19.9	19.9
วิทยุ	8	2.9	2.9	22.8
เว็บไซต์	119	43.1	43.1	65.9
หนังสือพิมพ์	22	8.0	8.0	73.9
คำแนะนำจากบุคคล	72	26.1	26.1	100.0
อื่น				
Total	276	100.0	100.0	

## ตารางค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	276	2.17	4.33	3.8333	.48053
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	276	2.40	5.00	4.0942	.44848
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ	276	3.00	4.75	4.0534	.46427
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ	276	2.40	5.00	4.1681	.43468
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	276	2.40	5.00	3.7457	.50835
Valid N (listwise)	276				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
สิ่งแวดล้อมภายใน สำนักงานองค์การ คลังสินค้า สะอาด อากาศถ่ายเทความสวยงาม	276	1	5	3.67	.629
สำนักงานองค์การ คลังสินค้ามีพื้นที่สำหรับ จอดรถเพียงพอ	276	2	5	3.69	.555
สิ่งอำนวยความสะดวก สำนักงานองค์การ คลังสินค้าเช่นเก้าอี้สำหรับ รองรับบริการเพียงพอ	276	1	5	3.71	.593
สำนักงานองค์การ คลังสินค้ามีป้ายบอกทาง ป้ายตำแหน่งที่ชัดเจน	276	2	5	4.17	.855
องค์การคลังสินค้ามี เอกสารแนะนำในการ ติดต่อในแต่ละครั้ง	276	2	5	3.90	.610
เจ้าหน้าที่ขององค์การ คลังสินค้าแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ มีความ สุภาพ มี ความสุภาพ	276	2	5	3.85	.508
Valid N (listwise)	276				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
การบริการขององค์กร คลังสินค้าทุกครั้งมีความ ถูกต้องเหมาะสมและมี ความสม่ำเสมอ	276	2	5	3.95	.516
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าให้คำแนะนำใน การแก้ปัญหาต่างๆของ ผู้ใช้บริการ	276	2	5	3.95	.530
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าให้บริการมี ความเสมอต้นเสมอปลาย ในการให้บริการ	276	2	5	3.99	.512
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้	276	2	5	4.29	.727
ผู้ใช้บริการได้รับคำปรึกษา และข้อมูลต่างๆจาก เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าครบถ้วนถูกต้อง	276	2	5	4.29	.689
Valid N (listwise)	276				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
การให้บริการขององค์กร คลังสินค้าเป็นไปอย่าง สะดวก รวดเร็วและ ถูกต้อง	276	3	5	3.67	.544
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าบริการมีความ พร้อมต่อการตอบข้อซัก ถามหรือการให้ข้อมูล	276	3	5	3.65	.535
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าแสดงความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ	276	3	5	4.39	.539
เจ้าหน้าที่ขององค์กร คลังสินค้าสามารถอธิบาย ถึงผลการให้บริการและ ขั้นตอนให้ท่านเข้าใจ	276	3	5	4.50	.515
Valid N (listwise)	276				



## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
การให้บริการขององค์กร คลังสินค้ามีความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง	276	2	5	3.95	.516
ท่านสามารถติดต่อรับ คำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ ขององค์กรคลังสินค้าได้ ทุกครั้งที่มาใช้บริการ	276	2	5	3.95	.530
องค์กรคลังสินค้าแสดง ความรับผิดชอบในการ ให้บริการหากเกิด ข้อผิดพลาด	276	2	5	3.99	.512
คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ องค์กรคลังสินค้ามีความ ชัดเจนน่าเชื่อถือ	276	2	5	4.34	.738
เจ้าหน้าที่องค์กร คลังสินค้าแสดงออกและ พูดจาด้วยความเป็นมิตร ทำให้ท่านเกิดความมั่นใจ ในการใช้บริการ	276	2	5	4.61	.659
Valid N (listwise)	276				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
องค์การคลังสินค้าให้บริการด้วยความใส่ใจต่อผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องรอกการร้องขอจากผู้รับบริการ	276	2	5	3.60	.573
การแนะนำของพนักงานองค์การคลังสินค้าตรงกับที่ท่านต้องการถูกต้องครบถ้วน ชัดเจน	276	2	5	3.61	.609
พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้ามีความเต็มใจในการตอบข้อซักถามของท่าน	276	2	5	3.65	.575
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้าการมีมนุษยสัมพันธ์ และความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่นการดูแลท่านอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการให้บริการ	276	2	5	3.94	.708
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การคลังสินค้าทักทายท่านอย่างเป็นมิตร	276	2	5	3.93	.755
Valid N (listwise)	276				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้าผ่านช่องทางต่างๆเช่นเว็บไซต์ขององค์การคลังสินค้าเป็นต้น	276	2	5	3.78	.809
ท่านให้ผู้ที่เคยใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	276	2	5	3.76	.837
ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการขององค์การคลังสินค้า	276	2	5	3.71	.765
ท่านได้สืบหาข้อมูลประวัติขององค์การคลังสินค้าก่อนเลือกใช้บริการ	276	2	5	3.70	.828
ท่านจะแนะนำคนอื่นมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้า	276	2	5	3.70	.817
ท่านจะกลับมาใช้บริการของสำนักงานองค์การคลังสินค้าอีกครั้ง	276	2	5	3.66	.848
ท่านพิจารณาในเรื่องความง่ายและความสะดวกในการติดต่อของสำนักงานองค์การคลังสินค้า	276	2	5	3.69	.909
Valid N (listwise)	276				

ตารางความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้า

### Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5
ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ	Pearson	1	.298	.029	.256	.306
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.629	.000	.000
	N	276	276	276	276	276
ด้านความน่าเชื่อถือในการ ให้บริการ	Pearson	.298	1	.129	.961	.458
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.033	.000	.000
	N	276	276	276	276	276
ปัจจัยด้านการตอบสนอง ต่อความต้องการการ บริการ	Pearson	.029	.129	1	.111	.055
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.629	.033		.065	.365
	N	276	276	276	276	276
ด้านการสร้างความมั่นใจ ให้แก่ผู้มารับบริการ	Pearson	.256	.961	.111	1	.384
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.065		.000
	N	276	276	276	276	276
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	Pearson	.306	.458	.055	.384	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.365	.000	
	N	276	276	276	276	276

ตารางวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

Regression

### Variables Entered/Removedb

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x5, x3, x1, x4, x2	.	Enter

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.525	.275	.262	.59695

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.563	5	7.313	20.521	.000
	Residual	96.213	270	.356		
	Total	132.775	275			

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.958	.511		5.792	.000
	x1	-.091	.080	-.063	-1.128	.260
	x2	.786	.312	.507	2.518	.012
	x3	-.014	.078	-.010	-.184	.854
	x4	-1.120	.308	-.701	-3.636	.000
	x5	.697	.083	.510	8.381	.000

**ประวัติผู้เขียน**

<b>ชื่อ-นามสกุล</b>	นิตยา คำสวนจิก
<b>อีเมล</b>	pwo54046@gmail.com, nittaya.cham@bumail.net
<b>ประวัติการศึกษา</b>	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนศรีกระนวนวิทยาคม, 2542 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนศรีกระนวนวิทยาคม, 2545 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2549
<b>ประสบการณ์ทำงาน</b>	2549 – ปัจจุบัน องค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 17 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิตยา ศาสตราภิกษา อยู่บ้านเลขที่ 71141

ซอย 17 ถนน - ตำบล/แขวง ทวีวัฒนา

อำเภอ/เขต 6 กรกฎาคม จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11150

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 757020961

ระดับปริญญา  ตริ  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
องค์กรคลังสินค้า

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นางสาว นิตยา ศิวานิก )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อัญฐิภา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร