




คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่ง  
พัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์  
อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

รัฐพรณ สมเชื้อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

กุมภาพันธ์ 2563

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่ง  
พัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์  
อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์



รัฐพรณ สมเชื้อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

กุมภาพันธ์ 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

Effect of Service Quality on Customer Decision to Use the  
Parcel and Luggage Delivery Service of State Railway of Thailand  
at Sila-at Station, Mueang District, Uttaradit Province



Rattipan Somcher

A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements  
for Master of Business Administration Program (Business  
Administration)  
faculty of Management Science Uttaradit Rajabhat University  
February 2020  
Copyright of Uttaradit Rajabhat University

วิทยานิพนธ์ เรื่อง

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ  
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

ของ

รัฐิพรรณ สมเชื้อ

ได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์  
ให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

(รองศาสตราจารย์บุญทวารวรรณ วิงวอน )

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รุจิเมธาภาส)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต )

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์และเลขานุการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรืองเดช วงศ์หล้า)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
ผู้วิจัย	รัฐพรพรรณ สมเชื้อ
ปริญญา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ตามทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้า สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ประชากร คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระที่สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนได้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยเก็บจากลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระที่สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการตอบสนอง มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจลูกค้า ด้านความแน่นอน และด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรมตามลำดับ และทุกด้านมีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยพฤติกรรมภายหลังการซื้อมีระดับการตัดสินใจสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก และการรับรู้ปัญหาตามลำดับ อีกทั้งการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความ

แน่นอน ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, บริการขนส่งพัสดุหีบห่อ



## Abstract

Title	Effect of Service Quality on Customer Decision to Use the Parcel and Luggage Delivery Service of State Railway of Thailand at Sila-at Station, Mueang District, Uttaradit Province
Author	Rattipan Somcher
Degree	Master of Business Administration Program (Business Administration)
Advisor	Dr. Chatchai Sucharit
Co-Advisor	Dr.Sirikarnda Yaemkong

The purposes of this research were to study level of service quality and customer decision to use the parcel and luggage delivery service of the State Railway of Thailand (SRT) at Sila-At Station, Muang District, Uttaradit Province and to explore service quality affecting customer decision on using the parcel and luggage delivery service of the State Railway of Thailand at Sila-At Station. The infinite population of this research was customers who used the parcel and luggage delivery service of SRT at Sila-At Station, Muang District, Uttaradit Province. The sample selected by accidental sampling was 400 customers who used the parcel and luggage delivery service of SRT at Sila-At Station. The instruments used were questionnaires. The percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis were the parameters used for statistical analysis.

The results revealed that the overall service quality and customer decision on using the parcel and luggage delivery service of SRT at Sila-At Station, Muang District, Uttaradit Province was at a high level. The highest ranked factor was responsiveness followed by reliability, assurance, empathy and tangibles respectively, and all these factors were ranked at a high level. Moreover, customer decision on using the parcel and luggage delivery service of SRT at Sila-At Station was at a high level. The highest ranked factor was post purchase behavior followed by

purchase decision, information search, evaluation of alternative, and problem recognition respectively. In addition, the hypothesis testing result showed that service quality factors including reliability, responsiveness and assurance affected customer decision on using the parcel and luggage delivery service of SRT at Sila-At Station, Muang District, Uttaradit Province with statistical significance at 0.05.

Keyword : Service Quality, Customer Decision, Parcel



## กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์คือ อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต ประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ศิริกานดา แหยมคง กรรมการที่ปรึกษา ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำชี้แนะ การค้นคว้า ข้อมูล ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดขั้นตอนของการวิจัย และช่วยเหลือการตรวจ ติดตามแก้ไข ข้อบกพร่อง วิทยานิพนธ์ให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อาจารย์ ดร.สุภัญชลี อ้นไชยะ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ นายรักพงษ์ คำลือ หัวหน้าเจ้าหน้าที่กองจัดการเดินรถเขต 3 การรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ได้กรุณาช่วยเหลือด้านการตรวจสอบถูกต้องสมบูรณ์ของเครื่องมือ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขจนสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลดำเนินการวิจัยได้ และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจทุกท่าน รวมถึงผู้เป็นเจ้าของข้อมูลและทฤษฎีทั้งหมด ที่ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของท่าน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย และให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นอย่างดี จนประสบความสำเร็จในการศึกษา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณอาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา บุพการี คณะเพื่อน เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุกท่านที่มีส่วนร่วมช่วยเหลือ สนับสนุนให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้มีอุปการคุณดังกล่าวไว้ ณ โอกาสนี้เป็นอย่างยิ่ง

รัฐพรพรรณ สมเชื้อ

## สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....	18
บริบทของสถานีรถไฟสีลาอาสน์.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	40

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ 53	
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 61	
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	65
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผล.....	71
ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	80
ภาคผนวก ข หนังสือราชการ.....	82
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการวิจัย.....	86
ภาคผนวก ง แบบประเมินดัชนีความสอดคล้อง (IOC).....	95

ประวัติย่อผู้วิจัย ..... 103



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ.....	14
ตารางที่ 2 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ.....	14
ตารางที่ 3 แสดงตัวแปรของคุณภาพการให้บริการ.....	17
ตารางที่ 4 ความหมายของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....	27
ตารางที่ 5 สถิติประชาชนผู้ใช้บริการ สถานีรถไฟศิลาอาสน์.....	35
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	49
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	49
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	51
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	51
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด.....	52
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนใหญ่ท่านใช้บริการขนส่ง หีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด.....	53
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์.....	54
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ด้านความเชื่อถือได้.....	55
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์.....	56
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์.....	57

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ .....	59
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ .....	60
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง พัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ .....	61
ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์.....	65
ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟ.....	66
ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์.....	67

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงถึงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ .....	22
ภาพที่ 2 แสดงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค .....	23
ภาพที่ 3 สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ ในปี พ.ศ. 2495 .....	30
ภาพที่ 4 สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ ในปี พ.ศ. 2561 .....	32
ภาพที่ 5 โครงสร้างฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ .....	33



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

การขนส่งด้วยระบบรางของการรถไฟแห่งประเทศไทย เริ่มมีการใช้บริการด้านการขนส่ง ลดลงจากแต่ก่อน เนื่องด้วยปัจจุบันนี้ มีการขนส่งทางถนนเพิ่มขึ้น และมีบริษัทขนส่งเกิดขึ้นใหม่เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทเอกชนหลายบริษัท ที่นับวันก็จะมี การขยายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่เกิดขึ้นในประเทศ หรือบริษัทที่เกิดขึ้นจากต่างประเทศแต่มา สร้างเครือข่ายภายในประเทศ และเริ่มมีการแข่งขันกันสูงและพัฒนาการขนส่งให้ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย ที่มีทั้งส่งของได้ภายในประเทศและ ภายนอกประเทศ แต่ถ้าเมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งทางรางแล้ว การขนส่งทางรางยังไม่สามารถ พัฒนาได้เท่าเทียมกับการขนส่งทางถนน แต่อย่างไรก็ตามการขนส่งทางถนนกับทางราง ทางรางยังมี ข้อดีมากกว่าในเรื่องการใช้พลังงานเชื้อเพลิง การเกิดอุบัติเหตุ การจราจร และต้นทุนในการขนส่ง

การขนส่งด้วยระบบรางของการรถไฟแห่งประเทศไทย ต้องรับผิดชอบในการสร้างบริหาร และบำรุงรักษาองค์ประกอบหลักของการขนส่งทั้ง 4 องค์ประกอบ กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบ ควบคุมการเดินรถ อาคารสถานีและล้อเลื่อน ขณะที่ผู้ประกอบการขนส่งทางบก ทางน้ำ และทาง อากาศอื่น ๆ จะรับผิดชอบเฉพาะยานพาหนะ (รถ เรือ เครื่องบิน) และมีหน่วยงานราชการเป็น ผู้รับผิดชอบองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น กรมทางหลวง กรมเจ้าท่า การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นต้น ทำให้การขนส่งระบบรางโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย ไม่สามารถแข่งขันได้อย่างเท่าเทียม ปัจจุบันดังกล่าวนำไปสู่ความพยายามในการปรับโครงสร้างการบริหารการรถไฟและการขนส่งระบบราง ของประเทศ โดยอาศัยแนวทางการปรับโครงสร้างการรถไฟจากทั่วโลก

การขนส่งทางรถไฟ ทำให้สามารถขนส่งสินค้าได้ครั้งละจำนวนมากจึงทำให้ค่าใช้จ่ายใน การขนส่งต่อหน่วยต่ำกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่น อีกทั้งก่อให้เกิดมลภาวะน้อยกว่าทางถนนด้วย สินค้าที่นิยมขนส่งจึงมักเป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่ำและน้ำหนักมาก ๆ เช่น ปูนซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์ ปิโตรเลียม พืชพรรณทางการเกษตร พัสตุหีบห่อและสัมภาระ เป็นต้น ส่วนข้อเสียของการขนส่ง ทางรถไฟ คือ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางนาน การบรรจุของสินค้าจะต้องสามารถทนต่อแรงกระแทก สูงได้ เพราะต้องมีการขนถ่ายซ้ำ จากสถานีรถไฟไปยังสถานที่ปลายทาง และเหนือสิ่งอื่นใด ข้อจำกัด ทางด้านรางรถไฟ (เส้นทางที่มีอยู่จำกัด) ทำให้การขนส่งทางรถไฟมีความน่าเชื่อถือน้อยกว่าการขนส่ง แบบอื่น เนื่องจากจะต้องให้ความสำคัญกับการโดยสารก่อนการขนส่งสินค้านั่นเอง

ภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัวลงอย่างมาก ภาวะเศรษฐกิจและสังคมโลกที่ผันผวน รัฐบาลพร้อมมุ่งมั่น ขับเคลื่อนนโยบายด้วยการทุ่มเทความรู้ความสามารถและผนึกกำลังเพื่อแก้ไขปัญหาที่สะสมมาอย่างยาวนาน แม้จะมีระยะเวลาที่กำหนดแต่รัฐบาลจะไม่ถือว่าเงื่อนไขและเงื่อนไขดังกล่าวเป็นจุดอ่อนหรือข้อจำกัดกลับจะเป็นความท้าทายให้ต้องเร่งคิดเร่งทำเพราะการคืนความสุขแก่ประชาชนนั้นยิ่งทำก่อนทำจริงจังและทำทันทีจนบังเกิดผลสัมฤทธิ์เร็วที่สุดและยั่งยืนเท่าใดยิ่งเป็นผลดีต่อประชาชนและประเทศชาติเร็วเท่านั้น (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2557, น.3)

การพัฒนาาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและการคมนาคมเป็นสิ่งหนึ่งในนโยบายสำคัญในการปรับตัวของประเทศและการขับเคลื่อนประเทศที่ต้องเดินไปข้างหน้าให้ทันต่อกระแสโลกและเป็นการส่งเสริมบทบาทที่จะเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางบกทางราง ทางน้ำ และทางอากาศให้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อสามารถยกระดับคุณภาพ การเดินทางและการขนส่งมาตรฐานสากล สร้างความได้เปรียบให้กับประเทศไทย (ประจัน จันตอง, 2557, น.3)

เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ประเทศไทยต้องพัฒนาเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระบบโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางบก ทางราง ทางน้ำและทางอากาศ รวมถึงการเร่งพัฒนาการเชื่อมโยงในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษระหว่างแนวชายแดน จัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อการส่งเสริมการค้าและการลงทุน และยกระดับขีดความสามารถของประเทศไทยให้แข่งขัน ในระดับสากลได้อย่างเต็มภาคภูมิ (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2557)

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและด้านโลจิสติกส์เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้า เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญมั่นคงและสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้แก่ประชาชนชาวไทย กระทรวงคมนาคมได้พิจารณาถึงความจำเป็นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและด้านโลจิสติกส์เพื่อตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาประเทศคือการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและการสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศภูมิภาค

การวิจัยงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิจัยการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของระบบราง เนื่องจากเป็นระบบการขนส่งที่มีต้นทุนต่ำและมีโครงข่ายเชื่อมโยงในภูมิภาคที่กำลังเติบโตทางด้านการค้ารวมทั้งกระทรวงคมนาคมได้เร่งรัดการดำเนินการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพด้วยการขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ระบบรางเป็นทางเลือกหลักในการเดินทางและขนส่งสินค้าที่สะดวก ประหยัดและปลอดภัยทั้งนี้เมื่อพัฒนาตามแผนงานพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างพื้นที่จะทำให้เกิดผลดี

การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีข้อจำกัดในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นจำนวนการเดินทางของขบวนสินค้าที่มีจำนวน 2 รอบต่อวัน (ไป – กลับ) สถานีต้นทางและสถานีปลายทางของผู้ส่งและรับพัสดุหีบห่อและสัมภาระมีอยู่จำกัด ไม่ครอบคลุมทั่วภูมิภาค และการรถไฟแห่งประเทศไทยต้องใช้การจำหน่ายพัสดุหีบห่อและสัมภาระถึงมือผู้รับ โดยที่ผู้รับจะต้องมาติดต่อบริษัทพัสดุหีบห่อและสัมภาระได้ที่สถานีปลายทาง ต่างจากการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทเอกชน ที่บริษัทเหล่านี้มีการขนส่งที่ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค ผู้รับพัสดุหีบห่อและสัมภาระสามารถรอรับที่หน้าบ้านได้เลย โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมารับพัสดุหีบห่อและสัมภาระที่บริษัทและยังสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งของพัสดุหีบห่อและสัมภาระได้ การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟยังใช้เวลา 1 วันในการขนส่งสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งของบริษัทเอกชนและบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ใช้เวลาในการขนส่งที่มากกว่าการขนส่งของการรถไฟ

ในปัจจุบันนี้การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในย่านสถานีศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตต์ จังหวัดอุดรดิตต์ มีประชาชนส่วนใหญ่ในความสนใจใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระเป็นจำนวนมากไม่น้อย และ ยังมีประชาชนมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้บางครั้งทางสถานีศิลาอาสน์ให้บริการที่ไม่ได้คุณภาพ ล่าช้า รอใช้บริการเป็นเวลานาน ทำให้เสียเวลาในการมาใช้บริการและการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระทางขบวนรถไฟมีบริษัทเอกชนเข้ามาสัมปทานด้านการบรรจุพัสดุหีบห่อและสัมภาระในการขนส่งสินค้าของทางสถานีศิลาอาสน์ ทำให้ทางสถานีศิลาอาสน์ไม่สามารถควบคุมพนักงานที่ให้บริการไม่ได้และทำให้ประชาชนที่มาใช้บริการบางส่วนสับสนในการเลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการบางส่วนเลือกที่จะกลับไปใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของที่อื่น เช่น การขนส่งไปรษณีย์ไทย การขนส่งเอกชน เป็นต้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตต์ จังหวัดอุดรดิตต์ ซึ่งผลของการศึกษาคั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับในการวางแผนและพัฒนาศักยภาพของการขนส่งสินค้าของสถานีรถไฟศิลาอาสน์ การรถไฟแห่งประเทศไทย สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีรถไฟศิลาอาสน์ให้ได้มากที่สุด และนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นในการบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีก และมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางด้านบริการขนส่งทางรางรถไฟในอนาคต

## คำถามการวิจัย

1. ระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์อยู่ในระดับใด
2. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ส่งผลมากน้อยเพียงใด

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

## ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้ดังต่อไปนี้

### ขอบเขตด้านพื้นที่

ฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 - กรกฎาคม 2562

### ขอบเขตด้านประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ช่วงเดือนเมษายน 2562 – เดือนมิถุนายน 2562

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน คือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness) ความแน่นอน (Assurance) ความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible)
2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระทั้ง 5 ด้าน คือ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

### คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถานีรถไฟศิลาอาสน์เป็นย่านสับเปลี่ยนรถไฟ ย่านสินค้า จุดตัดตู้โบกี้รถไฟขึ้นสู่ภาคเหนือ ศูนย์รวบรวมตู้สินค้า จุดสิ้นสุดสถานีรถไฟทางราบ สถานีเริ่มต้นการส่งห้วงตราทางสะดวกเป็นสถานีเดียวของอุตรดิตถ์ที่ขบวนรถทุกขบวนจอดที่สถานี จุดรับส่งสินค้าทางรถไฟของอำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์ และเป็นสถานีกลางทางที่ขบวนรถไฟทุกขบวนจะใช้เวลาจอดมากกว่าปกติ
2. คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เห็นเหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องกระทำต่อลูกค้า เมื่อลูกค้าถูกใจในสิ่งที่ได้รับบริการตรงตามความต้องการ ณ สถานที่ที่ให้บริการลูกค้าลูกค้าจะกลับมาใช้บริการในสถานีที่นั่นอีกครั้ง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้คุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย
  - 2.1 ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการทุกครั้งต้องมีความสม่ำเสมอ สามารถให้ความไว้วางใจได้ในการวิจัยครั้งนี้ ความน่าเชื่อถือได้ ยังรวมถึง พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ต้องการของลูกค้า มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามที่ต้องการ พนักงานสามารถดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูล โดยไม่เกิดความผิดพลาด รวมทั้งข้อมูลส่วนตัวที่จะได้รับความปลอดภัยจากการให้บริการ
  - 2.2 ความสามารถตอบสนอง หมายถึง ความพร้อมและเต็มใจ ยินดีที่จะให้บริการในทันทีที่ได้รับการร้องขอจากลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีและผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ในการวิจัยครั้งนี้ การตอบสนองความต้องการยังรวมถึง การที่ลูกค้าสามารถติดต่อกับฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ ได้อย่างสะดวก

พนักงานขนส่งพัสดุให้บริการด้วยความรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ มีช่องทางในการรับบริการที่สะดวกรวดเร็ว

2.3 ความแน่นอน หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถเป็นอย่างดีในการให้บริการ การวิจัยครั้งนี้ การให้ความมั่นใจ ยังรวมถึง พนักงานขนส่งพัสดุ มีความรู้เกี่ยวกับบริการ สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน สามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี ฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีความรวดเร็วในการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐาน และมีระบบการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง

2.4 ความเข้าใจลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละคน การวิจัยครั้งนี้ ความเข้าใจลูกค้า ยังรวมถึง พนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละคนเท่าเทียมกันมีความเข้าใจ และให้บริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้อย่างชัดเจน สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจง่าย รวมทั้งฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแนะนำบริการใหม่ ๆ เป็นระยะ ๆ

2.5 ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การวิจัยครั้งนี้ ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม ยังรวมถึง พนักงานขนส่งพัสดุ มีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย มีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการขนส่งพัสดุ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ รวมทั้งฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ ดูสะอาดตา มีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีความทันสมัย

3. พัสดุหีบห่อคือ สิ่งของที่ฝากส่งไปกับขบวนรถโดยที่ผู้ฝากส่งไม่ได้เดินทางไปกับสิ่งของนั้น ๆ มีการคิดค่าธรรมเนียมของตามน้ำหนัก

4. สัมภาระคือ สิ่งของที่น่าติดตัวไปกับขบวนรถได้ แต่มีน้ำหนักเกิน 30 กิโลกรัม และต้องมีค่าธรรมเนียมของแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 หัตถภาระ คือ ถุงย่าม ห่อผ้า กระเป๋าถือ หีบหรือกระป๋องทุกชนิด ซึ่งผู้โดยสารนำไปในห้องรถโดยสารสำหรับใช้สอยเอง หรือเพื่อความสะดวก

4.2 ครุภาระ คือ สรรพสิ่งของเครื่องใช้ทุกชนิด

5. การตัดสินใจเลือกการใช้บริการ เป็นกระบวนการที่สำคัญต่อผู้ให้บริการหรือและผู้รับบริการ เนื่องจากผู้รับบริการจะมีขั้นตอนของการตัดสินใจที่เป็นผลมาจากการตอบสนองต่อความต้องการจากผู้ให้บริการ ตลอดจนผู้รับบริการได้รับการดูแลเอาใจใส่ในระหว่างหรือหลังจากการได้รับบริการด้วย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

5.1 การรับรู้ปัญหา หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ได้ถึงความต้องการภายในของบุคคลนั้น อาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกและภายใน หรืออาจเกิดขึ้นเอง

5.2 การค้นหาข้อมูล หมายถึง การแสวงหาและรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระต้องการจะใช้บริการ โดยพิจารณาจาก การสอบถามจากบุคคลในครอบครัว บุคคลที่รู้จักกัน แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

5.3 การประเมินผลทางเลือก คือ เมื่อลูกค้าได้รับข้อมูลจากการค้นหาข้อมูลแล้ว ลูกค้าจะมีความเข้าใจและทำการประเมินทางเลือกในทางต่าง ๆ

5.4 การตัดสินใจซื้อ คือ หลังจากที่ลูกค้ามีการประเมินผลจากทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ลูกค้าจะมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระต่าง ๆ และตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ชอบมากที่สุด

5.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ หลังการบริการขนส่งจากการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระแล้ว ลูกค้าจะมีประสบการณ์ในการเข้ารับบริการขนส่งนั้น หากการบริการขนส่งนั้นมีคุณสมบัติอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะจดจำและไม่ทำการใช้บริการขนส่งซ้ำ แต่หากการบริการขนส่งนั้นมีคุณสมบัติอยู่ในระดับที่สูงกว่าลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะทำการใช้บริการขนส่งซ้ำ

### สมมติฐานการวิจัย

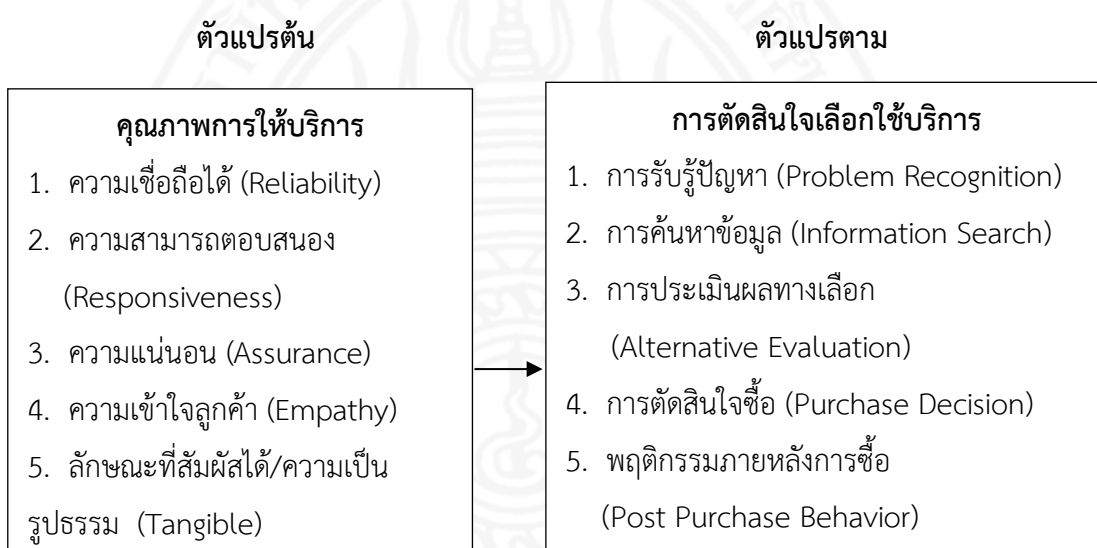
คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. สถานีรถไฟศิวลาอาสน์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. สถานีรถไฟศิวลาอาสน์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแผนการตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชนมาใช้บริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการรถไฟแห่งประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป
3. สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ซึ่งส่งผลกับคุณภาพการให้บริการของสถานีรถไฟศิวลาอาสน์จะทำให้ประชาชนผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการบริการของสถานีรถไฟศิวลาอาสน์และข้อมูลในส่วนนี้ยังสามารถนำไปปรับปรุง พัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ และแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ซึ่งผู้วิจัยสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. บริบทของสถานีรถไฟศิลาอาสน์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

หลายทศวรรษนับจากประเทศไทยผ่านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบริหารจากระบบราชการใช้อำนาจแบบอำมาตยาธิปไตย (Bureaucratic Polity) มาเป็นการปกครองที่เน้นการให้อำนาจแก่ตัวแทนของประชาชนผ่านระบบรัฐสภา (Parliamentary Regime) การบริหารงานภาครัฐไทยไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญเท่าใดนักกับการให้บริการประชาชน ไม่ว่าจะมองในแง่คุณภาพการตอบสนองความต้องการให้เกิดผล หรือปริมาณของการให้บริการที่เพียงพอเพื่อสนับสนุนการเติบโตของภาคธุรกิจและภาคประชาชน และยังให้ความสำคัญน้อยลงไปเมื่อก้าวถึงเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) โดยได้ไปให้ความสำคัญกับประเด็นความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการ พร้อมกับมีเครื่องมือวัดประเมินความพึงพอใจแบบต่างหน่วยต่างวากันไปเอง การใช้เครื่องมือวัดคุณภาพของการให้บริการที่ได้มาตรฐาน จึงไม่ปรากฏแพร่หลายมากนักกับหน่วยงานภาครัฐไทยที่ทำหน้าที่หลักในการจัดบริการสาธารณะ แม้ระบบราชการของเรา หลายที่ผ่านมาจนปัจจุบัน จะอยู่ในภาวะของการบริหารราชการแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ (Result-based Management) ก็ตาม แตกต่างไปจากการบริหารภาครัฐของประเทศในโลกรตะวันตก ยกเว้นไว้แต่ในแวดวงวิชาชีพการพยาบาลของไทย ที่ดูจะได้รับความสนใจและมีการพัฒนาองค์ความรู้ ตลอดไปจนถึงการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการอย่างกว้างขวางต่อเนื่อง

### ความหมายของคุณภาพการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้หลากหลาย เช่น (Lewis & Booms, 1983, pp.99-107) กล่าวว่า ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด (Ghobadian, Speller, & Jones, 1994, pp.144 - 150) กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก และภาคธุรกิจที่, อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการดำรงอยู่รอดในธุรกิจ เหมือนกับ (กนกวรรณ นาสมปอง, 2555, น.27) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ และ (สุพจน์ วิริยะสาธ, 2554) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ว่าความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, น.66) อธิบายให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการ โดยพื้นฐาน แล้วนับเป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้และการคาดเดาคาดหมายลำบาก จึงมีความพยายามจากนักวิชาการอย่างต่อเนื่องในการค้นหาแนวทางการประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติในการปฏิบัติและเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพบริการ

ปิยพงศ์ พุฒินิชย์ (2556, น.33) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการบริการ การรับรู้ และความรู้สึกลูกค้า โดยผู้บริโภครู้สึกว่าการประเมินคุณภาพการบริการจากการเปรียบเทียบที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจในการสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าตามมา

Etzel (2014) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้นควรคำนึงถึง

1. การตั้งความคาดหวังของผู้บริโภค
2. ควรวัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมี

รูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูนของผู้บริโภค

### ลักษณะของการให้บริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการซึ่งมีผลต่อการออกแบบการดำเนินงานทางการตลาดดังต่อไปนี้ (Kotler, 2010)

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อและไม่สามารถคาดเดาผลที่จะเกิดขึ้นได้ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงผู้ซื้อจะมองหาสัญญาณที่บ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการโดยจะพิจารณาจากสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และราคา ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ซื้อ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันนั่นคือไม่มีตัวสินค้าที่สามารถเก็บรักษาทำการจำหน่ายและบริโภคที่หลังได้ผู้ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้เพียงหนึ่งรายทำให้เกิดปัญหาเรื่องข้อจำกัดด้านเวลาขึ้นซึ่งกลยุทธ์ที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวนั้นผู้ให้บริการอาจทำการขยายกลุ่มผู้ใช้บริการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นและกำหนดมาตรฐานเวลาการให้บริการให้รวดเร็วซึ่งจะทำให้สามารถบริการลูกค้าได้มากขึ้น

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการให้บริการมีความไม่แน่นอนสูงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ตัวผู้ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ สถานที่ที่ให้บริการ ดังนั้นธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การคัดเลือก และการอบรมการให้บริการแก่พนักงาน
- 3.2 กำหนดขั้นตอนในการให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งระบบของธุรกิจ
- 3.3 การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า จากการสอบถามความคิดเห็น การเปิด

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การให้บริการนั้นไม่สามารถเก็บได้เหมือนกับสินค้าอื่นซึ่งจะเกิดปัญหาคืนเมื่อความต้องการไม่แน่นอนทำให้เกิดเหตุการณ์การให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าเกิดขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่ให้บริการจะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะปรับความต้องการซื้อและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกัน เช่น การนำเอากลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความต้องการซื้ออย่างสม่ำเสมอ หรือการจ้างพนักงานเพิ่มชั่วคราวในช่วงเวลาที่มีจำนวนลูกค้ามากกว่าปกติ เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น

### เกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552) กล่าวว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเองโดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการให้เลือกเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Assurance) ซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

2. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) ซึ่งได้แก่ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ความทันสมัยของอุปกรณ์สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เป็นต้น

4. ความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) ซึ่งได้แก่การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการผู้รับบริการ ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นต้น

5. การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) ได้แก่ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ การติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้า เป็นต้น

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2013, pp.41-50) คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

มีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะงานวิจัยของ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2013) ที่มุ่งศึกษาแบบเจาะจงกลุ่ม (Focus Group Research) โดยวัดคุณลักษณะ 10 ประการ และให้ผู้บริโภคนเป็นผู้ประเมินคุณลักษณะนั้น และผลการประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภค พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และมีตัวแปร 5 ตัวต่อไปนี้เป็นตัวแปรที่มีความแข็งแกร่งในการนำมาใช้ประเมินด้านคุณภาพของการบริการ รวมถึงการการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการรถไฟฟ้า สามารถสรุป

เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ ได้ดังนี้ (ชุตินมชนัน วิมูลชาติ, 2553, น.26-27)

ตารางที่ 1 เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ

ปัจจัย	ความหมาย
1. ความเชื่อถือได้ (Reliability)	คือ ความสามารถที่จะให้บริการตามคำมั่นด้วยความถูกต้อง
2. ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness)	คือ ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและบริการอย่างรวดเร็ว
3. ความแน่นอน (Assurance)	คือ การให้ความรู้ ความสุภาพของพนักงานและความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า
4. ความเข้าใจลูกค้า (Empathy)	คือ การดูแลลูกค้าของกิจการอย่างทั่วถึงเฉพาะราย
5. ลักษณะที่สัมผัสได้ (Tangible)	คือ แสดงลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก บุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร

ตารางที่ 2 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

นักวิจัยและนักวิชาการ	ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
Lewis & Bloom (1983, pp.99-107)	คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

นักวิจัยและนักวิชาการ	ความหมายของคุณภาพให้บริการ
Ghobadian, Speller & Jones (1994, pp.144-150)	คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก และภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการดำรงอยู่รอดในธุรกิจ
กนกวรรณ นาสมปอง (2555)	คุณภาพการให้บริการหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ
Etzel (2014)	การจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้นควรจะคำนึงถึง <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การตั้งความคาดหวังของผู้บริโภค</li> <li>2. ควรวัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</li> <li>3. พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค</li> </ol>
สุพจน์ วิริยะสาธร (2554)	คุณภาพการบริการ ว่าความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

นักวิจัยและนักวิชาการ	ความหมายของคุณภาพให้บริการ
สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550)	คุณภาพการให้บริการ โดยพื้นฐาน แล้วนับเป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้และการคาดเดาคาดหมายลำบาก จึงมีความพยายามจากนักวิชาการอย่างต่อเนื่องในการค้นหาแนวทางการประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติในการปฏิบัติและเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพบริการ
ปิยพงศ์ พุฒนิขย์ (2556)	คุณภาพการบริการ การรับรู้ และความรู้สึกของลูกค้า โดยผู้บริโภคร่วมทำการประเมินคุณภาพการบริการจากการเปรียบเทียบที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคราคาดหวัง เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจในการสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าตามมา

ที่มา: แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของนักวิจัยและนักวิชาการ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของนักวิจัยและนักวิชาการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

ตารางที่ 3 แสดงตัวแปรของคุณภาพการให้บริการ

อ้างอิง (ชื่อผู้วิจัย/ปี)	ไม่สามารถจับ ต้องได้ (Intangibility)	ไม่สามารถแบ่ง ได้ (Inseparability)	ไม่แน่นอน (Variability)	ไม่สามารถเก็บ ได้ (Perishability)	ความเชื่อถือ ได้ (Reliability)	ความสามารถ ตอบสนอง (Responsiveness)	ความแน่นอน (Assurance)	ความเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	ลักษณะที่ สัมผัสได้/ ความเป็น รูปธรรม (Tangible)
วชิรย์ แก้วจันทร์ (2551)					✓	✓	✓	✓	✓
ชุดิมนชนัน วิมุทธชาติ (2553)					✓	✓	✓	✓	✓
ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552)					✓	✓	✓	✓	✓
Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013)					✓	✓	✓	✓	✓
Kotler (2010)	✓	✓	✓	✓					

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของนักวิจัยและนักวิชาการเกี่ยวกับเกณฑ์ประเมินคุณภาพการให้บริการ ข้างต้น ผู้วิจัยได้เกณฑ์ประเมินคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability)
2. ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness)
3. ความแน่นอน (Assurance)
4. ความเข้าใจลูกค้า (Empathy)
5. ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible)

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของนักวิจัยและนักวิชาการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะถูกใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ และผู้วิจัยได้นำเกณฑ์ประเมินคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน มาปรับเป็นตัวแปรต้นในการวิจัย ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability)
2. ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness)
3. ความแน่นอน (Assurance)
4. ความเข้าใจลูกค้า (Empathy)
5. ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจไว้มากมาย ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาศาสนาสามารถรวบรวมความหมายต่าง ๆ ได้ดังนี้

Kim, Shin, & Kim (2012, pp.374-387) ได้อธิบายการตัดสินใจซื้อไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจครั้งแรกที่อาจเกิดได้จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของผู้บริโภคเองเป็นหลัก

Moody (n.d.) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไปปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไขซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้จ่าย และการใช้เวลา

Tariq M.I., Nawaz M. M., & Butt H. A. (2013, pp.340-347) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นสัญญาโดยนัยที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าอีกครั้งเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความต้องการสินค้านั้นการตัดสินใจซื้อที่มีความสำคัญมากเนื่องจากบริษัท ต้องการที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะเจาะจง เพื่อวัตถุประสงค์ หรือเพื่อเพิ่มกำไรของพวกเขาความตั้งใจซื้อที่แสดงให้เห็นความประทับใจของการเก็บข้อมูลลูกค้า มีฟังก์ชันบางอย่างของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

Johnston (2013) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย

Orji & Goodhope (2013) กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Five-Stage Model of The Consumer Buying Process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

ปณิศา มิจินดา, (2553, น.66-68) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision making process) เป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก โดยผู้บริโภคอาจข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่มก่อนการซื้อจริงและยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อด้วย

วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับคือการตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

กล่าวโดยสรุปได้ว่ากระบวนการตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่สำคัญต่อทั้งผู้ให้บริการหรือผู้ขายและผู้บริโภคทั้งสิ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะมีขั้นตอนของการตัดสินใจที่เป็นผลมาจากการสนองต่อความต้องการจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ตลอดจนการได้รับการดูแลเอาใจใส่ในระหว่างหรือหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างความสมดุลกันระหว่างสินค้าหรือบริการจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการและความต้องการที่เกิดจากแรงขับของผู้บริโภค เพื่อให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปได้ด้วยดีผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจของผู้ใช้บริการและใช้เป็นส่วนประกอบในการตั้งข้อคำถามให้มีความครบถ้วนทุกขั้นตอน

โดยในขั้นตอนของกระบวนการในการตัดสินใจซื้อนี้ คุณภาพและบริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลทำให้เกิดการซื้อ (จรัญชัย กรเกษตรมหาชัย, 2555) โดยในแนวคิดนี้จะมีส่วนประกอบทั้งหมด 5 ประการ ด้วยระดับความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้แก่

1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ) เกิดจากความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ จนทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความมั่นใจ และความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐาน โดยผู้ขายหรือผู้ที่ให้บริการสามารถที่จะสื่อสารไปยังเพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจได้

2. Assurance (ความมั่นใจ) การที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าและบริการ จะต้องได้รับความมั่นใจจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และมีความซื่อสัตย์ต่อผู้ใช้หรือผู้รับบริการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้านั้นปลอดภัยและมั่นใจในการใช้งานได้จริง รวมทั้งทำให้ผู้รับบริการและผู้ซื้อสินค้าเกิดการกลับมาซื้อสินค้าหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ

3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) คือลักษณะทางกายภาพทั้งสิ่งของและบริการที่ผู้ซื้อสินค้าสามารถจับต้องและใช้งานได้

4. Empathy (ความใส่ใจ) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจในการใช้บริการ

5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) เป็นความสามารถที่จะตอบสนองในส่วนของสินค้าหรือบริการต่อลูกค้า

ชนิดาภา วรณาภรณ์ (2555, น.8-9) อธิบาย ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ ไว้ว่า ในการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ใช้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ข้อมูลข่าวสารหรือข้อเท็จจริงของบริการหรือผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการได้รับรู้ได้ 2 วิธีได้แก่

1. ประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้สัมผัสบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นด้วยตนเองและเกิดการรับรู้ว่า ตนพอใจกับบริการนั้นมากน้อยเพียงใด และตรงกับความต้องการของตนหรือไม่

2. ประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่า จากผู้อื่นหรือสื่อสารมวลชนต่าง ๆ และทำให้เกิดการรับรู้ว่า ตนพอใจกับบริการนั้นมากน้อยเพียงใด และตรงกับความต้องการของตนหรือไม่โดยข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการได้รับจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้า และเป็นแหล่งข้อมูลแรกๆ ที่กระตุ้นให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น และเกิดความเชื่อมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้รับบริการได้นึกถึงบริการหรือผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ เช่น รูป รส กลิ่น เสียง การออกแบบ และคุณภาพบริการ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติหรือ ท่าทีหรือความรู้สึกของผู้รับบริการต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์เป็นความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร และการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ๆ หากได้รับในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์รวมถึงการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ก็จะเป็นในแง่บวกตามมา และในทางตรงกันข้าม หากได้รับในทางลบ ความรู้สึกที่มีต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์รวมถึงการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น ก็จะเป็นในแง่ลบ โดยเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า มีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นในการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์คือการประเมินและตัดสินใจว่าตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ความเชื่อมั่นเกิดจากที่ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารในบริการหรือผลิตภัณฑ์รวมทั้งความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้า อิทธิพลของความเชื่อมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์จะส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้หมายถึง การตัดสินใจในการวางแผนที่จะใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์เช่น จะใช้รุ่นใด สีใด เมื่อไร และซื้อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว จึงแสดงเป็นพฤติกรรมการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น

### **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ**

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

2. ภาวะเศรษฐกิจ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

### กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การรับรู้ปัญหา Problem Recognition)	การค้นหาข้อมูล (Information Search)	การประเมินผล ทางเลือก (Alternative Evaluation)	การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)	พฤติกรรมภายหลัง การซื้อ (Post Purchase Behavior)
---	---	---	---	---

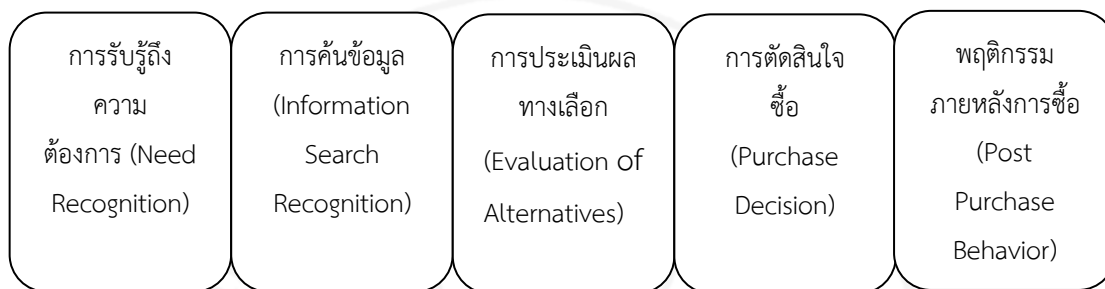
ภาพที่ 1 แสดงถึงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ชนิดาภา วรณาภรณ์, 2555

กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจ ได้แก่

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition/Problem Recognition) คือ การที่บุคคลรับรู้ได้ถึงความต้องการภายในของบุคคลนั้น อาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกและภายใน หรืออาจเกิดขึ้นเอง
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) คือ การที่บุคคลดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ โดยเมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคจะทำการดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น แต่หากไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันทีเมื่อความต้องการซึ่งถูกกระตุ้นนั้นถูกสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดความต้องการที่จะต้องได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ โดยที่บุคคลจะมีความพยายามในการค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้น
3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) คือ เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะมีความเข้าใจและทำการประเมินทางเลือกในทางต่าง ๆ
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ผู้บริโภคมีการประเมินผลจากทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะมีระดับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ชอบมากที่สุด
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์จากการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ในผลิตภัณฑ์นั้น หากผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณสมบัติอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้บริโภคคาดหวัง ผู้บริโภคจะจดจำและไม่ทำการบริโภคซ้ำ แต่หากผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณสมบัติอยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้บริโภคคาดหวัง ผู้บริโภคจะทำการบริโภคซ้ำ

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอนโดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ ซึ่งสรุป ขั้นตอนที่สำคัญ (Kotler & Keller, 2006, p.181) ดังภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



ภาพที่ 2 แสดงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค  
ที่มา: Kotler & Keller, 2006, p.181

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) พฤติกรรมซื้อจะมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจ หรือเห็นคนรอบข้างใช้สินค้านั้น ๆ เป็นต้น หรือจากภายใน เช่น ความรู้สึกหิว ความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นต้น (Kotler & Keller, 2006, p.181)

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว การค้นหาเสาะหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ เป็นขั้นตอนที่จะเกิดต่อมาแต่ทั้งนี้กระบวนการหาข้อมูลในขั้นนี้อาจไม่เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้านั้น ๆ สูงมาก และสามารถซื้อสินค้าได้ทันทีที่การเสาะหาข้อมูลอาจไม่มีเพราะผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในทันทีแต่ถ้าหากมีความต้องการธรรมดาตามธรรมชาติและไม่อาจหาซื้อได้ทันทีที่การเสาะหาข้อมูลก็จะเกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller, 2006, p.181)

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้ว จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นั้น หมายถึงผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้ออะไร หรือซื้อสินค้าอะไร ผู้บริโภคแต่ละคนก็มีแนวทางการตัดสินใจที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการตัดสินใจ และทางเลือกที่มีอยู่กับการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ย่าง และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่ง

ในทุกสถานการณ์ซื้อแนวความคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีหลายประการ คือ (Kotler & Keller, 2006, p.181)

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับคือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถเพียงใด

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Degree of Importance) คือ การพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attributes Importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ดังนั้น ความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.3 ความเชื่อต่อตราสินค้า (Brand Beliefs) คือ การพิจารณาถึงความเชื่อต่อตราของสินค้า หรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็นรับรู้จากประสบการณ์ในอดีต

3.4 ความพอใจ (Utility Function) คือ การประเมินว่ามีความพอใจต่อสินค้าแต่ละตราสินค้าแค่ไหน ถ้านำคุณสมบัติของสินค้าเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับจากคุณสมบัติของแต่ละสินค้าแล้วก็จะสามารถประเมินการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

3.5 กระบวนการประเมิน วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาปจจัยสำหรับการตัดสินใจ เช่น ความพอใจ ความเชื่อต่อตราสินค้า คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนนเพื่อหาผลสรุปว่า ตราสินค้าใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุดก่อนการตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว ในขั้นต่อไปคือ การพิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of Others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) การที่ผู้บริโภคสามารถประเมิน และเลือกสินค้าหรือตราสินค้าได้แล้ว ไม่ได้หมายความว่า จะเกิดการซื้อได้เพราะปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการเลือกบริโภคสินค้านั้น ๆ ได้อีกด้วย (Kotler & Keller, 2006, p.181)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้า ก็ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดผู้บริโภครายใหม่ได้ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้น้อยลงตามไปด้วย (Kotler & Keller, 2006, p.181)

Blackwell, Miniard, & Engel (2006) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคจะผ่านขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา กระบวนการการตัดสินใจเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ซึ่งความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก
2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า นั้น ซึ่งสามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ระดับการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่าการเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น และในระดับถัดมา บุคคลอาจเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น การรวบรวมข้อมูลทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับตราสินค้าที่แข่งขันกันในตลาด ตลอดจนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าในเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้น ๆ ในขั้นตอนสุดท้ายอย่างไร
3. กระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน
4. การตัดสินใจ ในการประเมินผลทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่าง ๆ ที่มีอยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคอาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมี 2 ปัจจัยที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจและการตัดสินใจในการซื้อ คือ ทศนคติของผู้อื่น และปัจจัยด้านเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับความพอใจ งานของนักการตลาดจึงต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลังการซื้อของผู้บริโภคด้วย ได้แก่ กิจกรรมหลังการซื้อ การใช้ และการจัดการหลังการซื้อ

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558, น.66-67) ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะประกอบไปด้วยบุคคลหรือกลุ่มคน ที่เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 บทบาท คือ

1. ผู้ริเริ่ม คือ บุคคลที่เสนอความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล คือ ผู้ที่มีอิทธิพลในการให้คำแนะนำ ให้ข้อเสนอแนะในการตัดสินใจซื้อ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ คือ ผู้ที่ตัดสินใจ ในการซื้อสินค้าเป็นครั้งสุดท้ายในเรื่องต่าง ๆ คือ ซื้อหรือไม่ซื้อ ซื้ออะไร ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร
4. ผู้ซื้อ คือ ผู้ทำการซื้อสินค้านั้น ๆ
5. ผู้ใช้ คือ บุคคลที่เป็นผู้ใช้หรือบริโภคสินค้านั้น ๆ

ขั้นตอนของกระบวนการซื้อ พบว่า มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา ในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้า หรือการบริการ ซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้น เกิดขึ้นมาจากความจำเป็น ซึ่งเกิดจาก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความรู้สึกหิวข้าว ทรายน้ำ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดจึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้ เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นต่อไปผู้บริโภค ก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.1 แหล่งบุคคลเช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.2 แหล่งทางการค้า เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจภัณฑ์

2.3 แหล่งสาธารณชน เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้า หรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 แหล่งประสบการณ์ เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อน

3. การประเมินทางเลือก เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้วในขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคจะเลือกซื้อรถยนต์ จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ การตกแต่งภายใน และภายนอก บริการหลังการขาย ราคาขายต่อ เป็นต้น

4. การตัดสินใจเลือกซื้อ หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะเข้าสู่ในขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ตรายี่ห้อที่ซื้อ

4.2 ร้านค้าที่ซื้อ

4.3 ปริมาณที่ซื้อ

4.4 เวลาที่ซื้อ

4.5 วิธีการในการชำระเงิน

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริง ตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรือ บอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตาม ที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่น ๆ ด้วย

#### ตารางที่ 4 ความหมายของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

นักวิจัยและนักวิชาการ	ความหมายของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
Kim, Galliers, Shin, Han & Kim (2012)	เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดได้จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของผู้บริโภคเองเป็นหลัก
Moody (n.d.)	การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไปปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไขซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้จ่าย และการใช้เวลา
Orji and Goodhope (2013)	กระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Five-Stage Model of The Consumer Buying Process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

นักวิจัยและนักวิชาการ	ความหมายของการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
Tariq, Nawaz & Butt (2013)	การตัดสินใจซื้อเป็นสัญญาโดยนัยที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าอีกครั้งเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความต้องการสินค้านั้น การตัดสินใจซื้อมีความสำคัญมากเนื่องจากบริษัทต้องการที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะเจาะจง เพื่อวัตถุประสงค์ หรือเพื่อเพิ่มกำไรของพวกเขาความตั้งใจซื้อที่แสดงให้เห็นความประทับใจของการเก็บข้อมูลลูกค้า
Johnston (2013)	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย
ปณิศา มิจินดา (2553)	กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision making process) เป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก โดยผู้บริโภคอาจข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนการซื้อจริงและยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อด้วย
วจนะ ภูพานี (2555)	การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับคือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

ที่มา: แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักวิจัยและนักวิชาการ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของนักวิจัยและนักวิชาการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกการใช้บริการ คือ เป็นกระบวนการที่สำคัญต่อทั้งผู้ให้บริการหรือผู้ขายและผู้บริโภคทั้งสิ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะมีขั้นตอนของการตัดสินใจที่เป็นผลมาจากการสนองต่อความต้องการจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ตลอดจนการได้รับการดูแลเอาใจใส่ในระหว่างหรือหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างความสมดุลกันระหว่างสินค้าหรือบริการจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการและความต้องการที่เกิดจากแรงขับของผู้บริโภค เพื่อให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจของผู้ใช้บริการและใช้เป็นส่วนประกอบในการตั้งข้อคำถามให้มีความครบถ้วนทุกขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีนักวิจัยและนักวิชาการเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยได้นำกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ด้าน มาปรับเป็นตัวแปรต้นในการวิจัย ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search)
3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation)
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัย

ครั้งนี้

## บริบทของสถานีรถไฟศิลาอาสน์

### ความเป็นมา

การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคมมีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบการขนส่งทางรถไฟ โดยจำแนกการบริการการเชิงพาณิชย์ ซึ่งมุ่งหวังกำไรจากการขนส่งสินค้าและการจัดการเดินขบวนรถโดยสารระยะไกลที่มีคุณภาพ เช่น ขบวนรถด่วนพิเศษ รถด่วน รถเร็ว และบริการเชิงสังคมที่เป็นบริการให้แก่ผู้มีรายได้น้อย เช่น รถชานเมือง ขบวนรถท้องถิ่น เป็นต้น

สถานีรถไฟศิลาอาสน์ ตั้งอยู่ที่ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1045 (ถนนย่านศิลาอาสน์) ตำบลท่าเสา อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นสถานีรถไฟระดับ 1 ออกแบบโดยนายประยูร ศรีสำรวล เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กชั้นเดียว ลักษณะทางสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์ สถานีรถไฟศิลาอาสน์เป็นย่านสถานีรถไฟที่สำคัญของภาคเหนือและศูนย์คอนเทนเนอร์ของรถไฟสายเหนือ ระยะทางจากกรุงเทพถึงสถานีศิลาอาสน์ คือ 487.52 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 7 ชั่วโมง



ภาพที่ 3 สถานีรถไฟศิลาอาสน์ ในปี พ.ศ. 2495

ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2556

สถานีรถไฟศิลาอาสน์ เริ่มก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2495 และเปิดให้บริการเมื่อ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2501 เวลา 7.00 น. ตั้งขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการตัดขบวนรถไฟขึ้นภาคเหนือ สร้างขึ้นหลังจากที่สถานีรถไฟอุตรดิตถ์ประสบปัญหาการตัดขบวนรถไฟจึงย้ายที่ทำการตัดขบวนรถมาไว้ที่สถานีรถไฟศิลาอาสน์ และการรถไฟแห่งประเทศไทยต้องการจะปิดสถานีรถไฟอุตรดิตถ์เก่า เพราะ ย่านสถานีอุตรดิตถ์เก่า นั้น คับแคบ ไม่มีทางขยายออกไปได้ เพราะ เนื้อที่จำกัดและ ทางราชการมีนโยบายขยายตัวเมืองอุตรดิตถ์ออกไป ทางเหนือ และต้องการมอบพื้นที่ให้กับฝ่ายช่างกล การรถไฟฯ เพื่อตั้งเป็นศูนย์ซ่อมบำรุงรถจักร และรถพ่วงภาคเหนือ ในดั่งนั้น เพื่อสนองนโยบายดังกล่าว และเพื่อให้ สถานีอุตรดิตถ์ใหม่ เป็นศูนย์กลางในการเดินรถภาคเหนือ โดยขยายหลักรถโดยสาร หลักสับเปลี่ยน และหลักรถสินค้า และ สร้างอาคารที่ทำการและบ้านพัก หลังจาก คณะกรรมการสำรวจพื้นที่ ได้มีมติให้ซื้อที่เอกชนเหนือสถานีอุตรดิตถ์แห่งเดิม 2 กิโลเมตร โดยเปลี่ยนแนวทาง และ วางแนวโค้งใหม่ ให้บรรจบกับทางเข้าสถานีท่าเสา และ วางผังย่านสถานีอุตรดิตถ์ใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2495 จนสามารถเปิด การเดินรถ (โดยไม่รับผู้โดยสารและสินค้า) เมื่อ 26 มีนาคม พ.ศ. 2499 โดยใช้ชื่อสถานีแห่งนี้ใหม่ว่า สถานีอุตรดิตถ์ใหม่ เป็นย่านสถานีรถไฟที่รองรับการบริการ ด้านโดยสาร และแปรรูปขบวนรถสินค้า ซึ่งบริเวณตั้งแต่สถานีขึ้นไปเป็นทางตอนภูเขา

ในปี พ.ศ. 2499 ได้รับงบประมาณก่อสร้างสถานีอุตรดิตถ์ใหม่ ตามแบบหมายเลข 5150-2 ผลการประมูล นายชิง บุญไทย เป็นผู้ประกวดได้ในราคา 544,500 บาท โดยเริ่มก่อสร้างตั้งแต่ 19 มกราคม 2500 เป็นเวลา 221 วัน แต่ เมื่อถึงกำหนด อายุสัญญาเมื่อ 26 สิงหาคม 2500 งานไม่แล้วเสร็จ รพท. จึงต่อเวลาให้อีก 90 วัน ถึงวันที่ 24 พฤศจิกายน 2500 ผู้รับเหมาทั้งงาน ทั้ง ๆ ที่งานเสร็จไปแล้ว 80% ทำให้ต้องประกวดราคา ก่อสร้างต่อเติมส่วนที่ผู้รับเหมายังไม่เสร็จ ปรากฏว่า นาย นาค สอนคม ในนามบริษัทไทยเสรีพานิชจำกัด เป็นผู้ประกวดได้ ในราคา 280,000 บาท มี กำหนด 120 วัน เริ่มตั้งแต่ 18 กุมภาพันธ์ 2502 ถึงวันที่ 17 มิถุนายน 2502 ณ บัดนี้ การก่อสร้าง อาคารสถานีอุตรดิตถ์ใหม่ได้สำเร็จลงเป็นอาคารคอนกรีตชั้นเดียว ตามแบบ 5150-2 ขนาด 14.00 x

40.00 เมตร และ สรุปลำค่าก่อสร้างดังนี้ ค่ารับเหมา 2 ครั้ง รวม 715,600 บาท ค่าวัสดุของรฟท. ที่จ่ายให้ผู้รับเหมา เช่นปูนซีเมนต์ หิน ดินกากหิน 166,759.39 บาท ค่าติดตั้งไฟฟ้าโดยฝ่ายการช่าง กล 42,000 บาท สิ้นค่าก่อสร้างรวม 924,359.39 บาท ผู้ว่าราชการจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นประธาน ประกอบพิธีเปิดป้ายชื่อสถานีอุตรดิตถ์ใหม่ เพื่อเป็นสิริมงคล

แต่การจะยุบสถานีรถไฟอุตรดิตถ์ ได้รับการคัดค้านจากพ่อค้า และประชาชนชาวอุตรดิตถ์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการทางรถไฟเป็นหลัก ได้จัดตั้งตัวแทนยื่นหนังสือคัดค้านผ่านส.ส.จังหวัดอุตรดิตถ์ในสมัยนั้น โดยให้เหตุผลว่า สถานีอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ใจกลางเมืองอุตรดิตถ์ เมื่อเลื่อนสถานีบริการให้ออกไปอีก ต้นทุนการผลิต และค่าขนส่งก็ต้องสูงตามไปด้วย การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงยอมเปิดให้บริการ สถานีรถไฟอุตรดิตถ์มาจนถึงทุกวันนี้

ในปีพ.ศ. 2503 จึงเปลี่ยนชื่อสถานีอุตรดิตถ์ใหม่เป็นสถานีศิลาอาสน์ ตามคำสั่งทั่วไปที่ 68/2963 การรถไฟแห่งประเทศไทยเรื่อง ตั้งชื่อสถานีที่สร้างขึ้นใหม่ในทางสายเหนือว่า "ศิลาอาสน์" ด้วยการรถไฟฯ ได้จัดสร้างสถานีขึ้นที่ ก.ม.488 ระหว่างสถานีอุตรดิตถ์ กับสถานีท่าเสาในทางสายเหนือที่ย่านสถานีอุตรดิตถ์ใหม่ แต่สถานีดังกล่าวยังไม่มีชื่อ จึงให้ตั้งชื่อสถานีที่สร้างขึ้นใหม่ตามที่กระทรวงมหาดไทยและกรมศิลปากรเห็นชอบ โดยให้เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

ให้ใช้ชื่อสถานีใหม่นี้ว่า "สถานีศิลาอาสน์" ใช้อักษรย่อว่า ศล. ชื่อภาษาอังกฤษว่า "Sila At" ฝ่ายการช่างโยธา จัดทำป้ายสถานีตามที่กำหนดไว้ในข้อ 1 ให้ยกเลิกอักษรย่อ ศล. ซึ่งใช้กับสถานีหนองศาลา ในทางสายใต้ และให้ใช้อักษรย่อสำหรับสถานีหนองศาลาว่า งา. ฝ่ายการเดินรถ จัดการเพิ่มเติมชื่อสถานีแห่งใหม่นี้ลงในสมุดกำหนดเดินรถ, สมุดอัตราสินค้า, สมุดกฎข้อบังคับใด ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินรถตามคำสั่งนี้ ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป สั่ง ณ วันที่ 26 เมษายน 2503

ในปีพ.ศ. 2549 การรถไฟแห่งประเทศไทยร่วมผลักดันการพัฒนาสถานีรถไฟศิลาอาสน์เพื่อเป็นศูนย์ Container Yard ร่วมกับจังหวัดอุตรดิตถ์ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้าชายแดนกับประเทศลาว ตามนโยบายรัฐบาลประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุล และแข่งขันได้โดยการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ โดยมีพิธีเปิดในวันศุกร์ที่ 13 มกราคม 2549 ณ บริเวณย่านสถานีรถไฟศิลาอาสน์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ในปีพ.ศ. 2556 ได้เกิดเหตุรถไฟตกรางบ่อยในช่วงที่ผ่านมา จึงมีการปรับปรุงทางรถไฟสายเหนือทั้งหมด มีการปิดทำการหยุดเดินรถไฟตั้งแต่สถานีรถไฟศิลาอาสน์จนถึงเชียงใหม่ จึงมีประกาศเดินรถไฟสายเหนือปลายทางถึงเพียงสถานีศิลาอาสน์ จ.อุตรดิตถ์ จากนั้นได้ประสานกับบริษัท ขนส่งจำกัด จัดรถยนต์ รับ-ส่ง ผู้โดยสารจากสถานีศิลาอาสน์เดินทางต่อไปจนถึงปลายทางเชียงใหม่โดยรฟท. ได้ประกาศเปลี่ยนแปลงการเดินรถในเส้นทางสายเหนือ จากกรุงเทพฯ จะไปสิ้นสุดที่สถานีรถไฟศิลาอาสน์แทน สถานีรถไฟเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน-30 พฤศจิกายน 2556 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขบวนรถด่วนพิเศษดีเซลราง ที่ 9 (กรุงเทพ-ศึลาอาสน์) 08.30 น. - 14.52 น., ขบวนรถเร็ว ที่ 109 (กรุงเทพ-ศึลาอาสน์) 12.45-21.27 น., ขบวนรถเร็ว ที่ 105 (กรุงเทพ-ศึลาอาสน์) 19.50-04.00 น., ขบวนรถเร็ว ที่ 107 (กรุงเทพ-ศึลาอาสน์) 20.10-05.07 น., ขบวนรถด่วนที่ 51 (กรุงเทพ-ศึลาอาสน์) 22.00-06.41 น., ขบวนรถด่วนพิเศษ ที่ 1 กรุงเทพ-เชียงใหม่ งดเดินตั้งแต่ วันที่ 16 ก.ย.-30 พ.ย. 56 และ ขบวนรถด่วนพิเศษที่ 13 กรุงเทพ-เชียงใหม่ งดเดินตั้งแต่ วันที่ 16 ก.ย.-30 พ.ย. 56

ต่อมา สถานีรถไฟศึลาอาสน์ได้มีการทาสีอาคารใหม่บางส่วนบริเวณทางเข้าสถานีเป็นสีไข่ไก่ และสีน้ำตาลเข้ม มีการปรับภูมิทัศน์ ตามโครงการ SMART Station ของการรถไฟฯ ในระยะที่ 2



ภาพที่ 4 สถานีรถไฟศึลาอาสน์ ในปี พ.ศ. 2561

ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2556

ในปัจจุบันสถานีรถไฟศึลาอาสน์ ตั้งอยู่เลขที่ 69 ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ เป็นย่าน สับเปลี่ยนรถไฟ ย่านสินค้า จุดตัดตู้โบกี้รถไฟขึ้นสู่ภาคเหนือ ศูนย์รวบรวมตู้สินค้า (Container Yard) จุดสิ้นสุดสถานีรถไฟทางราบ สถานีเริ่มต้นการส่งห้วงตราทางสะดวก เป็นสถานีเดียวของอุตรดิตถ์ที่ ขบวนรถทุกขบวนจอดที่สถานี จุดรับส่งสินค้าทางรถไฟของอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ และเป็น สถานีกลางทางที่ขบวนรถไฟทุกขบวนจะใช้เวลาจอดมากกว่าปกติ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2556)

#### วิสัยทัศน์

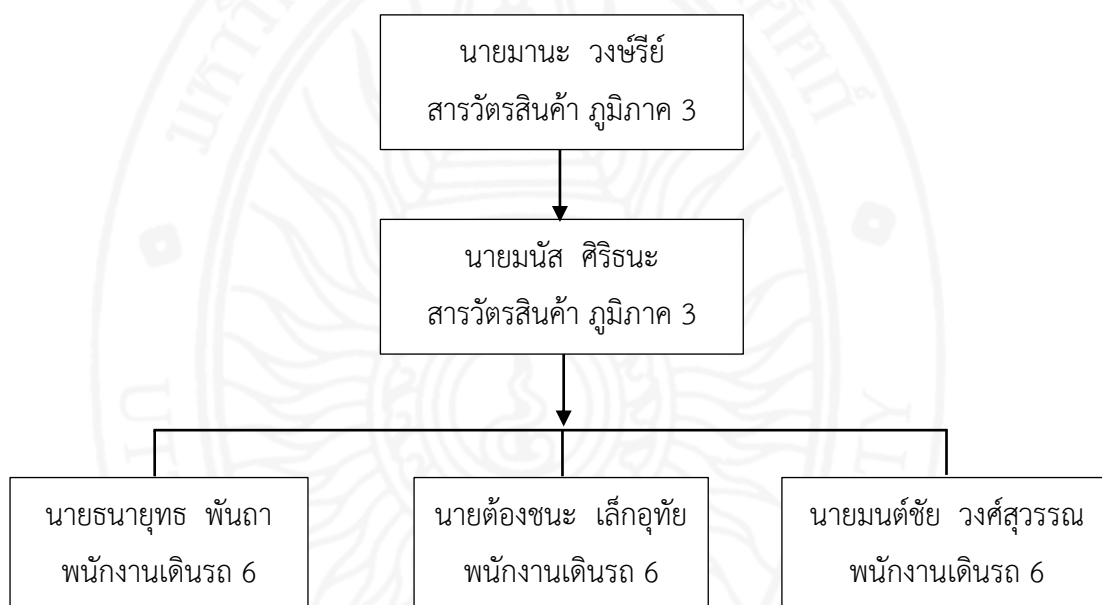
“เป็นผู้ให้บริการระบบรางของรัฐที่ดีที่สุดในอาเซียนในปี 2570”

#### ฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศึลาอาสน์

ในส่วนฝ่ายนี้มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผน กำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม กับสถานการณ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว บริหารจัดการด้านการตลาดและ

ลูกค้าสัมพันธ์การจัดการเดินรถ สิ้นค้าตามเส้นทางรถไฟที่เปิดการเดินรถแล้วหรือเปิดการเดินรถใหม่ ควบคุมดูแลมาตรฐานบริการขนส่งสินค้า พัสตูปรับท่อและสัมภาระ ปรับปรุงและขยายงาน ด้านการตลาดและการจัดบริการ การใช้ประโยชน์รถสินค้า เพื่อสร้างรายได้อย่างสูงสุด ให้การรถไฟแห่งประเทศไทย สร้างบริการที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์แก่สาธารณชน ให้บรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมาย นโยบายและวัตถุประสงค์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ตลอดจนปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับ มอบหมาย (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2561)

### โครงสร้างฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์



ภาพที่ 5 โครงสร้างฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์  
ที่มา: การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2561

### ภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบ

#### ภารกิจ

ดำเนินการปฏิบัติการด้านขนส่งสินค้า ทางรถไฟ ในพื้นที่รับผิดชอบให้เป็นไปตาม วัตถุประสงค์และนโยบายของการรถไฟฯ พยายามจัดเดินขบวนรถจัดรอบหมุนเวียนรถให้ได้ประโยชน์ สูงสุด อีกทั้งติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้งานขนส่ง ดำเนินการไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งตอบสนองนโยบายภาครัฐ เตรียมการรองรับแผนการขนส่งของประเทศ ติดตามความเคลื่อนไหวของ CY หรือ ICD และทำเรื่อง ต่าง ๆ การขนส่งต่อเนื่องรูปแบบต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกประเทศอำนาจงานด้านการปฏิบัติการ

ขนส่งสินค้าในพื้นที่รับผิดชอบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และแผนงานทางการตลาดตลอดจน  
ดำเนินการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมาย

### หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. วางแผนการทำงานในแต่ละเดือนล่วงหน้าซึ่งเป็นแผนการตรวจและควบคุมการบรรทุก  
สั่งการ การปฏิบัติงานด้านการขนส่งสินค้าและการจัดเดินขบวนรถสินค้าในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
2. รายงานการทำงานและตรวจควบคุมการปฏิบัติงานขนส่งสินค้า พร้อมปัญหา อุปสรรค  
และการดำเนินการแก้ไข เสนอผู้บังคับบัญชา เป็นประจำทุกเดือน
3. วางแผน ควบคุมการปฏิบัติงานด้านสำนักงาน งบประมาณ การพัสดุ การสอบสวน  
การบริหารงานบุคคลในพื้นที่รับผิดชอบ ให้เป็นไปตามระเบียบกฎข้อบังคับของการรถไฟฯและ  
นโยบายของฝ่ายบริการสินค้า
4. ควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติงานในภารกิจ การให้บริการด้านสินค้า ทั้งสถานี/ย่าน  
ขนส่งสินค้า ขบวนรถสินค้า รวมถึงการแนะนำผู้ปฏิบัติงานในสังกัดเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อ  
การขนส่งสินค้า ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในพื้นที่  
รับผิดชอบ
5. เสนอแนะ ปรับปรุง แก้ไข ข้อบังคับ ระเบียบคำสั่งเกี่ยวกับการสินค้า เสนอแนะ  
ปรับปรุง แก้ไข ประกาศกำหนดเวลาเดินรถสินค้าให้เหมาะสม
6. วางแผน ควบคุมอัตรากำลังผู้ปฏิบัติงานและปรับปรุงให้เหมาะสม รวมถึงการจัดผลิต  
การทำงานของพนักงานขบวนรถสินค้า และพนักงานสถานี/ย่านขนส่งสินค้า(ถ้ามี)
7. ควบคุม ตรวจสอบ ติดตามการจัดทำข้อมูลความเคลื่อนไหวขบวนรถสินค้า
8. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่  
เป็นอุปสรรคหรือเหตุอันตรายในการเดินขบวนรถสินค้า เช่นขบวนรถตกราง น้ำท่วมทาง รถสินค้า  
ชำรุดขณะทำขบวน การขนถ่ายสินค้า ขบวนรถล่าช้า ฯลฯ
9. ศึกษาและสำรวจสภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล  
เกี่ยวกับแหล่งวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเนื่อง รวมถึงช่วงเวลาที่จะมีการขนส่งสินค้าชนิดนั้น ๆ
10. ติดต่อประสานงานกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ประกอบการในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อ  
รับทราบปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งสินค้า การให้บริการ เพื่อปรับปรุงแก้ไข
11. ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการ  
ทำงาน

การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นระบบการขนส่งที่มี  
ต้นทุนต่ำและมีโครงข่ายเชื่อมโยงในภูมิภาคที่กำลังเติบโตทางด้านการค้ารวมทั้งกระทรวงคมนาคมได้  
เร่งรัดการดำเนินการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพด้วยการขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทั่วถึงและมี

ประสิทธิภาพ เพื่อให้ระบบรางเป็นทางเลือกหลักในการเดินทางและขนส่งสินค้าที่สะดวก ประหยัด และปลอดภัยทั้งนี้เมื่อพัฒนาตามแผนงานพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างพื้นที่ที่จะทำให้เกิดผลดีดังนี้

1. เพิ่มความเร็วในการเดินรถสินค้าจาก 39 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเป็น 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง
2. เพิ่มสัดส่วนการขนส่งสินค้าทางรถไฟในประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.5 เป็นร้อยละ 5 ในปี 2563
3. ลดต้นทุนการขนส่งเนื่องจากระบบรางมีต้นทุนค่าขนส่งที่ต่ำกว่ารถบรรทุกถึง 2-3 เท่า
4. เชื่อมต่อโครงข่ายการคมนาคม การค้าและการลงทุน ระหว่างภาคและพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้เกิดการพัฒนาและการกระตุ้นให้เกิดการกระจายความเจริญสู่ท้องถิ่น
5. เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้รถบรรทุก รถยนต์บนท้องถนนที่ปล่อยควันพิษและส่งเสียงดังอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพที่ประชาชนจะได้รับ

ตารางที่ 5 สถิติประชาชนผู้ใช้บริการ สถานีรถไฟศิลาอาสน์

เดือน	พัสดุหีบห่อ/ จำนวน(คน) ปี 2559	สัมภาระ/ จำนวน(คน) ปี 2559	พัสดุหีบห่อ/จำนวน (คน) ปี 2560	สัมภาระ/ จำนวน(คน) ปี 2560
มกราคม	916	88	617	79
กุมภาพันธ์	816	65	656	54
มีนาคม	754	59	991	55
เมษายน	712	78	661	71
พฤษภาคม	994	81	2268	94
มิถุนายน	1080	72	5330	70
กรกฎาคม	1228	81	1428	91
สิงหาคม	792	98	2030	60
กันยายน	792	87	872	46
ตุลาคม	827	62	630	46
พฤศจิกายน	1482	72	590	79
ธันวาคม	764	50	726	49
รวม	11,207	893	16,799	788

ที่มา: ฝ่ายบริการสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จะทำให้เห็นว่า ในช่วงเดือนมิถุนายน, กรกฎาคม, สิงหาคม ปี พ.ศ. 2559-2560 จะมียอดใช้บริการในปี พ.ศ. 2560 สูงกว่า เนื่องจาก ผลผลิตทางการเกษตร ในช่วงฤดูกาลนั้น มีปริมาณสูงกว่าปี พ.ศ. 2559 ทำให้ในช่วงนั้นมีประชาชนผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก แต่สังเกตได้ว่าในช่วงก่อนเดือนมิถุนายน และในช่วงหลังเดือนสิงหาคม ของปี พ.ศ. 2559 และ 2560 ยังมีประชาชนผู้ให้บริการลดลง ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนกร จิรพัฒน์ดำรง และ ไชยยศ ไชยมั่นคง (2556) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกรณี SEALITE GROUP มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจำแนกตามปัจจัยด้านองค์การ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการศึกษา ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ บริษัทที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจำนวน 169 บริษัท สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ค่าสถิติร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทที่มาใช้บริการขนส่งส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.60 มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 20 ล้านบาท จำนวน 86 รายคิดเป็นร้อยละ 50.89 องค์การ ขนาดกลาง มีพนักงาน จำนวน 83 รายคิดเป็นร้อยละ 49.11และมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.13 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกับ SEALITE GROUP ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านค่าขนส่ง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าถึงบริการ และ ด้านเวลาขนส่งอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บริษัท ที่มาใช้บริการที่มีประเภทธุรกิจทุนจดทะเบียนและขนาดขององค์กรต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกันบริษัทที่มาใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เบญจพร สุวรรณแสนทว (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบความตรงของ

เนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.940 ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า การบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ราคา และลักษณะองค์กรผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95 %

พรเจริญ แรงฤทธิ และชนิษฐ์ วิสิฐนิจิศา (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของ บริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด เพื่อศึกษาปัจจัยและความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากกลุ่มผู้มาใช้บริการขนส่งสินค้าทางบกจำนวน 134 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานแบบ t- test และ One-Way ANOVA และ Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานพนักงานทั่วไป และมีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการขนส่งทางบกของบริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการในภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการเข้าใจการรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการอยู่ในระดับมากตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของบริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทรานสปอร์ต จำกัด ที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้ บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้ บริการขนส่งสินค้าทางบกของบริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้าน การตอบสนองต่อลูกค้า ด้านให้การเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการเข้าใจการรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของบริษัท เวิลด์ ฮาท ซิปป์ แอน ทราน สปอร์ต จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ศักดิ์ กองสุวรรณ และ เชษฐภรณ์ ลีลาศรีศิริ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่ม

ตัวอย่างสถานประกอบการผลิตสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 60 โรง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. การใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ บริษัทภายนอกแทนที่จะดำเนินการเอง เพราะถูกกว่าบริษัทดำเนินการทั้งหมดเลือกใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอก และสาเหตุที่เลือกใช้บริการจาก

2. ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการโลจิสติกส์

2.1 ด้านการบริการและคุณภาพการบริการ เกี่ยวกับประสบการณ์ขนส่ง/กระจายสินค้าของผู้ประกอบการ

2.2 ด้านราคา เป็นการให้ระยะเวลาในการชำระเงิน

2.3 ด้านช่องทางการใช้บริการเป็นศูนย์กระจายสินค้าของผู้ให้บริการมีหลายแห่ง

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดต้องการให้มีการให้บริการขนส่งสินค้าฟรี 1 เทียวหากใช้บริการขนส่งสินค้าครบตามจำนวนเที่ยวที่บริษัทกำหนดไว้

2.5 ด้านบุคลากรเน้นความซื่อสัตย์ของคนขับรถมี รองลงมาความรับผิดชอบของคนขับรถ

2.6 ด้านกระบวนการต้องการความถูกต้องของการคิดราคาค่าบริการ และ

2.7 ด้านยานพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์ต้องการมีสมรรถนะของรถบรรทุกที่ใช้ขนส่งสินค้า

จากการทดสอบสมมติฐานผู้ที่ใช้บริการด้านการขนส่งและกระจายสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05

วรรณก เต็งวงษ์วัฒน์นะ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการขนส่งพัสดุนับบริษัทเอกชนภายในประเทศไทย จำนวน 200 ราย และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แนวทางในการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยได้แนวคิดในการกำหนดกรอบแนวคิด ตัวแปรและการสร้างเครื่องมือใช้ในการวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระที่สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ช่วงเดือนเมษายน 2562 – เดือนมิถุนายน 2562

#### กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากร จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1963) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับร้อยละ 95 ซึ่งหมายความว่า ยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

$$\text{สูตร โดยที่ } n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น (95% เท่ากับ 1.96)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น กำหนดให้เท่ากับ 0.05

p = ค่าสัดส่วนประชากร จากสูตรจะพบว่าขนาดตัวอย่างจะใหญ่ที่สุด

เมื่อค่า  $p(1-p)$  มีค่าสูงสุดนั้นคือ  $n$  จะมีค่าสูงสุดที่  $p$  เท่ากับ 0.50 จึงกำหนดค่า  $p$  เท่ากับ 0.5

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

$$= 384.16$$

การศึกษาครั้งนี้ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และเพื่อความเหมาะสม ผู้วิจัยจะใช้จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คน เพื่อเพิ่มความแน่นอนและความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีหลักการวิจัยดังนี้

#### แบบสอบถาม (Questionnaire)

การศึกษากาการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structure-undisguised Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล และได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ที่ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ(Nominal) และมาตราวัดจัดลำดับ (Ordinal) โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพการให้บริการ มี 5 ด้านคือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness) ความแน่นอน (Assurance) ความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, Rensis, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มี 5 ด้านคือ การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition/Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบ่งเป็น 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, Rensis, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ระดับมากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน
ระดับมาก	กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน
ระดับปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน
ระดับน้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นคำถามแบบปลายเปิด

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดประเด็นต่าง ๆ ในการกำหนดเป็นข้อคำถามเพื่อใช้ในการสร้างเครื่องมือให้มีความครอบคลุมเนื้อหาและตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

2. นำตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมไปสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามโครงสร้างที่กำหนดไว้ โดยแยกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาให้ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบตามความตรงเชิงเนื้อหา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำ IOC (Index of Item Objective Congruence) เลือกเฉพาะข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ที่มีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป มาใช้เป็นข้อคำถาม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, น.125)

5. แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

6. นำแบบสอบถามที่ได้จากขั้นที่ 1 โดยการนำ Pilot – test กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะทางประชากรเหมือนกันกับประชากรที่ใช้ศึกษา โดยทั่วไปใช้จำนวน 30 ราย ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม นอกจากนี้ให้นำข้อคำถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994) และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถาม จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.2

7. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ตรวจสอบความถูกต้อง

8. นำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เป็นการนำเครื่องมือวิจัยตรวจสอบว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยหรือไม่ โดยจะต้องเหมาะสมกับลักษณะของตัวแปรและประชากร นอกจากนี้จะต้องวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และมีความคงที่ของการวัด ไม่ว่าจะทำการวัดซ้ำกี่ครั้งก็ตาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามข้อคำถามทุกตัวแปรแล้ว ได้นำแบบสอบถามนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนตรวจสอบข้อคำถาม ทั้งด้านความถูกต้องทางสำนวนและความตรงต่อเนื้อหาที่ต้องการวัดหรือไม่ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1997, p.82) โดยกำหนดคะแนนสำหรับการพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อดังนี้แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาตามจุดประสงค์ที่ต้องการวัดให้ +1 คะแนน ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาตามจุดประสงค์ที่ต้องการวัดให้ 0 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามจุดประสงค์ที่ต้องการวัดให้ -1 คะแนน

ผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 3 ท่าน คือ

1. ผศ.ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์
2. อาจารย์ ดร.สุภัญชลี อันไชยะ
3. นายรักพงษ์ คำลือ

จากผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านนำไปคำนวณหาค่า IOC จากสูตร ดังนี้

สูตร  $IOC = (\sum R) / N$

เมื่อ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเกณฑ์พิจารณาค่า IOC (Rovinelli & Hambleton, 1997, p.82) แบบสอบถามแต่ละข้อจะต้องมีค่า IOC  $\geq 0.5 - 1.00$  แสดงว่าคำถามนั้น วัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัด เป็นคำถามที่ใช้ได้ แต่ถ้าค่า IOC  $\leq$  แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหา ไม่ตรงตามที่ต้องการวัด เป็นคำถามที่ใช้ไม่ได้ และควรนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องโดยแบบสอบถามชุดนี้คำนวณค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.5 ถึง 1.00 ทุกข้อ

เมื่อได้ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ในงานวิจัยฉบับนี้ พบว่าข้อคำถามที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงถึงความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามสามารถไปใช้ได้ โดยในแต่ละข้อใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเท่ากับ 0.947

## 2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability)

การหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยการทำ Pilot – test กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ลักษณะทางประชากรเหมือนกันกับประชากรที่ใช้ศึกษา โดยทั่วไปใช้จำนวน 30 ราย ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม นอกจากนั้นนำข้อคำถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994) และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถาม จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.2

ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับพบว่าค่าความเชื่อมั่นด้านคุณภาพการให้บริการเท่ากับ 0.848 ค่าความเชื่อมั่นด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการเท่ากับ 0.850

ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.859 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ที่กำหนด และค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถาม อยู่ระหว่าง 0.308–0.639 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.2 ตามเกณฑ์ที่กำหนด จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ของมาตราวัดตัวแปรผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. จัดทำเครื่องมือสำหรับการวิจัย
2. ปรับปรุงและทดสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับการวิจัยและทดสอบความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยได้รับการแก้ไขและตรวจทานจากอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำไปทดลองใช้กับลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบวัด (Reliability)
4. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ทั้งหมด 400 คน
5. ตรวจสอบและจัดทำข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติและอภิปรายผลการวิจัย
6. เขียนรายงานการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลระดับความสำคัญ และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ภายหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดจัดลำดับ (Ordinal Scales) วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพการให้บริการ มี 5 ด้านคือ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness) ความแน่นอน (Assurance) ความเข้าใจลูกค้า (Empathy) ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, Rensis, 1967, pp.90-95) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มี 5 ด้านคือ การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition/Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, Rensis, 1967, pp.90-95) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการ การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีการ Enter

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยวิธีการหาค่า IOC, อำนาจจำแนกรายข้อคำถาม, ความเชื่อมั่น (Reliability)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ซึ่งได้นำไปใช้เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่ปรากฏในแบบสอบถาม ซึ่งค่าสถิติเชิงพรรณนาที่นำมาใช้จะเหมาะสมกับลักษณะและมาตรวัดของข้อมูลในแต่ละส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal Scales) วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการ ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิษฐ์ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีการ Enter เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีข้อความครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบแบบสอบถาม 100% สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับคุณภาพการให้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้มีจำนวน 400 คน ซึ่งรายละเอียดในส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใดและส่วนใหญ่ท่านใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใดของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นดังนี้

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

(n = 400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	209	52.3
หญิง	191	47.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และเพศหญิง มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

(n = 400)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	26	6.5
20-25 ปี	36	9.0
26-30 ปี	68	17.0
31-35 ปี	68	17.0
36-40 ปี	87	21.8
41-45 ปี	59	14.8
46-50 ปี	27	6.8
51 ปีขึ้นไป	29	7.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี กับ อายุ 36-40 ปี มีจำนวนเท่ากันคือ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อายุ 41-45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 20-25 ปี มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อายุ 51 ปีขึ้นไป

จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 อายุ 46–50 ปี จำนวน 27 คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย/ปวช.	95	23.8
มัธยมปลาย/ปวช.	121	30.3
อนุปริญญา/ปวส.	93	23.3
ปริญญาตรี	85	21.3
ปริญญาโท	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

(n = 400)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	30	7.5
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	194	48.5
พนักงานบริษัทเอกชน	102	25.5
ข้าราชการ	20	5.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	8.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และข้าราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n = 400)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	133	33.3
15,000–25,000 บาท	163	40.8
25,001–35,000 บาท	60	15.0
35,001–45,000 บาท	23	5.8
45,001–55,000 บาท	15	3.8
55,001 บาท ขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000–25,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ 25,000–35,000 บาท จำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 35,001–45,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 รายได้ 45,001–55,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 รายได้ 55,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด

(n = 400)

การขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด	จำนวน	ร้อยละ
Kerry Express	147	36.8
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	184	46.0
การรถไฟแห่งประเทศไทย	69	17.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ Kerry Express จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 การรถไฟแห่งประเทศไทย 69 คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนใหญ่ท่านใช้บริการขนส่งหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด

(n = 400)

การขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระจากหน่วยงานใด	จำนวน	ร้อยละ
Kerry Express	107	26.8
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	202	50.5
การรถไฟแห่งประเทศไทย	91	22.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนใหญ่ท่านใช้บริการขนส่งหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ Kerry Express จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 การรถไฟแห่งประเทศไทย 91 คิดเป็นร้อยละ 22.8 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายระดับคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsive) ด้านความแน่นอน (Assurance) ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) และด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

(n = 400)

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
ด้านความน่าเชื่อถือได้	4.079	.361	มาก	2
ด้านการตอบสนอง	4.125	.360	มาก	1
ด้านความแน่นอน	4.059	.368	มาก	4
ด้านความเข้าใจลูกค้า	4.075	.350	มาก	3
ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม	4.028	.347	มาก	5
รวม	4.071	.259	มาก	

จากตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวม คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.071 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.259) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรก คือ ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ย 4.125 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.360) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 4.079 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.361) ด้านความเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.075 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.350) ด้านความแน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.059 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.368) และด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.028 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.347) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ด้านความเชื่อถือได้

(n=400)				
คุณภาพการให้บริการด้าน ความเชื่อถือได้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
1. พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ ผู้ใช้บริการต้องการ	4.15	.710	มาก	1
2. ผู้ใช้บริการคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของ ผู้ใช้บริการจะได้รับความปลอดภัย จาก การให้บริการ	4.07	.714	มาก	3
3. พักหีบห่อและสัมภาระของ ผู้ใช้บริการถึงที่หมายตรงกับที่ระบุไว้ใน สัญญา	4.05	.605	มาก	4
4. พนักงานดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลของ ผู้ใช้บริการ โดยไม่เกิดความผิดพลาด	4.08	.716	มาก	2
5. พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง ตรงตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ	4.04	.801	มาก	5
รวม	4.079	.361	มาก	

จากตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์ด้านความเชื่อถือได้ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.079 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.361) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ผู้ใช้บริการต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.710) รองลงมา คือ พนักงานดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ โดยไม่เกิดความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 4.08 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.716) ผู้ใช้บริการคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการจะได้รับความปลอดภัย จากการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.07

(ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.714) พัสตุหีบห่อและสัมภาระของผู้ใช้บริการถึงที่หมายตรงกับที่ระบุไว้ในสัญญา มีค่าเฉลี่ย 4.05 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.605) และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.801) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ด้านการความสามารถตอบสนอง

(n=400)

คุณภาพการให้บริการด้านความสามารถตอบสนอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
1. ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟ สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ได้อย่างสะดวก	4.08	.672	มาก	3
2. พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว	4.07	.731	มาก	4
3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.18	.670	มาก	1
4. การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิวลาอาสน์มีช่องทางในการรับบริการที่สะดวกรวดเร็ว	4.17	.619	มาก	2
รวม	4.125	.360	มาก	

จากตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ด้านการความสามารถตอบสนองในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.125 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.360) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการด้านการความสามารถตอบสนอง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.18 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.670) รองลงมา คือ การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิวลาอาสน์มีช่องทางในการรับบริการที่

สะดวกรวดเร็วการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิลาอาสน์มีช่องทางในการรับบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.17 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.619) ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิลาอาสน์ได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.672) พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.07 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.731) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านความแน่นอน

(n=400)				
คุณภาพการให้บริการด้านความแน่นอน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับบริการสามารถให้ข้อมูลท่านได้อย่างถูกต้องชัดเจน	4.13	.665	มาก	1
2. การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.08	.716	มาก	3
3. ความรวดเร็วในการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐาน	4.00	.821	มาก	4
4. พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี	3.98	.702	มาก	5
5. การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง	4.10	.670	มาก	2
รวม	4.059	.368	มาก	

จากตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ด้านความแน่นอนในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.059 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.368) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการด้านการความแน่นอน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับบริการ สามารถให้ข้อมูลท่านได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.13 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.665) รองลงมา คือ การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.10 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.670) การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.08 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.716) ความรวดเร็วในการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.00 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.821) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.98 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.702) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านความเข้าใจลูกค้า

(n=400)

คุณภาพการให้บริการด้านความเข้าใจลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
1. พนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละคนเท่าเทียมกัน	4.10	.703	มาก	3
2. พนักงานมีความเข้าใจ ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน	4.14	.708	มาก	1
3. พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เข้าใจง่าย	4.12	.695	มาก	2
4. ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแนะนำบริการใหม่ ๆ ให้แก่ท่านเป็นระยะ ๆ	4.10	.699	มาก	4
5. พนักงานใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ	3.93	.839	มาก	5
รวม	4.075	.350	มาก	

จากตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านความเข้าใจลูกค้าในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.075 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.350) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการด้านความเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ พนักงานมีความเข้าใจ ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.14 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.708) รองลงมา คือ พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย 4.12 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.695) พนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละคนเท่าเทียมกันกับฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแนะนำบริการใหม่ ๆ ให้แก่ท่านเป็น

ระยะ ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.10 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.699) และ พนักงานใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับ  
ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.839) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อ  
และสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี  
ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม

(n=400)				
คุณภาพการให้บริการด้านลักษณะที่ สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ	ลำดับ
1. พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย	4.05	.605	มาก	2
2. พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ บริการ	4.14	.655	มาก	1
3. ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของสถานีศิลาอาสน์ มีจำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน	3.90	.818	มาก	5
4. ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของสถานีศิลาอาสน์ มีการนำอุปกรณ์ที่ ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.04	.648	มาก	3
5. จุดให้บริการของฝ่ายการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ ดูสะอาดตา มีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีความทันสมัย	4.01	.769	มาก	4
รวม	4.028	.347	มาก	

จากตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการให้บริการ  
ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง  
จังหวัดอุดรธานีด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.028  
(ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.347) ซึ่งมีคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม  
อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ

พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.14 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.655) รองลงมา คือ พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.05 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.605) ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.648) จุดให้บริการของฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ ดูสะอาดตา ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.01 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.769) และ ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.90 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.818) ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition/Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

(n=400)			
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
การรับรู้ปัญหา	3.71	.664	มาก
1. เมื่อท่านจะต้องส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ท่านเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของสถานีศิลาอาสน์เท่านั้น	3.74	.883	มาก

ตารางที่ 19 (ต่อ)

(n = 400)			
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
2. ท่านเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยการชักชวนของ เพื่อน หรือบุคคลอื่น	3.69	.966	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.95	.561	มาก
1. ท่านมีการสอบถามบุคคลในครอบครัวและจาก บุคคลอื่นที่รู้จักเพื่อตัดสินใจ	3.98	.780	มาก
2. ท่านได้ค้นหาข้อมูลของการขนส่งพัสดุหีบห่อ และสัมภาระจากทางอินเทอร์เน็ต ก่อนการตัดสินใจใช้ บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานี ศิลาอาสน์ ก่อน	3.93	.758	มาก
การประเมินผลทางเลือก	3.89	.536	มาก
1. ท่านมักจะเปรียบเทียบราคาการขนส่งก่อนการ ใช้บริการ	4.01	.611	มาก
2. ท่านพิจารณาถึงความรวดเร็วและสะดวกสบาย ที่จะได้รับจากการบริการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระก่อนที่จะใช้บริการ	3.78	.819	มาก
การตัดสินใจซื้อ	4.01	.550	มาก
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยพิจารณาจาก ราคา ถูกที่สุด เป็นหลัก	4.09	.710	มาก
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยพิจารณาจาก การ บริการของพนักงาน เป็นหลัก	3.94	.842	มาก
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.11	.538	มาก
1. ท่านรู้สึกประทับใจในการให้บริการของ พนักงาน และจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง	4.14	.695	มาก

ตารางที่ 19 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
2. ท่านรู้สึกประทับใจในความสะดวก รวดเร็วและ จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง	4.09	.709	มาก
รวม	3.93	.307	มาก

(n = 400)

จากตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.93 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.307) พบว่าระดับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามระดับมากเป็นลำดับแรก คือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.11 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.536) รองลงมา คือ การตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.01 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.550) การค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.95 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.561) การประเมินผลทางเลือก มีค่าเฉลี่ย 3.89 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.561) และการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.71 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.664) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่าด้านการรับรู้ปัญหา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งมีระดับการตัดสินใจด้านการรับรู้ปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่องคือ เมื่อท่านจะต้องส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ท่านเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์เท่านั้นมีค่าเฉลี่ย 3.74 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.883) รองลงมา คือท่านเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยการชักชวนของเพื่อน หรือบุคคลอื่นมีค่าเฉลี่ย 3.69 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.966)

ด้านการค้นหาข้อมูล ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งมีระดับการตัดสินใจด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่องคือ ท่านมีการสอบถามบุคคลในครอบครัวและจากบุคคลอื่นที่รู้จักเพื่อตัดสินใจมีค่าเฉลี่ย 3.98 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.780) รองลงมา คือท่านได้ค้นหาข้อมูลของการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากทางอินเทอร์เน็ต ก่อนการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ ก่อน มีค่าเฉลี่ย 3.93 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.561)

ด้านการประเมินผลทางเลือก ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งมีระดับการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ ท่านมักจะเปรียบเทียบราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.01 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.611) รองลงมา คือท่านพิจารณาถึงความรวดเร็วและสะดวกสบายที่จะได้รับจากการบริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระก่อนที่จะใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.78 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.819)

ด้านการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งมีระดับการตัดสินใจด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยพิจารณาจากราคาถูกที่สุด เป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 4.09 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.710) รองลงมา คือท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยพิจารณาจาก การบริการของพนักงาน เป็นหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.94 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.842)

ด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งมีระดับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรกในเรื่อง คือ ท่านรู้สึกประทับใจในกานให้บริการของพนักงาน และจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งมีค่าเฉลี่ย 4.14 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.695) รองลงมา คือท่านรู้สึกประทับใจในความสะดวก รวดเร็ว และจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 4.09 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.709)

#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

รายการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ด้านความน่าเชื่อถือได้	ด้านการตอบสนอง	ด้านความแน่นอน	ด้านความเข้าใจลูกค้า	ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	1					
ด้านความน่าเชื่อถือได้	.513**	1				
ด้านการตอบสนอง	.454**	.291**	1			
ด้านความแน่นอน	.482**	.424**	.210**	1		
ด้านความเข้าใจลูกค้า	.395**	.371**	.392**	.370**	1	
ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม	.483**	.371**	.338**	.648**	.406**	1

จากตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการจำนวน 5 ด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.210–0.648 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรอิสระโดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรมเท่ากับ 0.64 ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ด้านความแน่นอนเท่ากับ 0.21 ซึ่งค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) หรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จะนำมาทำศึกษานั้น ไม่มีค่าความสัมพันธ์คู่ใดเกิน 0.80 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity สรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณได้ (Devore & Peck, 1993, p.129)

## ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งปัจจัยที่ใช้พิจารณามี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsive) ด้านความแน่นอน (Assurance) ด้านความเข้าใจลูกค้า (Empathy) และด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) เมื่อพิจารณาในภาพรวมได้ผลดังตารางนี้

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ตัวแปรอิสระ	B	SE.	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.826	0.186		4.444	0.000	
คุณภาพการให้บริการ	0.765	0.046	0.644	16.792	0.000	1.000

$R^2 = 0.415$ , Adj  $R^2 = 0.413$ , SE = 0.235, F = 281.982

\*ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

\*\*ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการวิเคราะห์ค่ารวมของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ในภาพรวมพบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 41.5 ( $R^2=0.415$ )

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย					
	B	SE.	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่	0.729	0.186		3.911	0.000	
ด้านความน่าเชื่อถือได้	0.231	0.039	0.272	5.931	0.000**	1.476
ด้านการตอบสนอง	0.236	0.036	0.276	6.532	0.000**	1.254
ด้านความแน่นอน	0.204	0.042	0.245	4.854	0.000**	1.791
ด้านความเข้าใจลูกค้า	0.63	0.039	0.072	1.624	0.105	1.381
ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ ความเป็นรูปธรรม	0.51	0.048	0.058	1.056	0.292	2.108

$R^2 = 0.439$ ,  $Adj R^2 = 0.432$ ,  $SE = 0.23181$ ,  $F = 61.781$

\*ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

\*\*ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์รายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ( $\beta = .236$ ,  $VIF = 1.254$ ) ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้ บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอ เมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ มากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ( $\beta = .231$ ,  $VIF = 1.476$ ) คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ ( $\beta = .204$ ,  $VIF = 1.791$ ) ส่วนคุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจลูกค้า ( $\beta = .63$ ,  $VIF = 1.381$ ) ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ ความเป็นรูปธรรม ( $\beta = .51$ ,  $VIF = 2.108$ ) ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่ง พักหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัด อุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ สาเหตุเพราะผู้ใช้บริการอาจจะให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านอื่นมากกว่า

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์ 2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งรายละเอียดประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะดังนี้

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้า สถานีรถไฟศิลาอาสน์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระที่สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ช่วงเดือนเมษายน 2562 – เดือนมิถุนายน 2562

##### กลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ที่สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน เพื่อเพิ่มความแน่นอนและความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีหลักการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพการให้บริการ มี 5 ด้านคือ ความเชื่อถือได้ ความสามารถตอบสนอง ความแน่นอน ความเข้าใจลูกค้า ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม โดยผู้วิจัยมีการกำหนดเป็น อัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มี 5 ด้านคือ การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยผู้วิจัยมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ในการดำเนินการวิจัย โดยโครงสร้างของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามผู้วิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

#### ข้อมูลพื้นฐานของการใช้บริการการขนส่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีอายุ 36- 40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 โดยมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปลาย/ปวช. จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000–25,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ Kerry Express จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 147 การรถไฟแห่งประเทศไทย 69 คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนใหญ่ใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ Kerry Express จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 การรถไฟแห่งประเทศไทย 91 คิดเป็นร้อยละ 22.8

### วัตถุประสงค์ที่ 1

เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าสถานีรถไฟศิวาอาสน์

#### ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรก คือ ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ย 4.125 รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 4.079 ด้านความเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.075 ด้านความแน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.059 และด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.028 ตามลำดับ

#### ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรก คือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ การตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.01 การค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.95 การประเมินผลทางเลือก มีค่าเฉลี่ย 3.89 และการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

### วัตถุประสงค์ที่ 2

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวาอาสน์ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

## ผลการศึกษาคูณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้เลือกบริการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง อุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการ ( $\beta = .236$ ) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ มากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ( $\beta = .231$ ) คุณภาพการให้บริการด้านทำให้ความมั่นใจ ( $\beta = .204$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 41.5 ( $R^2=.0.415$ )

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

#### สมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความแน่นอน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2013, pp.41-50) และฉิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552, น.10-11) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่รับรู้ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเองโดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการให้เลือกเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 ด้าน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการด้านเชื่อถือได้ พนักงานที่ให้บริการขนส่งพัสดุสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ต้องการสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ต้องการ ด้านการตอบสนองผู้ใช้บริการการขนส่งสามารถติดต่อ

กับสถานีรถไฟศิวลาอาสน์ ฝ่ายขนส่งได้อย่างสะดวก พนักงานสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว หรือสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็ว ด้านความแน่นอนพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับบริการ สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน รวมถึงการที่สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ ฝ่ายการขนส่ง มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีความรวดเร็วในการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐาน และมีระบบการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง ส่วนคุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจลูกค้า ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ กล่าวคือ ด้านความเข้าใจลูกค้า เนื่องจากสถานีรถไฟศิวลาอาสน์อยู่บริเวณนอกตัวเมือง ประกอบกับในตัวเมืองมีการขนส่งเอกชนให้ประชาชนผู้ใช้บริการได้เลือกมากกว่า และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง ประชาชนเข้าถึงได้ยาก ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม ประชาชนที่มาใช้บริการไม่ได้สนใจในการแต่งกายของพนักงาน การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ แต่ประชาชนผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่จำเป็นต้องใช้บริการเพื่อขนส่งพืชผลทางการเกษตรที่มีน้ำหนักมาก เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับขนส่งเอกชน การศึกษาค้นคว้านี้สอดคล้องกับการศึกษาของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์ (2559, น.84-86) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการบอกต่อ ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

## ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอส่วนนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย และส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ตามรายละเอียดดังนี้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิวลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. การรถไฟแห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญตระหนักคุณภาพการให้บริการด้านความเข้าใจ ลูกค้าด้วยการให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลสำหรับผู้ใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนที่ต้องการทราบ ใส่ใจในรายรายละเอียดของคำถาม ข้อเสนอแนะ และปัญหา เพราะผู้ใช้บริการแต่ละคนมีปัญหาและคำถามที่แตกต่างกันออกไป ควรมีการแนะนำ การใช้บริการให้กับผู้ใช้บริการ ผ่านระบบสื่อออนไลน์เช่น FACEBOOK, LINE เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการ ได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ และช่วยลดปัญหาในการใช้บริการ

2. การรถไฟแห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการให้บริการด้านความแน่นอนโดยมีการจัดอบรมพนักงานที่ให้บริการด้านการขนส่งประจำสถานีให้มีความรู้เกี่ยวกับบริการ การขนส่ง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนและรวดเร็วกับประชาชนผู้ใช้บริการ รวมถึง การพัฒนาบริเวณสถานีรถไฟด้านฝ่ายการขนส่ง ต้องจัดให้มีระบบการให้บริการที่เป็นไปตาม มาตรฐานอยู่เสมอ และน่าเชื่อถือ

3. การรถไฟแห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม ในด้านนี้เป็นด้านที่ไม่สามารถจับต้องได้ และสัมผัสได้ด้วย ความรู้สึก ทางสถานีควรให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการด้วยความจริงใจ เต็มใจในการให้บริการ เพราะ ผู้ใช้บริการบางกลุ่ม จำเป็นต้องใช้การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟเป็นหลัก ในส่วนนี้ จะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการรถไฟ และทางสถานีรถไฟศิวลาอาสน์

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการขนส่งที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพราะในปัจจุบัน การขนส่งมีความสำคัญอย่างยิ่งกับการประกอบธุรกิจการเกษตรและธุรกิจประเภทอื่น ๆ ทำให้มีการแข่งขันกันสูง โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะได้เข้าใจถึงคุณภาพการให้บริการการขนส่งของทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนำผลมาศึกษาว่า คุณภาพการให้บริการการขนส่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งมาเปรียบเทียบ และนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

2. ผู้ที่สนใจและต้องการศึกษาเพิ่มเติม ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ 4P โดยเปรียบเทียบทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพราะในปัจจุบันนี้การขนส่งสินค้ามีความสำคัญกับผู้ประกอบธุรกิจไม่ว่าจะธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ หรือในครัวเรือน และเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะการให้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทยเท่านั้น สำหรับวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมทั้งเรื่องของราคาระยะเวลาของผู้ให้บริการทั้งของหน่วยงานภาครัฐและบริษัทเอกชนมากกว่านี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดการรูปแบบการให้บริการการขนส่งสินค้าของหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). *สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและงานลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2561). สืบค้น 20 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.railway.co.th/Home/Index>
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชชิง.*
- จรัญชัย กรเขตมหาชัย. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการฝึกอบรมของบริษัท แบงค์ คอกควอลิตี้เซอร์วิส จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ชนิดาภา วรรณภรณ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์กระทรวงสาธารณสุข. การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.*
- ชุติมณฑน์ วิมูลชาติ. (2553). *ความพึงพอใจของกลุ่มคนทำงานในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ธนกร จิรพัฒน์ดำรง และ ไชยยศ ไชยมั่นคง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกรณี SEALITE GROUP. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.*
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2552). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- เบญจพร สุวรรณแสนทว. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ปณิศา มิจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.*
- ประจัน จันตอง. (2557). *ยุทธศาสตร์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ. 2558-2565 และแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ: กระทรวงคมนาคม.*
- ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2557). *ยุทธศาสตร์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ. 2558-2565 และแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2558. เดินหน้าประเทศไทยคืนความสุขให้ประชาชน แฉลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ 12 กันยายน 2557. กรุงเทพฯ: กระทรวงคมนาคม.*
- ปิยพงศ์ พุฒินิชย์. (2556). *อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของ*

ลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรเจริญ แรงฤทธิ และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้า  
ทางบกของ บริษัท เวิลด์ ฮาท ชิปปิ้ง แอน ทราน สปอร์ต จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

วณะ ภูพานี. ( 2555). *Consumer's decision making การตัดสินใจของผู้บริโภค*. สืบค้น 20 ตุลาคม  
2561, จาก <https://www.slideshare.net/kingkongzaa/consumers-decision-making-ch-11>

วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์. (2559). *คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และ  
การบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศ  
ไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วัชรีย์ แก้วจันทร์. (2551). *ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส*. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2556). *สถานีรถไฟคิลาอาสน์*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2561 จาก  
<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B9%8C>

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับลับการตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บั๊คส์.  
สุพจน์ วิริยะสาธิต. (2554). *คุณภาพการให้บริการของตลาดรังสิตจังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระ  
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2557). *ยุทธศาสตร์ การพัฒนาเมืองเศรษฐกิจชายแดนเพื่อเชื่อมโยงประเทศ  
เพื่อนบ้าน*. กรุงเทพฯ: กระทรวงคมนาคม.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior*. Mason, OH:  
Thomson Higher Education.

Etzel, M. J. (2014). *Marketing* (12th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service quality: Concepts and models.  
*International Journal of Quality & Reliability Management*, 11 (9), 144-150.

Johnston, E. (2013). *5 Steps to understanding your customer's buying process*.

Retrieved october 20, 2018, from <http://goo.gl/YLFKX>.

Kim, C., Galliers, R. D., , Shin, N., Joo-Han, R., , & Kim, J. (2012). Factor Influencing

- internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Application*, 11, 374-387.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). *The marketing aspects of service quality*. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Nunnally, J., & Bernstein, L. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGrawHill.
- Orji, & Goodhope. (2013). *Five-Stage Model of The Customer Buying Process*. Retrieved October 20, 2018, from <https://fifathanom.wordpress.com>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A Conceptual Model of ServiceQuality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 82.
- Tariq M.I., N. M. R., Nawaz M. M., & Butt H. A. (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and AppliedScientific Research*, 3 (2), 340-347.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย





ภาคผนวก ข  
หนังสือราชการ

ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๔๑



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวรัฐพรรณ สมเชื้อ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อ  
ตัดสินใจการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟ  
ศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์” ซึ่งมี อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต เป็นประธานกรรมการควบคุมการ  
จัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา  
ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวรัฐพรรณ สมเชื้อ ๐ ๙๗๓๒ ๙๔๕๔ ๑



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๔๑

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร.สุกัญชลี อ้นไชยะ

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวรัฐพรณ สมเชื้อ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์” ซึ่งมี อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต เป็นประธานกรรมการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวรัฐพรณ สมเชื้อ ๐ ๙๗๓๒ ๙๔๕๕ ๑



ที่ ศธ ๐๕๓๕.๑๐/ว๐๔๑

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์  
อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายรักพงษ์ คำลือ

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑ - ๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวรัฐพรณ สมเชื้อ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อ  
ตัดสินใจการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟ  
ศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์” ซึ่งมี อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต เป็นประธานกรรมการควบคุมการ  
จัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา  
ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวรัฐพรณ สมเชื้อ ๐ ๙๗๓๒ ๙๔๕๕ ๑



ภาคผนวก ค  
เครื่องมือในการวิจัย

### แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่ง  
พัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย  
สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุดโดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ มา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโท

คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

##### 1. เพศ

1) ชาย  2) หญิง

##### 2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี  2) 20 – 25 ปี

3) 26 – 30 ปี  4) 31 – 35 ปี

5) 36 – 40 ปี  6) 41 – 45 ปี

7) 46 – 50 ปี  8) 51 ปีขึ้นไป

## 3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย/ปวช.       2) มัธยมปลาย/ปวช.
- 3) อนุปริญญา/ปวส.                       4) ปริญญาตรี
- 5) ปริญญาโท                                       6) ปริญญาเอก

## 4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา                       2) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
- 3) พนักงานบริษัทเอกชน                       4) ข้าราชการ
- 5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ                       6) แม่บ้าน/พ่อบ้าน
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท                       2) 15,000 – 25,000 บาท
- 3) 25,001 – 35,000 บาท                       4) 35,001 – 45,000 บาท
- 5) 45,001 - 55,000 บาท                       6) 55,001 บาท ขึ้นไป

## 6. การขนส่งที่ท่านเคยใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด

- 1) Kerry Express
- 2) NTC
- 3) ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- 4) การรถไฟแห่งประเทศไทย

5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการขนส่งหีบห่อและสัมภาระจากหน่วยงานใด

1) Kerry Express

2) NTC

3) ไปรษณีย์ไทย จำกัด

4) การรถไฟแห่งประเทศไทย

5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการ  
รถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
เพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
<b>ด้านความเชื่อถือได้</b>							
(1)	พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับที่ ผู้ใช้บริการต้องการ						
(2)	ผู้ใช้บริการคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของ ผู้ใช้บริการจะได้รับความปลอดภัย จาก						

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
	การให้บริการ						
(3)	พัสดุหีบห่อและสัมภาระของผู้ใช้บริการถึงที่หมายตรงกับที่ระบุไว้ในสัญญา						
(4)	พนักงานดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ โดยไม่เกิดความผิดพลาด						
(5)	พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ผู้บริการต้องการ						
<b>ด้านความสามารถตอบสนอง</b>							
(6)	ผู้บริการสามารถติดต่อกับฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟ สถานีรถไฟศิลาอาสน์ได้อย่างสะดวก						
(7)	พนักงานให้บริการผู้บริการด้วยความรวดเร็ว						
(8)	พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริการได้อย่างรวดเร็ว						
(9)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิลาอาสน์มีช่องทางในการรับบริการที่สะดวกรวดเร็ว						
<b>ด้านความแน่นอน</b>							
(10)	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับบริการ สามารถให้ข้อมูลท่านได้อย่างถูกต้องชัดเจน						
(11)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการให้บริการที่						

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
	เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ						
(12)	ความรวดเร็วในการขนส่งเป็นไปตามมาตรฐาน						
(13)	พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี						
(14)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์ มีระบบการคิดค่าบริการเป็นไปอย่างถูกต้อง						
<b>ด้านความเข้าใจลูกค้า</b>							
(15)	พนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละคนเท่าเทียมกัน						
(16)	พนักงานมีความเข้าใจ ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน						
(17)	พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เข้าใจง่าย						
(18)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแนะนำบริการใหม่ๆ ให้แก่ท่านเป็นระยะ ๆ						
(19)	พนักงานใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ						
<b>ด้านลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม</b>							
(20)	พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย						
(21)	พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการ						
(22)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน						

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
(23)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์ มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ						
(24)	จุดให้บริการของฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์ ดูสะอาดตา มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความทันสมัย						

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
<b>ด้านการรับรู้ปัญหา</b>							
(25)	เมื่อท่านจะต้องส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ท่านเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาสน์เท่านั้น						

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
(26)	ท่านเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของสถานีสึลาสน์ โดยการชักชวนของเพื่อน หรือบุคคลอื่น						
<b>ด้านการค้นหาข้อมูล</b>							
(27)	ท่านมีการสอบถามบุคคลในครอบครัว และจากบุคคลอื่นที่รู้จักเพื่อตัดสินใจ						
(28)	ท่านได้ค้นหาข้อมูลของการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระจากทางอินเทอร์เน็ต ก่อนการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีสึลาสน์ ก่อน						
<b>ด้านการประเมินผลทางเลือก</b>							
(29)	ท่านมักจะเปรียบเทียบราคาการขนส่ง ก่อนการให้บริการ						
(30)	ท่านพิจารณาถึงความรวดเร็วและสะดวกสบายที่จะได้รับการบริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระก่อนที่จะใช้บริการ						
<b>ด้านการตัดสินใจใช้บริการ</b>							
(31)	ท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของสถานีสึลาสน์ โดยพิจารณาจาก ราคาถูกที่สุด เป็นหลัก						
(32)	ท่านตัดสินใจใช้บริการการขนส่งพัสดุ หีบห่อและสัมภาระของสถานีสึลาสน์ โดยพิจารณาจาก การบริการของ พนักงาน เป็นหลัก						

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
		5	4	3	2	1	
<b>ด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ</b>							
(33)	ท่านรู้สึกประทับใจในการให้บริการของพนักงาน และจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง						
(34)	ท่านรู้สึกประทับใจในความสะดวกรวดเร็วและจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง						

\*\* ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ \*\*

**ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง  
แบบประเมินดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ตารางวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิต่อแบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟแห่งประเทศไทย สถานีรถไฟศิลาอาสน์ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

แนวคิดคุณภาพการให้บริการขนส่ง

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
<b>1. ความเชื่อถือได้ (Reliability)</b>						
(1.1)	พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ต้องการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(1.2)	พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับที่ผู้ใช้บริการต้องการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(1.3)	พนักงานดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ โดยไม่เกิดความผิดพลาด	0	+1	+1	0.67	สอดคล้อง
(1.4)	ผู้ใช้บริการคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการจะได้รับความปลอดภัย จากการให้บริการ	0	+1	+1	0.67	สอดคล้อง
(1.5)	พัสดุหีบห่อและสัมภาระของผู้ใช้บริการถึงที่หมายตรงกับที่ระบุไว้ในสัญญา	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
<b>2. ความสามารถตอบสนอง (Responsiveness)</b>						
(2.1)	ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของการรถไฟ สถานีรถไฟศิลาอาสน์ได้อย่างสะดวก	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดคุณภาพการให้บริการขนส่ง (ต่อ)

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
(2.2)	พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการ ด้วยความรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(2.3)	พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา ให้ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(2.4)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของการรถไฟฯ สถานีรถไฟศิลาอาสน์มี ช่องทางในการรับบริการที่ สะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
<b>3. ความแน่นอน (Assurance)</b>						
(3.1)	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ บริการ สามารถให้ข้อมูลท่าน ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(3.2)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการให้บริการที่เป็นไป ตามมาตรฐาน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(3.3)	ความรวดเร็วในการขนส่ง เป็นไปตามมาตรฐาน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(3.4)	พนักงานสามารถแก้ปัญหา ให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(3.5)	การขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีระบบการคิดค่าบริการ เป็นไปอย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดคุณภาพการให้บริการขนส่ง (ต่อ)

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
<b>4.ความเข้าใจลูกค้า (Empathy)</b>						
(4.1)	พนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าแต่ละคนเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(4.2)	พนักงานมีความเข้าใจ ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(4.3)	พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เข้าใจง่าย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(4.4)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือแนะนำบริการใหม่ๆ ให้แก่ท่านเป็นระยะ ๆ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(4.5)	พนักงานใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
<b>5. ลักษณะที่สัมผัสได้/ความเป็นรูปธรรม (Tangible)</b>						
(5.1)	พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(5.2)	พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับงานที่บริการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(5.3)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดคุณภาพการให้บริการขนส่ง (ต่อ)

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
(5.4)	ฝ่ายการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ มีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมา ใช้ในการให้บริการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(5.5)	จุดให้บริการของฝ่ายการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของสถานีศิลาอาสน์ คุสะอาด ตา มีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีความทันสมัย	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
<b>1. การรับรู้ปัญหา</b>						
(1.1)	เมื่อท่านจะต้องส่งพัสดุหีบห่อ และสัมภาระ ท่านเลือกใช้ บริการขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ เท่านั้น	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(1.2)	ท่านเลือกใช้บริการการขนส่ง พัสดุหีบห่อและสัมภาระของ สถานีศิลาอาสน์ โดยการ แนะนำของเพื่อน หรือบุคคล อื่น	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ (ต่อ)

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
<b>2. การค้นหาข้อมูล</b>						
(2.1)	ท่านมีการสอบถามบุคคลใน ครอบครัวและจากบุคคลอื่นที่ รู้จักเพื่อตัดสินใจ	0	+1	+1	0.67	สอดคล้อง
(2.2)	ท่านได้ค้นหาข้อมูลของการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ จากทางอินเทอร์เน็ต ก่อนการ ตัดสินใจใช้บริการการขนส่ง พัสดุหีบห่อและสัมภาระของ สถานีศิลาอาสน์ ก่อน	0	+1	+1	0.67	สอดคล้อง
<b>3. การประเมินผลทางเลือก</b>						
(3.1)	ท่านมักจะเปรียบเทียบราคา การขนส่งก่อนการใช้บริการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(3.2)	ท่านพิจารณาถึงความรวดเร็ว และสะดวกสบายที่จะได้รับ จากการบริการขนส่งพัสดุหีบ ห่อและสัมภาระก่อนที่จะใช้ บริการ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
<b>4. การตัดสินใจใช้บริการ</b>						
(4.1)	ท่านตัดสินใจใช้บริการการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและสัมภาระ ของสถานีศิลาอาสน์ โดย พิจารณาจาก ราคาถูกที่สุด เป็นหลัก	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## แนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ (ต่อ)

ที่	รายการประเมิน	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
(4.2)	ท่านตัดสินใจใช้บริการการ ขนส่งพัสดุหีบห่อและ สัมภาระของสถานีศิลาอาสน์ โดยพิจารณาจาก การบริการ ของพนักงาน เป็นหลัก	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
<b>5. พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ</b>						
(5.1)	ท่านรู้สึกประทับใจในการ ให้บริการของพนักงาน และ จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
(5.2)	ท่านรู้สึกประทับใจในความ สะดวก รวดเร็วและจะ กลับมาใช้บริการอีกครั้ง	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง



ประวัติย่อผู้วิจัย

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	รัฐพรรณ สมเชื้อ
วัน เดือน ปี เกิด	9 กุมภาพันธ์ 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดอุดรธานี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 ครุศาสตร์บัณฑิต (คณิตศาสตร์) มหาวิทยาลัยวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	308 หมู่ที่ 6 ตำบลวังกะพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 53170

