

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

FACTORS AFFECTING THE CUSTOMERS' ACCEPTANCE OF
USING THE IBOX SERVICE OF THAILANDPOST COMPANY LIMITED



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

FACTORS AFFECTING THE CUSTOMERS' ACCEPTANCE OF
USING THE BOX SERVICE OF THAILAND POST COMPANY LIMITED



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS AFFECTING THE CUSTOMERS' ACCEPTANCE OF
USING THE IBOX SERVICE OF THAILANDPOST COMPANY LIMITED**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
2019



COPYRIGHT 2019

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์เพื่อการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อเผยแพร่เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
นักศึกษา	รุจณี ชีระวัฒน์
รหัสนักศึกษา	59611039
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.วอนชนกไชยสุนทร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ Independent-Samples T Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุ 18 - 25 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุ 34-41 ปี เพราะผู้ให้บริการอาจมีความจำเป็นในการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป เพราะรายได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอำนาจการซื้อสินค้าหรือการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ในส่วนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของปัจจัยการยอมรับต่อการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ พบว่าผลโดยรวมมีค่าความผันแปรเท่ากับร้อยละ 39 ซึ่งมีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ผ่านการอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ กรุณาแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Factors Affecting the Customers' Acceptance of Using the iBox Service of Thailandpost Company Limited.
Student	Miss Rutjane Teerawat
Student ID	59611039
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2019
Advisor	Assistant Professor Dr. Wornchanok Chaiyasoonthorn

ABSTRACT

The objective of this research is 1) To study and compare the level of feedback about the acceptance of the application of the iBox service of Thailand Post Company limited and 2) To study the related factors that influence towards the acceptance of the iBox service of Thailand Post Company limited. The data was gathered by using questionnaires that have been gathered from the sample groups of 400 people. The data were analyzed by the statistical application. The statistical approaches and related variables are the percentages, the average score, the standard deviation, independent-samples T Test statistics, One-Way ANOVA analysis, and the multiple linear regression analysis.

According to the study, it has been found that the service recipient whose age is below 18 years old have the lower level of acceptance towards the iBox service than those who are 18 – 25 years old. The service recipient age between 34 – 41 years old, which have the necessity in the using of the service differently and various depends on the individual, has found that those who have education background lower than bachelor degree have a different level of acceptance towards the iBox service than those who are graduated. Those who have a salary lower than 10,000 Baht have a lower level of acceptance of the iBox service than those who have a salary higher than 15,000 Baht. Since the salary is an important factor that defines the ability to purchase or to choose the services as the consumers. In term of the linear regression over the acceptance factor of the iBox service which are consisted of the expectation, the awareness of the benefits, the facilitating, and the realization of the ease of the use of the service and the expectation in the performance and

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

efficiency are found that the overall effect was 39 percent variance which has a positive effect on the acceptance of the use of the iBox service respectively.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.วอนชนกไชยสุนทร ที่ให้ความช่วยเหลือให้คำชี้แนะช่วยแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ชี้แนะแนวทางในการศึกษา ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งในความกรุณาดังกล่าวซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของคณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะที่ได้ช่วยดำเนินการเรื่องต่าง ๆ จนสำเร็จได้

สุดท้ายนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดี และให้การสนับสนุนตลอดมาจนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

รุจน์ ธีระวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ	V
สารบัญตาราง	VII
สารบัญภาพ	IX
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 นิยามศัพท์.....	4
1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล	7
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ	9
2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM2).....	10
2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2).....	11
2.2 ข้อมูลทั่วไปและขั้นตอนของการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox)	14
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	20
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการ ใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....	32
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับของการยอมรับการให้บริการ ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	39
4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	40
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.....	46
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการวิจัย	47
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	50
5.3 ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	61
ภาคผนวก ข รายละเอียดเกี่ยวกับตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ	66
ประวัติผู้เขียน	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 รายงานสรุปรูปพัสดุ เดือนกรกฎาคม 2560 ถึง กุมภาพันธ์ 2561	22
3.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสถานที่ที่ถูกเลือกเท่ากับ 80 คน.....	23
3.3 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha.....	25
3.4 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ.....	27
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของ บจก.ไปรษณีย์ไทย.....	33
4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	33
4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	36
4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ	37
4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน	38
4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก	39
4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของ บจก.ไปรษณีย์ไทย.....	40
4.9 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามเพศ.....	42
4.10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามอายุ.....	42
4.11 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามอายุ.....	43
4.12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามระดับการศึกษา	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะ จำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะ จำแนกตามอาชีพ.....	45
4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	45
4.16 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.17 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของ บจก.ไปรษณีย์ไทย.....	47

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 รายงานสรุปพัสดุเดือนกรกฎาคม 2560 ถึง กุมภาพันธ์ 2561	2
1.2 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	6
2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM2)	11
2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2).....	12
2.3 ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox)	14
2.4 ขั้นตอนแรกของการฝากส่งพัสดุ.....	15
2.5 ขั้นตอนรอรับ SMS จากทางไปรษณีย์.....	15
2.6 ขั้นตอนรับพัสดุที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox).....	16



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ได้นำนวัตกรรมที่ทันสมัยอย่างอัตโนมัติหรือตู้คีออสเข้ามาใช้งานมากขึ้น ซึ่งเป็นนวัตกรรมบริการและช่องทางออนไลน์ใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุดได้หลากหลายชนิดและช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดเวลา โดยนวัตกรรมถือเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากความคิดริเริ่มใหม่ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแพร่หลายในธุรกิจให้ทันกับยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ มุ่งเน้นพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ธุรกิจต่างเริ่มมีการแข่งขันสร้างรูปแบบการให้บริการที่ทำให้ธุรกิจของตนเองเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภคและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจของตนเองได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งมีธุรกิจต่าง ๆ ที่ได้นำตู้อัตโนมัติหรือตู้คีออสมาใช้ในรูปแบบต่าง ๆ ตามแต่ละประเภทของธุรกิจนั้น เช่น ตู้ i-Locker สวณสยามทะเลกรุงเทพ Movebox24บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส Lock Box ตู้ฝากสิ่งของตามสถานีรถไฟฟ้า และ Smart POD ตู้เอกสารอัจฉริยะสำหรับคอนโดมิเนียมต่าง ๆ เป็นต้น(กรุงเทพฯออนไลน์ , 2559)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นอีกหนึ่งบริษัทที่ได้นำตู้อัตโนมัติ ในลักษณะตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) เข้ามาใช้ในการจัดการเรื่องของการรับส่งของจากไปรษณีย์ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันไปรษณีย์ไทยเป็นที่นิยม และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในหลาย ๆ ด้าน ทำให้มีปริมาณงานที่สูงขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซหรือการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทางไปรษณีย์ไทยยังมีบริการที่หลากหลายให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย และการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของไปรษณีย์เอง แต่การบริการที่หลากหลายก็เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาด้วย

เนื่องจากกระบวนการทำงานของไปรษณีย์ตั้งแต่ รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย มีระบบลำเลียงซับซ้อน มีคนเข้ามาเกี่ยวข้องหลายคน หลายขั้นตอนกว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราวหรือเอาท์ซอส ความรับผิดชอบในหน้าที่และประสิทธิภาพ ในการทำงานจึงไม่เทียบเท่าพนักงานประจำที่มีประสบการณ์และความชำนาญมากกว่า จึงนำไปสู่ปัญหาด้านการบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเกิดการแข่งขันทางการตลาดโดยมีคู่แข่งทางธุรกิจจึงได้ทำการพัฒนาและคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเข้ามาช่วยในการให้บริการ เพื่อ

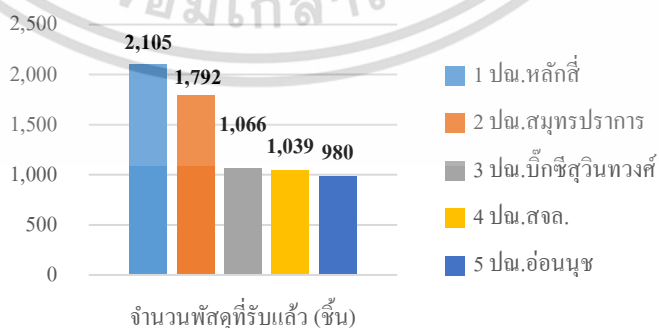
เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่ไม่สะดวกในการรับพัสดุที่บ้านให้มีประสิทธิภาพเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากยิ่งขึ้น ซึ่งตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมีขั้นตอนการทำงานดังนี้ ขั้นตอนที่หนึ่ง แจ้งผู้ฝากส่งเจ้าหน้าที่ของ หรือพัสดุถึงผู้รับที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ที่จะทำการรับพัสดุ ขั้นตอนที่สอง รอรับข้อความ SMS เพื่อยืนยันจากทางไปรษณีย์ไทย และขั้นตอนที่สาม สามารถรับพัสดุที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) โดยนำบัตรประชาชนใส่ลงไปในช่วงที่กำหนด จากนั้นและกรหัส OTP ที่ได้รับข้อความ SMS จากทางไปรษณีย์ไทย ซึ่งผู้รับบริการต้องมารับพัสดุภายในเวลา 48 ชั่วโมง หากเกินในเวลาที่ ทางไปรษณีย์ไทยกำหนดพัสดุจะถูกส่งกลับมารองานง่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางทันที โดยที่ ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ได้ถูกออกแบบมาเพื่อให้สามารถใช้บริการได้ง่าย สะดวกสบาย และปลอดภัย จึงทำการติดตั้งกล่องวงจรปิดที่สามารถตรวจสอบได้ทุก 24 ชั่วโมง ซึ่งบริการของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) จะรองรับเฉพาะพัสดุแบบมีหลักฐานเท่านั้น ได้แก่ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) ไปรษณีย์แบบลงทะเบียน และพัสดุในขนาดที่สามารถใส่ในตู้ได้เท่านั้น ในปัจจุบันตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ให้บริการโดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 28 แห่งทั่ว กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สามเสนใน บางซื่อ จตุจักร บางบัวทอง บางกรวย บางใหญ่ ไทรน้อย ลาดพร้าว รามอินทรา คลองจั่น มีนบุรี ลาดกระบัง นองจอก ปทุมธานี คลองหลวง รังสิต ลำลูกกา บางขุนเทียน ภาษีเจริญ ตลิ่งชัน ลำไทร บางกอกน้อย พระโขนง อ่อนนุช สมุทรปราการ บางปู และบางพลี ซึ่งทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด คาดการณ์ว่าจะทำการเพิ่มจุดติดตั้งตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการได้รับสิ่งของตรงตามเวลาที่ต้องการได้มากกว่าร้อยละ 60 (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2561)

จากรายงานสรุปพัสดุ เดือนกรกฎาคม 2560 ถึง กุมภาพันธ์ 2561 ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยมี 5 แห่ง ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สมุทรปราการ บิ๊กซีสุวินทวงศ์ สจล. และอ่อนนุช ที่มีจำนวนการใช้งานเป็นประจำมากที่สุด โดยผ่านช่องทางการให้บริการด้วยตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2561) ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 รายงานสรุปพัสดุ เดือนกรกฎาคม 2560 ถึง กุมภาพันธ์ 2561

ที่มา: บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (2561)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลและประเด็นข้างต้นทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการพัฒนาและนำผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมาใช้งาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมงและสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยศึกษาผ่านปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในการนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาระบบของผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะให้มีความทันสมัย ปรับปรุงคุณภาพของบริการและเป็นที่อำนวยความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด” ซึ่งมีตัวแปรที่ได้กำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการตั้งสมมติฐานการวิจัยแบ่งได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับความเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทำการเลือกเก็บจากสถิติของการเข้าใช้บริการสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สมุทรปราการ บิ๊กซีสุวินทวงศ์ สจล.และอ่อนนุช

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษานี้คือ ผู้ใช้งานที่มาใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากสูตร Taro Yamane (1973) จำนวน 400 คน

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2561 ถึง พฤศจิกายน 2561 รวมระยะเวลาในการทำวิจัยทั้งสิ้น 5 เดือน

1.5 นิยามศัพท์

การยอมรับการใช้บริการ หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีนั้น โดยการเลือกใช้งานเทคโนโลยี โดยในที่นี้คือ การใช้บริการผู้ไปรษณีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัจฉริยะซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้ การรับรู้ถึงความเสี่ยง ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน การมีความรู้ที่ก้าวไกลไปกับเทคโนโลยี และการนำมาใช้งานจริง เป็นต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ

การรับรู้ถึงประโยชน์ หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะที่มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการมากขึ้น และมีประโยชน์ต่อการดำรงวิถีชีวิตประจำวัน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน หมายถึง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ คือ ผู้ใช้สามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยีในการใช้งาน สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และการเข้าถึงขั้นตอนในการใช้บริการผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะเป็นเรื่องง่าย

ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ หมายถึง ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ ได้แก่ การคาดหวังถึงประโยชน์ของแต่ละบุคคลที่เชื่อว่าการใช้งานผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำรงชีวิตของผู้ใช้ยิ่งขึ้น การคาดหวังในผลลัพธ์ไว้ล่วงหน้า โดยที่แสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้วจะได้รับผลลัพธ์ที่เป็นผลดีหรือผลเสียต่อตัวผู้ใช้บริการ การเปรียบเทียบกับรูปแบบการให้บริการอื่นที่เคยเข้ามา และการรับรู้ถึงผลที่ตามมาของพฤติกรรมผู้ที่มาเลือกใช้บริการผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ

ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่าการใช้งานผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ ไม่ต้องใช้ความพยายามสูงในการใช้งานมากนัก ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน นวัตกรรมมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน และความง่ายต่อการใช้งานตามกฎในแบบจำลอง โดยรับรู้ว่าจะสามารถที่จะเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและมีทักษะที่ดีในการใช้งาน การรับรู้ว่าการใช้งานผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะมีขั้นตอนที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง และการรับรู้ว่าจะสามารถแก้ไขการใช้งานได้จากคู่มือและเมนูช่วยเหลือ

สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก หมายถึง ระดับความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ดีจะช่วยส่งเสริม และเพิ่มความสะดวกในการใช้งานได้ ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และความสอดคล้องที่มีความเหมาะสมกับผู้ใช้บริการผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ

ผู้ใช้ประโยชน์อัจฉริยะ (i-Box) หมายถึง เครื่องที่ให้บริการรับพัสดุด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งผู้รับบริการจะได้รับข้อความ SMS แจ้งเตือนให้มารับพัสดุ เมื่อพัสดุมาถึงปลายทางแล้ว โดยให้ผู้รับบริการสามารถรับพัสดุได้ตามเวลาที่ตนเองต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกรณีที่ผู้ใช้บริการไม่มารับพัสดุภายในระยะเวลา 48 ชั่วโมงตามที่ทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดคนนั้นพัสดุจะถูกส่งกลับมารอนำจ่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางทันที

1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารทางวิชาการต่างๆ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยกรอบแนวความคิดเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ระหว่างตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานและสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยได้มีการศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ

2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM2)

2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

2.2 ข้อมูลทั่วไปและขั้นตอนของการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (i-Box)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล คือการศึกษา โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงประชากร ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ได้ทั้งในเชิงสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ด้วยปัจจัยทางประชากรซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ครอบครัว อาชีพ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ทั้งนี้ การเข้าใจถึงลักษณะของเป้าหมายนั้น ๆ ลักษณะทางจิตวิทยา วัฒนธรรม และสังคม จะถูกนำมาพิจารณาพร้อมสำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีลักษณะทางด้านจิตวิทยาที่ต่างกัน ดังนี้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดต้องการศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม การบริโภคการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

2. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาด จึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่าง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของส่วนตลาดนักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้น นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้น และยังสนใจในการพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลและโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้าในขณะเดียวกันก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้าในขณะเดียวกัน การเลือกสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยกเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพร่วมกัน

อดุลย์ จาตุรงกกุล (2544) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางปัจจัยส่วนบุคคลชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง ปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย

2. เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้มาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทของสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน

3. วงจรชีวิตครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

4. การศึกษาและรายได้ การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดการรับรู้ว่าการศึกษาและรายได้นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะแบบแผนค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า ลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ครอบครัว อาชีพ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการศึกษาถึงพฤติกรรมในการบริโภคต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งจะทำให้สามารถทราบถึงความต้องการ ทักษะ การยอมรับ และค่านิยม เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรเหล่านี้มาใช้ประกอบในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ในการตอบสนองต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบุคคลและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

Foster (1973) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่าหมายถึง การที่ประชาชนได้เรียนรู้ผ่านการศึกษาโดยผ่านขั้นตอนการรับรู้การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติจนเมื่อเขาแน่ใจว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอนเขาจึงกล้าลงทุนสร้างหรือซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการยอมรับเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการรับเอาสิ่งใหม่มายึดถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจโดยที่พฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างกระบวนกรและมีระยะเวลา

Roger and Shoemaker (1971) ได้ให้ความหมายถึงกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ว่าคือกระบวนการทางจิตใจซึ่งแต่ละบุคคลรู้สึกจากการได้ยืมครั้งแรกเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงจนถึงการยอมรับนำไปใช้

กระบวนการยอมรับ

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้นนักวิชาการด้านสังคมต่างเห็นด้วยกันว่า การยอมรับนวัตกรรมเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างเป็นกระบวนการแม้ว่ารายละเอียดจะแตกต่างกัน แต่ก็มาจากพื้นฐานเดียวกันของเอเวอร์เรตเอ็ม โรเจอร์ (Roger, 1995) ซึ่งมีแนวคิดกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ดังนี้

ขั้นตระหนัก (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวัตกรรม และพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของตนโดยลองนึกว่าถ้ายอมรับนวัตกรรมนั้นมาใช้ปฏิบัติแล้ว จะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่จะให้ผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงภัยหรือไม่

ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัด ก่อน เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำนวัตกรรมมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ

Roger and Shoemaker (1971) ได้ให้คำนิยามไว้ว่าการยอมรับนวัตกรรมหมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่เพราะนวัตกรรมนั้นเป็นวิธีทางที่ดีกว่าและมีประโยชน์กว่าการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การได้สัมผัส นวัตกรรมนั้นจะถูกชักจูงให้ยอมรับนวัตกรรมในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธปฏิบัติตามการตัดสินใจและยืนยันการปฏิบัตินั้น โดยกระบวนการนี้อาจใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือตัวบุคคลและลักษณะของนวัตกรรม

สรุปได้ว่า การยอมรับนวัตกรรมนั้นจะต้องอาศัยจากตัวบุคคลเป็นเรื่องสำคัญเพราะ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ เมื่อตัวบุคคลเริ่มได้สัมผัส รู้สึกสนใจและพยายามแสวงหาความรู้ว่า นวัตกรรมนั้นมันเป็นอย่างไ หากตัวบุคคลรู้สึกชื่นชอบและรับรู้ว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อตน ก็จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมและนำไปใช้หรือปฏิเสธก่อนและหลังจากการได้ยินหรือสัมผัส จึงทำให้ตัวบุคคลปฏิเสธที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น

2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM2)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM2) เสนอขึ้น โดย Davis, Bagozzi and Warshaw (1989) เป็นผู้นำเอาแนวความคิดพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาผนวกกับทฤษฎี การกระทำอย่างมีเหตุผล สร้างเป็นแบบจำลองเพื่อใช้สำหรับอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศโดยการประเมินระดับการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. อิทธิพลของตัวแปรภายนอก (External Variable) ที่เข้ามาส่งผลต่อการรับรู้ถึงความมี ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

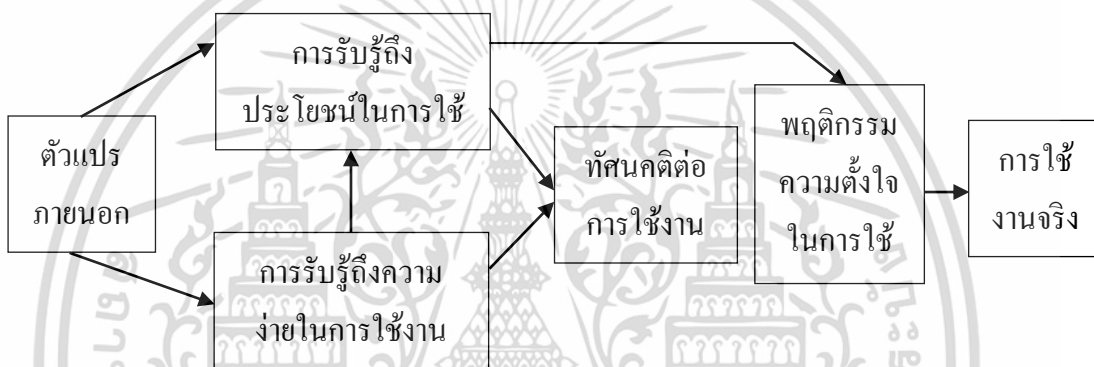
2. การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับที่ ผู้ใช้บริการเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีดังกล่าว จะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติต่อการใช้งาน และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

3. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับที่ ผู้ใช้บริการเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ ความพยายามสูง ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติต่อการใช้งาน จาก การศึกษางานวิจัยต่าง ๆ พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ ได้รับ

4. ทศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) ทศนคติของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์หรือใช้งานง่ายผู้ใช้อาจเกิดทศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานและนำไปสู่การใช้งานจริง

5. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intentions to Use) หมายถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์และทศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

6. การใช้งานจริง (Actual Use) ซึ่งทศนคติเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการใช้บริการจริงของผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM2

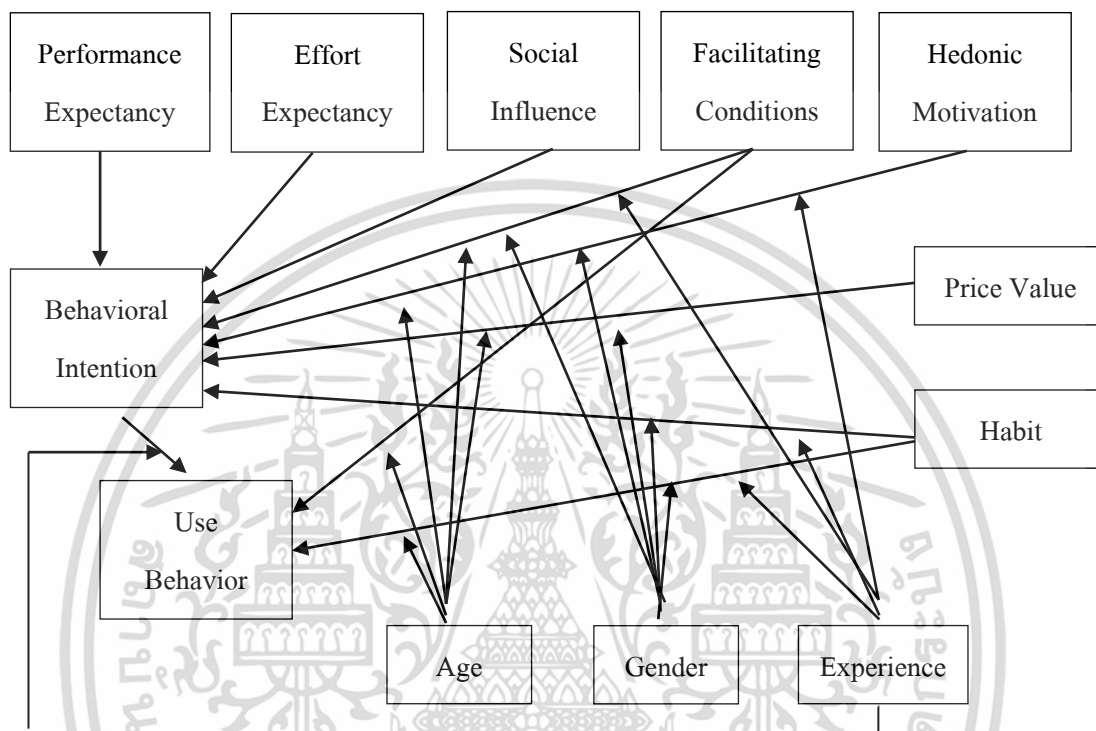
ที่มา : Davis, Bagozzi and Warshaw (1989)

จากภาพที่ 2.1 สรุปได้ว่าแบบจำลองโมเดลนี้เป็นแบบจำลองที่บ่งบอกให้ทราบถึงการรับรู้ความมีประโยชน์และการใช้งานง่ายของระบบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ หรือใช้งานง่ายผู้ใช้อาจเกิดทศนคติที่ดีต่อระบบนั้น จึงทำให้ส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน การใช้งานจริงของผู้ใช้และนำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล

2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

Venkatesh et al. (2012) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีสวนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือ UTAUT2คือ ทฤษฎีที่อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยี จนนำไปสู่การใช้งานเทคโนโลยีของผู้บริโภคแต่ก่อนจะมาเป็นทฤษฎี UTAUT2 ได้นั้น ได้มีทฤษฎีอื่น ๆ ที่อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีหรือการใช้เทคโนโลยีเช่นกัน ทาง Francisco Javier Rondan-Cataluna และ Jorge เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Arenas-Gaitan (2015) จึงได้สรุปวิวัฒนาการของทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยีตั้งแต่ปี ค.ศ.1907 จนถึงปัจจุบัน โดยโมเดลหรือทฤษฎี UTAUT2 เป็นทฤษฎีล่าสุดที่ได้รวมทฤษฎี Theory of Planned Behavior (1995), Model of PC Utilization (1997), Innovation Diffusion Theory (1995), Social Cognitive Theory (1986), และ UTAUT2 (2003) เข้าไว้ด้วยกัน



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีUTAUT2

ที่มา : Venkatesh et al. (2012)

Venkatesh et al. (2012) ได้เสนอหลักการของ UTAUT2 ว่า การศึกษาพฤติกรรมที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 7 ประการ ดังภาพที่ 2.2 ซึ่งได้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลจาก 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1. ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละคนว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ความสามารถของเทคโนโลยีที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคโนโลยีจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ แรงจูงใจภายนอก ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน และข้อดีของนวัตกรรม

2. ความคาดหวังจากความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง ความง่ายในการใช้งาน มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน นวัตกรรมมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน และความง่ายต่อการใช้งานตามที่ถูกใช้ในแบบจำลอง

3. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การรับรู้ของแต่ละคนว่ากลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อตัวเองได้ให้ความหวังว่า แต่ละคนควรใช้เทคโนโลยีใหม่ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ บรรทัดฐาน และปัจจัยทางสังคม

4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละคนว่าโครงสร้างพื้นฐานองค์การที่ดีจะช่วยส่งเสริม และเพิ่มความสะดวกในการใช้งานได้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

5. แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) หมายถึง ความสนุก ความพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี

6. มูลค่าตามราคา (Price Value) หมายถึง ความรู้ความคิด และทักษะการเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้ประโยชน์นั้น ๆ

7. อุปนิสัยส่วนบุคคล (Habit) หมายถึง การที่บุคคลมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เนื่องด้วยสิ่งที่เรียนรู้มาในอดีตและได้เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นอุปนิสัยส่วนตัว

รวมทั้งมีตัวแปรเสริม ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) และประสบการณ์ (Experience) ทั้งนี้ปัจจัยหลักทั้ง 7 ประการ จะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ด้วย สำหรับตัวแปรเสริมจะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมการใช้ผ่านทางปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล ตามที่ปรากฏในภาพที่ 2.2

จากภาพที่ 2.2 สรุปได้ว่าทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) มีความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลจาก 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (2) ความคาดหวังจากความพยายาม (3) อิทธิพลทางสังคม (4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (6) มูลค่าตามราคา และ (7) ความเคยชิน ทั้งนี้สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM 2) และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้งาน ได้สัมผัสด้วยตนเอง หรือการรับรู้มาจากบุคคลอื่น ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมความตั้งใจใช้ หรือพฤติกรรมในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

2.2 ข้อมูลทั่วไปและขั้นตอนของการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox)



ภาพที่ 2.3 ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox)

ที่มา : <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/>

ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) คือ ตู้ล็อกเกอร์ที่สามารถนำจ่ายพัสดุให้แก่ผู้รับ ได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยมีระบบทำการตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องด้วยรหัสผ่าน (One time password หรือ OTP) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่ไม่อยู่บ้านหรือไม่สะดวกที่จะรับพัสดุที่บ้าน ซึ่งทำให้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น โดยทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พร้อมให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 28 แห่งทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สามเสนใน บางซื่อ จตุจักร บางบัวทอง บางกรวย บางใหญ่ ไทรน้อย ลาดพร้าว รามอินทรา คลองจั่น มีนบุรี ลาดกระบัง หนองจอก ปทุมธานี คลองหลวง รังสิต ลำลูกกา บางขุนเทียนภาษีเจริญ ตลิ่งชัน ลำไทร บางกอกน้อย พระโขนง อ่อนนุช สมุทรปราการ บางปู และบางพลี โดยไม่เสียค่าใช้บริการเพิ่มเติม และทางบริษัทยังมีแนวโน้มที่จะเปิดขยายจุดติดตั้งตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งของที่ฝากส่งตามเวลาที่ต้องการได้มากกว่าร้อยละ 60 (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2561)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนของการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) มีดังนี้

1. แจ้งผู้ฝากส่งเจ้าหน้าที่ของหรือพัสดุถึงผู้รับที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ที่จะทำการรับพัสดุ (ระบุเขตของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ปลายทางที่ต้องการฝากส่งพัสดุ)



ภาพที่ 2.4 ขั้นตอนของการฝากส่งพัสดุ

ที่มา : <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/>

2. รอรับข้อความ SMS เพื่อยืนยันจากทางไปรษณีย์ไทย



ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนรอรับ SMS จากทางไปรษณีย์

ที่มา : <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สามารถรับพัสดุที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) โดยทำการเสียบบัตรประชาชนและกดรหัส OTP ที่ได้รับข้อความ SMS จากทางไปรษณีย์ไทย



ภาพที่ 2.6 ขั้นตอนรับพัสดุที่ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox)

ที่มา : <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/>

นอกจากนี้เมื่อได้รับข้อความ SMS จากทางไปรษณีย์ ผู้รับจะต้องมารับพัสดุภายในระยะเวลา 2 วัน หากเกินในระยะเวลาที่กำหนดพัสดุจะถูกนำกลับไปรอนำจ่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางทันที และการฝากส่งพัสดุทางตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้นทางบริษัทจะให้บริการเฉพาะสิ่งของที่มีหลักฐานเท่านั้น ได้แก่ อีเอ็มเอส ลงทะเบียน และพัสดุที่สามารถรับรองใส่ในตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้เท่านั้น โดยไม่รวมค่าบริการเก็บเงินปลายทางและค่าบริการตอบรับ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุปราณี หาดเมืองทิพย์ (2555) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการให้บริการตู้หยอดเหรียญเติมเงินระบบออนไลน์ อำเภอหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดต่อการให้บริการตู้หยอดเหรียญเติมเงินระบบออนไลน์ อำเภอหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและสถานที่ตั้งอำเภอหาราช ประชากรที่ศึกษา 4,471 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 367 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่อาศัยในตำบลบ้านใหม่ ร้อยละ 45.80 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.50 อายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 48.20 สถานภาพ โสด ร้อยละ 71.70 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 50.10 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท ร้อยละ 57.80 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 63.50 ระดับความสำคัญต่อการให้บริการตู้หยอดเหรียญเติมเงินระบบออนไลน์ อำเภอหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ตำบล คือ ตำบลหาราช ตำบลโรงช้างและตำบลบ้านใหม่ เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญน้อยสุดอยู่ในระดับมาก

คุณหญิง ศิริสว่างสุข (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ: กรณีศึกษาเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ในรายละเอียดการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยการรับรู้ทั้ง 2 รูปแบบส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และในที่สุดส่งผลต่อการใช้งานปัจจุบัน

ธัญญลักษณ์ พลวัน และคณะ (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของผู้บริโภค โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง จากช่องทางออนไลน์และเก็บแบบสอบถามของผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ระบุว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ QR Code มีดังนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีและความสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ ดังนั้น องค์กรที่ต้องการผลักดันให้ลูกค้าใช้ QR Code ในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้นควรพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับในเรื่องความสะดวกสบายในการใช้งาน ความปลอดภัย และวิธีการใช้งานให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงนวัตกรรมด้าน QR Code ให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเห็นถึงความจำเป็นและความสะดวกในการใช้งาน QR Code ซึ่งจะส่งผลถึงการยอมรับนวัตกรรม และนำไปใช้ในวิถีประจำวันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ทางสถิติยังระบุถึงกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะใช้เทคโนโลยี QR Code คือช่วงอายุของวัยรุ่นและวัยทำงาน ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท ดังนั้น องค์กรหรือผู้เกี่ยวข้องควรจะมุ่งเน้นส่งเสริมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ สินค้าให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้มากขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้ QR Code ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมากที่สุด ในเรื่องของปัจจัยและผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ดังนั้นองค์กรหรือผู้เกี่ยวข้องควรมุ่งเน้นพัฒนาทั้งสองด้านนี้เป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อากาศรณ์ เกตุแก้ว (2558) ศึกษาเรื่องการให้บริการซ้ำกับตู้เติมเงินอัตโนมัติของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการตู้เติมเงินอัตโนมัติจำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำตู้เติมเงินออนไลน์อัตโนมัติไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำตู้เติมเงินอัตโนมัติแตกต่างกัน ในด้านการประเมินการให้บริการซ้ำตู้เติมเงินอัตโนมัติ ในด้านการรับรู้ต่อประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรงของผู้บริโภค พบว่าการรับรู้ต่อประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรงของผู้บริโภคมีผลต่อการใช้บริการซ้ำตู้เติมเงินอัตโนมัติ

ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีขอบเขตงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนชาวไทยที่มีสัญชาติไทย เป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ATM, Internet Banking, Credit Card, Mobile Banking เป็นต้น โดยผู้วิจัยคาดหวังงานวิจัยนี้จะช่วยให้ทางคณะกรรมการ National e-Payment ธนาคารแห่งประเทศไทย และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับบริการพร้อมเพย์ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายละเอียดของบริการ การเจาะกลุ่มผู้ใช้บริการ การส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ได้มากยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยประชากรศาสตร์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านอาชีพและรายได้ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง 6 ปัจจัย ซึ่งมีผลในทางลบ 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ส่วน 5 ปัจจัยที่เหลือมีผลทางบวก โดยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังจากความพยายาม และสภาพสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และแรงจูงใจด้านความบันเทิง และปัจจัยด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล

ณัฐริดา เนตรทิพย์ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครื่องฝากถอนอัตโนมัติธนาคารกรุงไทยกับธนาคารกสิกรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ ธนาคารกรุงไทยกับธนาคารกสิกรไทย และ3) เพื่อสร้างดัชนีเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติธนาคารกรุงไทยกับธนาคารกสิกรไทย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากธนาคารกรุงไทย เป็นเพศหญิง สถานภาพ โสด อายุจะอยู่ในช่วงเกิน 30 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษา ค่ำถึงศึกษาปริญญาตรีหรือจบปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาท มูลค่าบัญชีมีการใช้งาน 10 ครั้ง/เดือน ความถี่ใช้บริการจะใช้ฝากธุรกรรมที่ใช้ประจำ 1,000-5,000 บาท สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปร 2 กลุ่ม พบว่าผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่างกัน โดยมีความแตกต่างที่ 0.05 ส่วนปัจจัยทางด้านโฆษณาการพาณิชย์ที่ใช้บริการไม่แตกต่างกันและปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ เหตุผลที่ใช้ธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการด้านเหตุผลที่ใช้ธนาคารนี้ส่วนปัจจัยด้านเพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กัน

ศิริพร ลีโพธิ์เจริญทรัพย์ และคณะ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติ เครื่องเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติ เครื่องเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 15-24 ปี เป็นนักศึกษาและนักเรียนระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมในการใช้บริการของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในวันเสาร์และอาทิตย์ มีความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการคือเพื่อน ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านช่วงวันที่ใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติในด้านความถี่ในการใช้บริการและช่วงวันในการใช้บริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีการค้นหาความรู้และข้อเท็จจริงด้วยวิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาผ่านทาง โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติของการหาผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยที่ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานที่มาใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากที่ทำการไปรษณีย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สมุทรปราการ บิ๊กซีสุวินทวงศ์ สจล. และอ่อนนุช

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานที่มาใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) จำนวน 400 คนเนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ซึ่งจะทำการเลือกเก็บจากสถิติของการเข้าใช้บริการสูงสุด 5 อันดับแรกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ($e=0.05$) และค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% ($Z=1.96$) โดยมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น
 E = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้นได้ขนาดตัวอย่างจำนวนประชากร 385 ตัวอย่าง และได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างเพิ่ม 15 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ซึ่งเป็นแบบการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วนของกลุ่มประชากรจากผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยการเลือกศึกษาประชากรจากผู้ใช้งานที่มาใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 5 แห่ง ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สมุทรปราการ บิ๊กซีสุวินทวงศ์ สจล. และอ่อนนุช โดยแยกสัดส่วนการสุ่มตัวอย่างแบ่งตามเขตพื้นที่โดยการจัดลำดับของสถิติการรับพัสดุ 5 ลำดับ ที่มีจำนวนพัสดุถูกจัดส่งมากที่สุด (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2561) รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายงานสรุปรับพัสดุ เดือนกรกฎาคม 2560 ถึง กุมภาพันธ์ 2561

ลำดับ	เขตพื้นที่	จำนวนพัสดุที่รับแล้ว (ชิ้น)
1	ปณ.หลักสี่	2,105
2	ปณ.สมุทรปราการ	1,792
3	ปณ.บิ๊กซีสุวินทวงศ์	1,066
4	ปณ.สจล.	1,039
5	ปณ.อ่อนนุช	980

ที่มา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (2561)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่ที่เลือกไว้ในข้างต้นนี้ จึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่ที่ถูกเลือกให้มีจำนวนเท่ากันเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในการศึกษาเนื่องจากในแต่ละสถานที่นั้นเป็นจุดที่มีประชากรหนาแน่น มีกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้มีความหลากหลายของลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนประชากรที่ดีได้

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}(3.2)}{\text{จำนวนสถานที่ที่ถูกเลือก}} \\ &= \frac{400}{5} = 80 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสถานที่ที่ถูกเลือกเท่ากับ 80 คน (ดังตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสถานที่ที่ถูกเลือกเท่ากับ 80 คน

ลำดับ	เขตพื้นที่	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1	ปณ.หลักสี่	80
2	ปณ.สมุทรปราการ	80
3	ปณ.บึงสีฐานทวงศ์	80
4	ปณ.สจล.	80
5	ปณ.อ่อนนุช	80
รวม		400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำนวน 5 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท

อันตรภาค (Interval Scale)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่มีต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังจากความพยายาม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบเขียนลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 2 และ 3 ในแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือนี้ มีวิธีการวัดความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชบัญชา, 2543) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned} \quad (3.3)$$

เกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็นที่ได้ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษา ช่วยพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาและครอบคลุมของคำถาม (Content Validity) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ (Tryout) โดยการแจกแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำไปหาค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าของความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า .70 แสดงดังตารางที่ 3.3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha Pre-test 30 ชุด
การยอมรับการใช้บริการ	5	0.85
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	3	0.88
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	3	0.81
ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ	3	0.85
ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน	3	0.86
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	3	0.83
รวม		0.92

โดยจากการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามพบว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยรวมอยู่ที่ 0.92 ซึ่งหมายความว่ามีความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ในระดับสูง โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังนี้

ค่าความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น
0.71 - 1.00	สูง
0.41 - 0.70	ปานกลาง
0.21 - 0.40	ต่ำ
0.00 - 0.20	ต่ำมากหรือไม่มีเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ บทความวารสาร เอกสาร หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.6.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3.6.3 การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

3.6.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 นำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่รวบรวมจากแบบสอบถามมาจัดเป็นหมวดหมู่ โดยแยกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน โดยนำข้อมูลมาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปร นำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติที่นำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวเป็นรายชื่อ และนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวเป็นรายชื่อ และนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

3.6.5 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3.4 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	
1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	t-test
1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด	Multiple Linear Regression Analysis

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติ ดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายหรืออธิบายลักษณะต่าง ๆ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการอธิบายค่าของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ศึกษา ระดับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2554)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3.4)$$

เมื่อ \bar{X} แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x_i$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ใช้ในการอธิบายค่าร้อยละ และค่าความถี่ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \quad (3.5)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้ในการอธิบายความหมายของ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นในการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2554)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.6)$$

เมื่อ S แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X^2)$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.7.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปอ้างอิงค่าสถิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไปยังกลุ่มประชากรของกลุ่มตัวอย่างนั้น เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทางสถิติ เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่มีผลต่อบรรยากาศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สถิติ T-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 ด้านเพศ คือ เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.7)$$

เมื่อ t แทนค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution

X_1, X_2 แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทนค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance และใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA (F) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ

ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) แต่กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.8)$$

เมื่อ F แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

MS_b แทนค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทนค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่มีหลายตัวรวมกัน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังจากความพยายาม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกว่าจะมีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อย่างไรบ้าง เพื่อทดสอบการมีอิทธิพลของตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม (ศิริชัย กาญจนวาสิ และคณะ, 2547) ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สถิติทดสอบนัยสำคัญของ b_i หรือ β_i

$$t = \frac{b}{SE(b)}, df = n-k-1 \quad (3.9)$$

สถิติทดสอบนัยสำคัญของ R^2

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}, df = k, n-k-1 \quad (3.10)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูลผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลวิเคราะห์ตาม ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	39.80
หญิง	241	60.20
รวม	400	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 18 ปี	16	4.00
18 - 25 ปี	295	73.80
26 - 33 ปี	64	16.00
34 - 41 ปี	25	6.20
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	4.00
ปริญญาตรี	346	86.50
สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.50
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	114	28.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	47	11.80
พนักงานบริษัทเอกชน	213	53.20
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	26	6.50
รวม	400	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	80	20.00
10,001 - 15,000 บาท	115	28.80
15,001 - 20,000 บาท	102	25.50
20,001 - 25,000 บาท	40	10.00
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	63	15.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีข้อมูล ดังต่อไปนี้

เพศ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80

อายุ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 25 ปี จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 33 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีอายุอยู่ในช่วง 34 - 41 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และมีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมา มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 รองลงมามีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ได้ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.2 – 4.7

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	3.67	0.78	มาก	3
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	3.75	0.57	มาก	2
3. ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ	3.91	0.80	มาก	1
4. ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน	3.56	0.60	มาก	5
5. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	0.64	มาก	4
โดยรวม	3.70	0.50	มาก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม มีค่าเท่ากับ 3.70 และระดับของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ พบว่า ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.91 และระดับของด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.80

ลำดับที่ 2 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.75 และระดับของด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.57

ลำดับที่ 3 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.67 และระดับของด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78

ลำดับที่ 4 ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.59 และระดับของด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 5 ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน พบว่า ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.56 และระดับของด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.60

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านทราบว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้รับความสะดวก รวดเร็ว มากกว่าการใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ทางไปรษณีย์	3.81	0.86	มาก	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
2. ท่านทราบว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.64	0.90	มาก	2
3. ท่านทราบว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนี้มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตของท่าน เช่น ท่านจะสามารถไปรษณีย์ได้เมื่อได้รับ SMS แจ้งจากทางไปรษณีย์ไทย	3.58	0.89	มาก	3
โดยรวม	3.67	0.78	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้รับความสะดวก รวดเร็ว มากกว่าการใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ทางไปรษณีย์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.90

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนี้มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตของท่าน เช่น ท่านจะสามารถไปรษณีย์ได้เมื่อได้รับ SMS แจ้งจากทางไปรษณีย์ไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากและระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นเรื่องง่าย	3.95	0.65	มาก	1
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่จำเป็น ต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี	3.52	0.66	มาก	3
3. ท่านรู้สึกว่ภาษาและเมนูของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเข้าใจง่าย	3.77	0.72	มาก	2
โดยรวม	3.75	0.57	มาก	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เป็นเรื่องง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.65

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ภาษาและเมนูของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.72

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ

ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านหวังว่าการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น จะไม่ทำให้พัสดุของท่านเกิดการสูญหายหรือตกหล่น	3.78	0.86	มาก	3
2. ท่านหวังว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ	3.91	0.97	มาก	2
3. ท่านหวังว่าตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการให้บริการในการรับพัสดุ/สิ่งของด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.05	0.88	มาก	1
โดยรวม	3.91	0.80	มาก	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น จะไม่ทำให้พัสดุของท่านเกิดการสูญหายหรือตกหล่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.88

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.97

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น จะไม่ทำให้พัสดุของท่านเกิดการสูญหายหรือตกหล่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน

ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านคิดว่าการเรียนรู้การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับท่าน	3.70	0.71	มาก	1
2. ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น	3.53	0.70	มาก	2
3. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้จากคู่มือและเมนูช่วยเหลือ	3.47	0.77	มาก	3
โดยรวม	3.56	0.60	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การเรียนรู้การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.71

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้ความพยายามในการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การแก้ไขปัญหาการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะสามารถทำได้จากคู่มือและเมนูช่วยเหลือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.77

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. บริษัทไปรษณีย์ไทยมีขั้นตอนและวิธีการใช้งานของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไว้บริเวณข้างตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.82	0.72	มาก	1
2. ทำเลที่ตั้งของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	3.26	0.89	ปานกลาง	3
3. มีการแจ้งเตือนสถานะของพัสดุด้วย SMS เมื่อพัสดุมถึงจุดหมายปลายทาง และสามารถเข้าไปรับพัสดุได้ทันที	3.69	0.77	มาก	2
โดยรวม	3.59	0.64	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า บริษัทไปรษณีย์ไทยมีขั้นตอนและวิธีการใช้งานของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไว้บริเวณข้างตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.72

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การแจ้งเตือนสถานะของพัสดุด้วย SMS เมื่อพัสดุมถึงจุดหมายปลายทาง และสามารถเข้าไปรับพัสดุได้ทันที โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.77

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ทำเลที่ตั้งของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งเห็นด้วยในระดับปานกลาง และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

การยอมรับการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เพราะเป็นบริการที่ดี	3.42	0.72	มาก	2
2. ท่านมั่นใจว่าจะใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะอย่างสม่ำเสมอ	2.92	0.88	ปานกลาง	5
3. ท่านจะแนะนำการใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะให้กับบุคคลอื่นอย่างแน่นอน	3.38	0.73	ปานกลาง	4
4. ท่านตั้งใจที่จะใช้บริการตู้ไปรษณีย์ อัจฉริยะ ต่อไปในอนาคต	3.74	0.83	มาก	1
5. ท่านรู้สึกพอใจกับการใช้บริการตู้ ไปรษณีย์อัจฉริยะ	3.41	0.78	มาก	3
โดยรวม	3.32	0.63	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.32 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.63 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ท่านตั้งใจที่จะใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ต่อไปในอนาคต โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.74 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.83

ลำดับที่ 2 ท่านใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เพราะเป็นบริการที่ดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.42 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.72

ลำดับที่ 3 ท่านรู้สึกพอใจกับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.41 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78

ลำดับที่ 4 ท่านจะแนะนำการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะให้กับบุคคลอื่นอย่างแน่นอน โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.38 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.73

ลำดับที่ 5 ท่านมั่นใจว่าจะใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะอย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 2.92 และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.88

4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่าผู้ใช้บริการที่ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent-Samples T Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.4.1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามเพศ

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent-Samples T Test เนื่องจากตัวแปรเพศมีจำนวนเพียง 2 กลุ่มเท่านั้น โดยจากการทดสอบพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกัน โดยในเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	Sig.
ชาย	159	3.02	0.63	0.04	0.83
หญิง	241	3.52	0.55		

**4.4.2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามอายุ**

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามอายุ ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลจากการ
ทดสอบโดยทางสถิติพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังตารางที่ 4.10 จึงได้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วย
วิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	9.84	3	3.28	8.71	0.00**
ภายในกลุ่ม	149.05	396	0.37		
รวม	158.89	399			

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อ
การยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่อายุ 18 – 25 ปี และอายุ 34 – 41 ปี
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ที่อายุ 18 – 25 ปี กับ อายุ 34 – 41 ปี ส่วนของผู้ที่มีอายุ 18 -
25 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่อายุ
26 - 33 ปี และผู้ที่อายุ 26 - 33 ปี นั้น มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์
อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่อายุ 34 – 41 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ที่มีอายุ 26 - 33 ปี
มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ที่อายุ 34 – 41 ปี ดัง
ตารางที่ 4.11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		น้อยกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 33 ปี	34 – 41 ปี
น้อยกว่า 18 ปี	2.80	-	-0.59 (0.00)**	-0.28 (0.10)	-0.64 (0.00)**
18 – 25 ปี	3.39	-	-	0.31 (0.00)**	-0.05 (0.69)
26 – 33 ปี	3.08	-	-	-	-0.36 (0.01)**
34 – 41 ปี	3.44	-	-	-	-

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

4.4.3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามระดับการศึกษา

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผล
การทดสอบทางสถิติพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้
ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังตารางที่ 4.12 จึงได้ทดสอบเพื่อ
เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5.66	2	2.83	7.34	0.00**
ภายในกลุ่ม	153.23	397	0.38		
รวม	158.89	399			

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ในส่วนของผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีกับผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี นั้น มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.80	-	-0.56 (0.00)**	-0.37 (0.04)*
ปริญญาตรี	3.36	-	-	0.19 (0.08)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.17	-	-	-

หมายเหตุ *ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05, **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

4.4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามอาชีพ

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามอาชีพ ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการทดสอบทางสถิติพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.27	3	0.42	1.06	0.36
ภายในกลุ่ม	157.62	396	0.39		
รวม	158.89	399			

4.4.5 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)
ผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการ
ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังตารางที่ 4.15 จึงได้ทดสอบเพื่อ
เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	21.51	4	5.37	15.46	0.00**
ภายในกลุ่ม	137.38	395	0.34		
รวม	158.89	399			

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ
10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท กับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท
และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ที่มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้
บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท กับ 20,001 –
25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อ

การยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท กับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไปและผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.26	-	-0.08 (0.31)	-0.24 (0.00)**	-0.37 (0.00)**	0.4 (0.00)**
10,001 – 15,000 บาท	3.35	-	-	-0.15 (0.05)	-0.28 (0.00)**	0.49 (0.00)**
15,001 – 20,000 บาท	3.50	-	-	-	-0.13 (0.22)	0.64 (0.00)**
20,001 – 25,000 บาท	3.64	-	-	-	-	0.78 (0.00)**
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	2.85	-	-	-	-	-

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) จากการศึกษาพบว่า มีค่า R^2 เท่ากับ 0.39 แสดงว่าตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ได้ร้อยละ 39 โดยปัจจัยการยอมรับด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน มีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยรวมเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b=0.22$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 รองลงมาคือด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยรวมเชิงเส้นตรง ($b=0.18$, $b=0.15$) ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ มีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยรวมเชิงเส้นตรง ($b=0.12$, $b=0.11$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ปัจจัย	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.38	1.90	0.05
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	0.18	4.25	0.00**
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.12	2.54	0.01**
ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ	0.11	2.91	0.00**
ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน	0.22	4.50	0.00**
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	0.15	3.34	0.00**

$R^2 = 0.39$; $SEE = 0.49$; $F = 52.00$; $Sig = 0.00^{**}$

หมายเหตุ **ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยระยะเวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย คือระหว่างเดือน กรกฎาคม 2561 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2561 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ที่วิจัย ได้จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 จึงสามารถสรุปผลการวิจัย โดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 25 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 – 15,000 บาท

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ตามลำดับซึ่งอยู่ในระดับความคิดเห็นของการยอมรับ เท่ากับ ระดับมาก เช่นเดียวกัน

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับของการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างของประชากรผู้ที่ใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการยอมรับในการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

5.1.4 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน		✓
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับความเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน		✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน	✓	

จากตารางที่ 5.1 พบว่าผู้บริการที่ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้บริการที่ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และอาชีพ

5.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการทำงาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการทำงาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีค่า $R^2 = 0.39$ นั้นหมายความว่าตัวแปรอิสระนั้น สามารถอธิบายถึงความผันแปรเชิงเส้นตรงของการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้ร้อยละ 39 โดยปัจจัยการยอมรับด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ($b=0.22$) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการทำงาน ($b=0.18$) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ($b=0.15$) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ($b=0.12$) และด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ($b=0.11$) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีอายุ 18–25 ปี และผู้ที่มีอายุ 34–41 ปี เพราะผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี นั้นมีระดับความคิดเห็นในการยอมรับน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากผู้ใช้บริการอาจมีความจำเป็นในการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อย มีกำลังทรัพย์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ไม่มาก หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะยังมีไม่มากนัก อีกทั้งสถานที่ที่ตั้งของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการเข้าใช้บริการ จึงทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้บริการของการรับพัสดุที่บ้านตามเดิมมากกว่าผู้ที่มีอายุ 18–25 ปี

กลุ่มผู้ที่มีอายุ 18–25 ปี เพราะส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยเรียนที่อาศัยตามหอพัก จึงมีความจำเป็นต้องเลือกใช้บริการของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบหรือนิยมการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์และเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบความทันสมัยหรือมีความสนใจใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ

ในส่วนของผู้ที่มีอายุ 34–41 ปี ที่มีระดับความคิดเห็นในการยอมรับที่แตกต่างกับผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี เพราะเป็นกลุ่มวัยที่เริ่มมีความมั่นคงในหน้าที่การงาน หรือเป็นกลุ่มที่ออกเดินทางบ่อย จึงมีความจำเป็นในการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นบางครั้ง และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าใช้บริการ เพราะสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องรอเวลาทำการของทางไปรษณีย์ไทย

แต่ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกันกับผู้ที่มีอายุ 26–31 ปี เพราะอาจจะเป็นกลุ่มบุคคลที่ไม่ชอบใช้เทคโนโลยีที่ใหม่เกินไป หรือยังรับรู้ข่าวสารไม่มากพอ หรือสำหรับผู้ให้บริการบางส่วนที่คิดว่าสถานที่ตั้งของผู้และที่ทำงาน/ที่บ้านมีส่วนทำให้ไม่สะดวกที่จะเข้าใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้

ผู้ที่มีอายุ 18–25 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมากกว่าผู้ที่มีอายุ 26–33 ปี เพราะผู้ที่มีอายุ 18–25 ปี เป็นกลุ่มของบุคคลที่มีความทันสมัย นิยมใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ เนื่องจากชอบความสะดวกสบายและทันสมัย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มบุคคลที่นิยมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และได้รับข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีความแตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอายุ 26–33 ปี เพราะยังมีกลุ่มผู้ใช้บริการบางส่วนที่คิดว่าสถานที่ติดตั้งตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะยังมีไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่มากเพียงพอ และในส่วนของผู้ที่มีอายุ 26–33 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับแตกต่างกันกับผู้ที่มีอายุ 34–41 ปี เพราะผู้ใช้บริการบางส่วนอาจมีความต้องการในการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่แตกต่างกัน เช่น ข้อจำกัดในการเดินทางเข้าใช้บริการหรือความพึงพอใจหลังจากการที่ได้ใช้บริการแล้ว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญลักษณ์ พลวัน และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในช่วงของวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุ 21–40 ปี โดยเป็นผู้ที่มีความตื่นตัวและสนใจในเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อใช้ในการดูข้อมูลหรือซื้อสินค้าและบริการหากนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมหรือสามารถใช้ทดแทนสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ก็อาจมีแนวโน้มที่จะมีการยอมรับในนวัตกรรมใหม่มากยิ่งขึ้น ซึ่งบ่งบอกความเป็นคนที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีเพราะผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีนั้น อาจมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ไม่เพียงพอ หรือมีความจำเป็นที่จะเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชอบความสะดวกสบายและให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ หรือชอบทดลองใช้เทคโนโลยีที่แปลกใหม่หากเมื่อรับรู้ได้ว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์จริง และสามารถทดแทนสิ่งที่มีอยู่แบบเดิมได้ จึงทำให้เกิดการยอมรับในการเลือกใช้นวัตกรรมนั้นได้ทันที

ในส่วนของผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่ไม่แตกต่างกันกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เพราะจัดเป็นกลุ่มของผู้ที่ชอบความทันสมัย มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่เพียงพอและชอบใช้เทคโนโลยีที่ทำให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตประจำวันเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับตนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน จึงไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตเพราะเนื่องจากในปัจจุบันการเข้าถึงเทคโนโลยีไม่ได้จำกัดแค่คนรุ่นใหม่อย่าง

เดิยวเท่านั้น แต่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา จึงทำให้ผู้ใช้บริการเลือกนั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการที่สะดวกสบายในการใช้บริการแบบพร้อมเพย์มากกว่าการให้บริการแบบเดิม หรือทางเลือกอื่น ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป เพราะผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้น้อย ค่าต้นทุนน้อยในการซื้อสินค้าและบริการซึ่งการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้นเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกที่สามารถใช้งานได้ง่าย แต่อาจจะเข้าถึงได้ยากกับกลุ่มของผู้ที่มีรายได้น้อยเพราะรายได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอำนาจการซื้อสินค้าหรือการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคแต่ในส่วนของผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะไม่แตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มของคนที่มีกำลังทรัพย์ในการเลือกเข้าใช้บริการ เพราะผู้ให้บริการเลือกความสะดวกในการรับพัสดุผ่านผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมากกว่าการเลือกใช้บริการในรูปแบบอื่น ๆ แทนจึงทำให้คนกลุ่มนี้มีความคิดเห็นต่อการยอมรับการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท มีแนวโน้มในการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์มากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะคนกลุ่มนี้มีกำลังทรัพย์ในการเข้าถึงสื่อ และศึกษาเกี่ยวกับบริการพร้อมเพย์ได้เร็วกว่าคนกลุ่มอื่น ๆ จึงมีการใช้บริการที่มากกว่ากลุ่มคนที่มีรายได้ต่ำกว่า 55,000 บาท

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมสามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้ร้อยละ 39 ซึ่งปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยรวมในเชิงเส้นตรงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน พบว่ามีค่า b สูงสุด ซึ่งมีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในระดับมาก เพราะผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการพยายามที่จะเรียนรู้ในการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่ไม่ยุ่งยาก สามารถใช้งานได้ง่ายดายซึ่งแสดงให้เห็นถึงการใช้งานง่ายและระบบที่ไม่มี ความซับซ้อน โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เมื่อเกิดปัญหาทางด้านการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น ผู้ใช้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้จากคู่มือและเมนูช่วยเหลือได้โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการพยายามในการเรียนรู้การใช้งานพร้อมเพย์ที่ไม่ยุ่งยาก สามารถใช้งานได้ง่ายและเชี่ยวชาญ ซึ่งจะส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน พบว่ามีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในระดับมาก เพราะผู้ใช้บริการรับรู้ว่าคุณสมบัติอัจฉริยะสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง จึงทำให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานนั้นส่งผลทำให้มีการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดตามทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) กล่าวว่าพฤติกรรมการใช้บริการไปกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และส่งผลทำให้เกิดการใช้งานในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุษฎี ศรีสว่างสุข (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ : กรณีศึกษาเครื่องฝาก – ถอนอัตโนมัติ พบว่าพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานส่งผลกระตุ้นทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จึงทำให้ผู้ใช้บริการนั้นเลือกที่จะใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติต่อไป

ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการเลือกใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก สามารถใช้งานได้ง่ายดายและเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในการใช้งาน รวมทั้งหากสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกรอบตัวผู้ใช้บริการมีพร้อม เช่น มีคู่มือขั้นตอนการใช้งานบริเวณตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ และสถานที่ตั้งของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมีความเหมาะสมที่ให้บริการจึงทำให้ส่งผลต่อการยอมรับการเข้าใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญความสะดวกสบาย การเรียนรู้การใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก มีความรู้ความเข้าใจ

เพียงพอต่อการใช้งาน รวมทั้งหากสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกรอบตัวผู้ใช้บริการมีพร้อม เช่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์สื่อสารสัญญาณอินเทอร์เน็ต และสามารถเข้าถึงได้กับอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่ใช้งานอยู่จะส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่ามีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในระดับมากเพราะผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงความง่ายในการใช้งานผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะจึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยที่ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนักจึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดพฤติกรรมความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ และส่งผลให้เกิดการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะในปัจจุบันนอกจากนี้ผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะยังช่วยลดระยะเวลารอคอยและขั้นตอนในการใช้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถใช้งานได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุชฎี ศรีสว่างสุข (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ: กรณีศึกษา เครื่องฝาก – ถอนอัตโนมัติพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานและการใช้งานในปัจจุบันที่ไปกระตุ้นให้ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์หรือรับรู้ความง่ายในการใช้งานแล้ว จึงทำให้ผู้ให้บริการนั้นเลือกที่จะใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติต่อไป

ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ พบว่ามีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในระดับมากแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการมีแนวโน้มเลือกใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เพราะเป็นการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ส่งผลให้เกิดความรวดเร็วในการใช้บริการ และมีประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตประจำวันอัจฉริยะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ให้บริการมีแนวโน้มเลือกใช้บริการพร้อมเพย์เพราะมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดความรวดเร็วในการใช้บริการ และทำให้มีประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ จากคำถามปลายเปิดทำแบบสอบถามสามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามได้คือ การยอมรับการใช้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดนั้นต้องใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และผู้ให้บริการควรมีการพัฒนาการให้ความรู้ในการใช้งานผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะกับผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการรองรับการให้บริการผู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่เพียงพอและควรให้มีการส่งเสริมการตลาดหรือประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จากการศึกษางานวิจัยนี้พบว่า ผู้ใช้บริการบางส่วนของกลุ่มตัวอย่างยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับบริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะมากนัก หรือการรับรู้ข่าวสารว่ามีการให้บริการในรูปแบบใหม่อย่างตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของทางไปรษณีย์ไทยซึ่งแสดงให้เห็นว่าการนำเสนอบริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ โดยผู้ให้บริการอาจยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะผู้ให้บริการควรทำการตลาดจุลภาค (Micro-Marketing) เพื่อให้สามารถกระจายข่าวสารของการให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงกลุ่มของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงกลุ่มผู้ใช้บริการ เช่น มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และการลดราคาสำหรับผู้ส่งพัสดุผ่านตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เป็นต้น

2. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้บริการควรมีการคำนึงถึงทำเลที่ตั้งให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ เนื่องจากว่าสถานที่ในการให้บริการเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้บริการสามารถพบเห็นและจะเข้ามาใช้บริการได้ เช่น การใช้วิธีการ Drive-in ในการให้บริการ

3. ด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ผู้ให้บริการควรมีการสร้างมาตรฐานในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและความปลอดภัย โดยจัดสร้างระบบคุณภาพในการบริการ โดยมีการตรวจสอบและพัฒนาารูปแบบของระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการ

4. ด้านความลาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะให้ใช้บริการได้ทุกวัยและทุกระดับการศึกษา สามารถใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน และสร้างภาพลักษณ์ของการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเพิ่มเติม เพราะเนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาการให้บริการขนส่งพัสดุในหลายรูปแบบและมีช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงมีการนำโปรโมชันและส่วนลดต่าง ๆ เข้ามากระตุ้นพฤติกรรมการใช้ช่องทางการให้บริการในรูปแบบอื่นแทนการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพิ่มขึ้น เช่น การขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของแต่ละกลุ่มว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และในแต่ละพื้นที่

ควรมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการด้านใด เพื่อให้ประเทศไทยมีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ซีเคแอนด์ เอสโพลีโต้สตูดิโอ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิรวัดน์ วงศ์รังษย์. 2555. “ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งาน กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จิตูดา แก้วแทน. 2557. “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชวิศา พุ่มคนตรี. 2559. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2554. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: เทพนิมิต.
- ณัฐธิดา เนตรทิพย์. 2559. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ กรณีศึกษาเปรียบเทียบธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ศุภฎี ศรีสว่างสุข. 2557. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ กรณีศึกษาเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ชัยฤกษ์ พลวันสุพรรณษา กุลแก้ว และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี.2557. “ การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.” วารสารวิชาการ. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล. 88(27), 29-40.
- ธีรยุทธ ปัตตาเทสง. 2552. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษกรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. 2561. ขั้นตอนการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานใหญ่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. 2561. ข้อมูลจุดติดตั้งตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานใหญ่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. 2561. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตู้ไปรษณีย์ไทยอัจฉริยะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานใหญ่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. 2561. รายงานสรุปผลการรับพัสดุประจำปี 2560 – 2561 ของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานใหญ่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข. 2551. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: บุญศิริ.
- ศิริพร ลีโพธิ์เจริญทรัพย์ และธีระวัฒน์ จันทิก. 2559. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์อัตโนมัติ เครื่องเมเจอร์ซีเนิเพล็กซ์ในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์. หลักสูตรการจัดการธุรกิจทั่วไป. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิศุทธิพัฒนา.
- สุปราณี หาดเมืองทิพย์. 2555. ส่วนประสมการตลาดบริการต่อการให้บริการตู้หยอดเหรียญเติมเงินระบบออนไลน์ อำเภอหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยปทุมธานี. 4(2), 180-188.
- เอกสิทธิ์ คงทอง. 2556. “ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนใจและความพึงพอใจของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการฝากส่งสินค้าผ่าน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อากาศรณ์ เกตุแก้ว. 2558. “ การใช้บริการซ้่ากับตู้เติมเงินอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Baabdullah, Abdullah; Dwivedi, Yogesh; and Williams, Michael, Adopting An Extended UTAUT2 To Predict Consumer Adoption Of M-Technologies In Saudi Arabia. (2014). UK Academy for Information System Conference Proceedings 2014.5.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R. (1989). **User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models.** Management Science, 35, 982-1003.
- Fred D.Davis, Jr. (1980). "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results," Unpublished Ph.D.dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- Foster, George M. (1973). **Tradition Societies and Technological Change.**New York : Harper and Row Publishers.
- Roger, E.M.and Shoemaker, E.F. (1971). **Communication of innovation: Across – cultural approach.** New York: The Free Press.
- Rogers, Everett.M. (1995). **Diffusion of innovations.** Fourth edition.New York, NY: The Free Press.
- Venkatesh, V., Thong Y.L.Jame, and Xin Xu. (2012). **Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,** MIS Quarterly (36:1), pp.157-178.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis (3rd ed.).** New York: Harper and Row



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการ
ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของ บจก. ไปรษณีย์ไทย

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ จัดทำโดยนางสาวรุจิณี ชีระวัฒน์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 หน้า แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1.ชาย 2.หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 18 ปี 2. 18 – 25 ปี
 3. 26 - 33 ปี 4. 34 – 41 ปี
 5. มากกว่า 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 5. อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2. 10,001 – 15,000 บาท
 3. 15,001 – 20,000 บาท 4. 20,001 – 25,000 บาท
 5. มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

การยอมรับการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เพราะเป็นบริการที่ดี					
2. ท่านมั่นใจว่าจะใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะอย่างสม่ำเสมอ					
3. ท่านจะแนะนำการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะให้กับบุคคลอื่นอย่างแน่นอน					
4. ท่านตั้งใจที่จะใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ต่อไปในอนาคต					
5. ท่านรู้สึกพอใจกับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่ตรงตามการยอมรับของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน					
1. ท่านทราบว่ากรใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้รับความสะดวก รวดเร็ว มากกว่ากรใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ทางไปรษณีย์					
2. ท่านทราบว่ากรใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
3. ท่านทราบว่ากรใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนี้ มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตของท่าน เช่น ท่านจะสามารถไปรับพัสดุได้เมื่อได้รับ SMS แจ้งจากทางไปรษณีย์ไทย					
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน					
1. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เป็นเรื่องง่าย					
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี					
3. ท่านรู้สึกว่ภาษาและเมนูของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเข้าใจง่าย					
ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ					
1. ท่านหวังว่าการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น จะไม่ทำให้พัสดุของท่านเกิดการสูญหายหรือตกหล่น					
2. ท่านหวังว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ					
3. ท่านหวังว่าตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน					
1. ท่านคิดว่าการเรียนรู้การใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ เป็นเรื่องที่ย่ง่ายสำหรับท่าน					
2. ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะนั้น					
3. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาการใช้งานตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ได้จากคู่มือและเมนูช่วยเหลือ					
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. บริษัทไปรษณีย์ไทยมีขั้นตอนและวิธีการใช้งานของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ไว้บริเวณข้างตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย					
2. ทำเลที่ตั้งของตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ					
3. มีการแจ้งเตือนสถานะของพัสดุด้วย SMS เมื่อพัสดุมายังจุดหมายปลายทาง และสามารถเข้าไปรับพัสดุได้ทันที					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

รายละเอียดเกี่ยวกับคู่มือปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
111 ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพมหานคร 10210-0299
THAILAND POST CO., LTD.
111 CHAENG WATHANA ROAD, THUNG SONG HONG, BANGKOK 10210-0299

ที่ ปณท.อก.(สอ.)/๑๒๙

๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง อนุญาตให้ข้อมูลและให้ใช้พื้นที่แจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

อ้างถึง หนังสือสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ ศธ.๐๕๒๔.๒๕/๑๒๐ ลงวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑) ข้อมูลทั่วไป ขั้นตอนและวิธีการใช้งานคู่มือปฏิบัติงาน
๒) สถิติจำนวนการใช้งานคู่มือปฏิบัติงาน

ตามหนังสือที่อ้างถึงสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังขอความอนุเคราะห์
ข้อมูลให้แก่นางสาวรุจี ธีระวัฒน์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อประกอบการ
ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการใช้บริการคู่มือปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด”
รวมทั้งขออนุญาตให้นักศึกษาแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่ใช้บริการคู่มือปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์
ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคู่มือปฏิบัติงานตั้งอยู่ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้รับทราบและอนุญาตให้นักศึกษาเข้ามาแจก
แบบสอบถาม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีคู่มือปฏิบัติงานตั้งอยู่พร้อมกันนี้
ได้แนบข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๑) - ๒)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางญาณิณี เครือเนตร)

ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการกลาง

ฝ่ายอำนวยการกลาง

โทรศัพท์ ๐-๒๘๓๑-๓๓๖๕

โทรสาร ๐-๒๘๕๖-๘๙๐๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๑. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตู้ฯ iBox มีระบบการทำงานเป็นอย่างไร
- ตอบ ๑.๑ ตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ (iBox) หมายถึง ตู้ล็อกเกอร์ที่สามารถนำจ่ายสิ่งของให้แก่ผู้รับ โดยมีระบบตรวจสอบยืนยันความถูกต้องด้วยรหัสประจำตัวและหรือรหัสผ่าน (One time password หรือ OTP) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่ไม่สะดวกรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ประเภทมีหลักฐานที่บ้าน
- ๑.๒ ประเภทสิ่งของที่สามารถนำจ่ายผ่านตู้ฯ iBox ได้แก่ สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ประเภทมีหลักฐานทั้งหมด ยกเว้น
- ๑.๒.๑ สิ่งของขนาดใหญ่ (ขนาดเกินกว่ากล่องแบบ ฉ.)
- ๑.๒.๒ Logispost
- ๑.๒.๓ สิ่งของที่ใช้บริการเก็บเงินปลายทาง
- ๑.๒.๔ สิ่งของต้องภาษีอากร
- ๑.๒.๕ สิ่งของอื่นใดที่ต้องการชำระเงิน/ค่าธรรมเนียมก่อนรับสิ่งของ
- ๑.๒.๕ สิ่งของที่ต้องได้รับการตรวจสอบก่อนรับสิ่งของ เช่น สภาพห่อของแตก
- ๑.๒.๖ สิ่งของที่ยังคับให้ผู้รับต้องลงนามรับ เช่น หมายศาล หนังสือทวงหนี้จากสถานพยาบาล บริการตอบรับ เป็นต้น
- ๑.๓ ตู้ฯ iBox เปิดให้บริการนำจ่ายสิ่งของแก่ผู้รับได้ตลอดเวลาหรือ ๒๔ ชั่วโมง (ตามลักษณะพื้นที่) โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้บริการ
๒. ขั้นตอนและวิธีการใช้งานของตู้ฯ iBox
- ตอบ ๒.๑ ผู้ใช้บริการที่ประสงค์จะใช้บริการตู้ฯ iBox สามารถลงทะเบียนแจ้งความประสงค์ผ่าน
- ๒.๑.๑ Web Site ที่ <http://ibox.thailandpost.co.th> หรือ
- ๒.๑.๒ จัดทำหนังสือแจ้งความจำนงขอรับสิ่งของทางไปรษณีย์ ณ ตู้ฯ iBox หรือ
- ๒.๑.๓ เปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่นำจ่ายผ่านตู้ฯ iBox โดยเจ้าหน้าที่ประกอบด้วย
- ๒.๑.๓.๑ ชื่อ-นามสกุล ผู้รับ
- ๒.๑.๓.๒ หมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับ (เฉพาะมือถือเท่านั้น) เพื่อให้ระบบฯ ส่ง SMS แจ้งรหัสสำหรับใช้รับสิ่งของที่ตู้ฯ
- ๒.๑.๓.๔ ชื่อตู้ฯ iBox ที่ต้องการให้นำสิ่งของไปนำจ่าย
- ๒.๑.๓.๕ รหัสไปรษณีย์ที่ทำการปลายทาง
- ตัวอย่างเช่น

กรุณาส่ง
 คุณหนุ่มไปรษณีย์
 ๐๘๙-๑๒๓๔๕๖๗
 ตู้ iBox บิ๊กซีสุวินทวงศ์
 ๑๐๕๑๐

- ๒.๒ เมื่อที่ทำการปลายทางได้รับสิ่งของที่ต้องนำจ่ายผ่านตู้ฯ iBox เจ้าหน้าที่จะนำสิ่งของดังกล่าวใส่เข้าตู้ฯ iBox และระบบจะมีการส่ง SMS แจ้งหมายเลข OTP ไปยังหมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับตอนลงทะเบียนหรือระบุไว้ตามเจ้าหน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ๒ -

- ๒.๓ เมื่อผู้รับได้รับ SMS แจ้งให้มารับสิ่งของที่ตู้ฯ iBox แล้ว สามารถมารับสิ่งของดังกล่าว โดยใช้บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับหรือผู้แทนผู้รับ พร้อมหมายเลข OTP เพื่อใช้ในการกรับสิ่งของที่ตู้ฯ iBox
- ๒.๔ ระยะเวลาเก็บรอสิ่งของภายในตู้ฯ ไม่เกิน ๒ วัน นับจากวันที่ผู้รับได้ SMS หรือ E-mail แจ้งรหัสให้มารับสิ่งของ หากเกินกำหนด ปณ.ที่รับผิดชอบจะนำสิ่งของออกจากตู้ฯ และนำไปรอจ่าย ณ ที่ทำการตามปกติ
๓. สถิติจำนวนของการใช้งานตู้ฯ iBox ในแต่ละเขตที่ทำการไปรษณีย์ไทยที่มีตู้ฯ iBox ติดตั้งอยู่ เพื่อนำไปศึกษาในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามของผู้ใช้งานตู้ฯ iBox
- สถิติปริมาณงานนำจ่ายผ่านตู้ฯ iBox ตั้งแต่วันที่ ๕ ก.ค.๒๕๖๐ (เปิดใช้เป็นทางการ) ถึงวันที่ ๑๑ ก.พ.๒๕๖๑ มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๘,๑๖๕ ชิ้น (รายละเอียดตามเอกสารแนบ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายงานสรุปรับพัสดุ

วันที่รับพัสดุ 12/07/2017 ถึง 11/02/2018

วันที่พิมพ์ 12/02/2561 เวลา 15:06:40

ลำดับ	รหัสพัสดุ	ชื่อตู้ IBOX	จำนวนพัสดุที่รับแล้ว
1	1200001	ปลน.ปทุมธานี	320
2	1052002	ปลน.สจล.	1039
3	8300001	ปลน.ภูเก็ต	240
4	1053001	ปลน.หนองจอก	379
5	1054001	ปลน.บางพลี	781
6	1060001	ปลน.สาทร	835
7	1016001	ปลน.ภาษีเจริญ	174
8	1114001	ปลน.บางใหญ่	335
9	1031001	ปลน.ลาดพร้าว	428
10	1021001	ปลน.หลักสี่	2105
11	1111001	อาคารรัตนวิเบศร์	558
12	1017001	ปลน.ตลิ่งชัน	58
13	1080001	ปลน.บางซื่อ	109
14	1029001	ปลน.พระสมุทรเจดีย์	58
15	1211001	ปลน.ธัญบุรี	88
16	3000001	ปลน.นครราชสีมา	262
17	1051001	Big C สวีทวงศ์	1066
18	1022001	ปลน.รามอินทรา	869
19	1015001	ปลน.บางขุนเทียน	68
20	1090001	ปลน.จตุจักร	479
21	1028001	ปลน.บางนุ	301
22	1025001	ปลน.อ่อนนุช	980
23	1056001	ปลน.บางปอ	88
24	3400001	ปลน.อุบลราชธานี	16
25	6500001	ปลน.พิษณุโลก	14
26	1024001	ปลน.คลองจั่น	33
27	1115001	ปลน.ไทรน้อย	71
28	1011001	ปลน.พระโขนง	222
29	1213002	ปลน.รังสิต	229
30	1050001	ปลน.บางรัก	62
31	1112001	ปลน.ปากเกร็ด	283
32	7400001	ปลน.สมุทรสาคร	125
33	1080201	ปลน.พระจอมเกล้า	973
34	1057001	ปลน.บางเสาธง	71
35	1215001	ปลน.สาธุการ	156
36	1040001	ปลน.สามเสนใน	130
37	1026001	ปลน.บางนา	5
38	1100001	ปลน.นนทบุรี	83
39	1014001	ปลน.ราษฎร์บูรณะ	21
40	2015001	ปลน.บางละมุง	192
41	1213001	M park คลอง3	87
42	5000001	ปลน.เชียงใหม่	61
43	1012001	ปลน.ยานนาวา	434
44	1027001	ปลน.สมุทรปราการ	1792
45	1212001	ปลน.คลองหลวง	475
46	1113001	ปลน.บางกรวย	297
47	1070001	ปลน.บางกอกน้อย	109
48	1052001	ปลน.ลาดกระบัง	229
49	1013001	ปลน.พระประแดง	375
รวม			18165

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารแนบ ๓

รายชื่อที่ทำการที่เปิดให้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ iBox จำนวน ๓๐ ตู้

ลำดับ	ที่ทำการ	สังกัด	สถานที่ติดตั้ง	ชื่อตู้ iBox	วันที่เริ่มเปิดให้บริการ
๑	๑๐๒๑๐ หลักสี่	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.หลักสี่	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒	๑๐๔๐๐ สามเสนใน	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.สามเสนใน	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๓	๑๐๘๐๐ บางซื่อ	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางซื่อ	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๔	๑๐๙๐๐ จตุจักร	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.จตุจักร	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๕	๑๑๑๑๐ บางบัวทอง	ป.น.๑	งานรอกจ่ายวัดมะเดื่อ	iBox อาคารรัตนนิเวศน์	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๖	๑๑๑๓๐ บางกรวย	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางกรวย	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๗	๑๑๑๔๐ บางใหญ่	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางใหญ่	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๘	๑๑๑๕๐ ไทรน้อย	ป.น.๑	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ไทรน้อย	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๙	๑๐๓๑๐ ลาดพร้าว	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ลาดพร้าว	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๐	๑๐๒๒๐ รามอินทรา	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.รามอินทรา	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๑	๑๐๒๔๐ คลองจั่น	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.คลองจั่น	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๒	๑๐๕๑๐ มีนบุรี	ป.น.๒	ห้างบิ๊กซีสาขาสุวินทวงศ์	iBox บิ๊กซีสุวินทวงศ์	เปิดให้บริการแล้ว ให้บริการต่อเนื่อง
๑๓	๑๐๕๒๐ ลาดกระบัง	ป.น.๒	งานรอกจ่าย และเคาน์เตอร์เจ้าคุณทหารรา	iBox ป.น.ลาดกระบัง iBox เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๔	๑๐๕๓๐ หนองจอก	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.หนองจอก	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๕	๑๒๐๐๐ ปทุมธานี	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ปทุมธานี	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๖	๑๒๑๒๐ คลองหลวง	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.คลองหลวง	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๗	๑๒๑๓๐ รังสิต	ป.น.๒	งานรอกจ่าย และเคาน์เตอร์ M park คลอง ๓	iBox ป.น.รังสิต iBox M park คลอง ๓	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๘	๑๒๑๕๐ ลำลูกกา	ป.น.๒	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ลำลูกกา	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๙	๑๐๑๕๐ บางขุนเทียน	ป.น.๓	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางขุนเทียน	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๐	๑๐๑๖๐ ภาษีเจริญ	ป.น.๓	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ภาษีเจริญ	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๑	๑๐๑๗๐ ตลิ่งชัน	ป.น.๓	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.ตลิ่งชัน	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๒	๑๐๖๐๐ สำเหร่	ป.น.๓	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.สำเหร่	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๓	๑๐๗๐๐ บางกอกน้อย	ป.น.๓	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางกอกน้อย	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๔	๑๐๑๑๐ พระโขนง	ป.น.๔	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.พระโขนง	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๕	๑๐๒๕๐ อ่อนนุช	ป.น.๔	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.อ่อนนุช	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๖	๑๐๒๗๐ สมุทรปราการ	ป.น.๔	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.สมุทรปราการ	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๗	๑๐๒๘๐ บางปู	ป.น.๔	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางปู	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๒๘	๑๐๕๔๐ บางพลี	ป.น.๔	งานรอกจ่าย	iBox ป.น.บางพลี	๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

FACTORS AFFECTING THE CUSTOMERS' ACCEPTANCE OF USING

THE IBOX SERVICE OF THAILANDPOST COMPANY LIMITED

ผู้ศึกษา : นางสาวจูนี วีระวัฒน์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ในส่วนของภาวะวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของปัจจัยการยอมรับต่อการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ พบว่าผลโดยรวมมีความผันแปรเท่ากับร้อยละ 39 ซึ่งมีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ตามลำดับ

วิธีการศึกษา

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ซึ่งเป็นแบบการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วนของกลุ่มประชากรจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการเลือกศึกษาประชากรจากผู้ใช้งานที่มาใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ สมุทรปราการ บิ๊กซี สุวินทวงศ์ สจล. และอ่อนนุช โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ Percentage, Mean, Standard Deviation, T Test, One-way ANOVA และ Multiple Linear Regression

ABSTRACT

The objective of this research is to study the related factors that influence towards the acceptance of the intelligent mailbox service of Thai Post Company limited. The data was gathered by using questionnaires that have been gathered from the sample groups of 400 people. According to the study, it has been found that the personal factors including age, education, salary per month, there are differences in opinions on acceptance of iBox service at 0.01 significant level. The linear regression over the acceptance factor of the iBox service found that the overall effect was 39 percent variance which has a positive effect on the acceptance of the use of the iBox service respectively.

ผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.20) มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 25 ปี (ร้อยละ 73.80) มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 86.50) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 53.20) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 - 15,000 บาท (ร้อยละ 28.80)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 18 - 25 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุ 34 - 41 ปี เพราะผู้ให้บริการอาจมีความจำเป็นในการเลือกใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ในส่วนของปัจจัยการยอมรับต่อการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ มีผลทางบวกต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะเพิ่มเติม เพราะเนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาการให้บริการขนส่งพัสดุในหลายรูปแบบและมีช่องทางที่หลากหลาย
2. ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพิ่มขึ้น เช่น การขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของแต่ละกลุ่มว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และในแต่ละพื้นที่ควรมีการพัฒนาในรูปแบบการให้บริการด้านใด เพื่อให้ประเทศไทยมีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล รุจน์ ชีระวัฒน์
วันเดือนปีเกิด 11 สิงหาคม 2536
ที่อยู่ 70 หมู่ 1 ตำบลบางกะไห อำเภอมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
ประวัติการศึกษา พ.ศ.2559 วิทยาศาสตรบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีจัดการสถาบัน
เทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน -
โทรศัพท์ 087-744-5872



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้