

คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

(e - Auction) : กรณีศึกษา

บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

**SERVICE QUALITY OF E - MARKET PLACE SERVICE VIA  
AN ELECTRONIC AUCTION: A CASE STUDY OF  
INTELLIGENT SOLUTION & SERVICE CO., LTD.**

นภาพร สุวรรณวร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

(e - Auction) : กรณีศึกษา

บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

นภาพร สุวรรณวร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction):

กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

Service Quality of e - Market Place Service via an Electronic Auction:

A Case Study of Intelligent Solution & Service Co., Ltd.

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวนภาพร สุวรรณวร

วิชาเอก

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุดม สายะพันธุ์

ปีการศึกษา

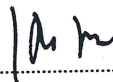
2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



ประธานกรรมการ

(ดร.ธีรวัฒน์ ไพบุลย์กุลกร)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพา หิรัญกิตติ)



กรรมการ

(อาจารย์อุดม สายะพันธุ์)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณตลบุตร)

วันที่ 20 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนภาพร สุวรรณวร
วิชาเอก	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดม สายะพันธุ์
ปีการศึกษา	2554

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง/กองคลัง และพนักงานองค์การเอกชนที่ใช้บริการผ่านตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที (Independent Samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างแต่ละกลุ่มด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ผลการศึกษาพบว่าหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นองค์กรบริการส่วนตำบล การประมูลแบบเปิดราคา ส่วนใหญ่ใช้บริการประมูลงานก่อสร้าง โดยมีงบประมาณ 2,000,001 - 10,000,000 บาท ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อการบริการสูงกว่าความคาดหวังก่อนได้รับบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความเห็นอกเห็นใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** คุณภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)

**Independent Study Title** Service Quality of e-Market Place Service via an Electronic Auction:  
A Case Study of Intelligent Solution & Service Co., Ltd.

**Name-Surname** Miss Napaporn Suwanworn

**Major Subject** Marketing

**Independent Study Advisor** Mr. Udom Sayapunt

**Academic Year** 2011

## ABSTRACT

The purpose of the independent study was to study the service quality of e-Market place service via an electronic auction: a case study of Intelligent Solution & Service Co., Ltd. The samples consisted of 300 participants including operators, procurement officer/treasury and employees of private organization who used e-Market Place service via an electronic auction. Statistical analysis used Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, One-Way ANOVA and Least Significant Difference (LSD).

The result found that most of organizations used e-Market Place service via an electronic auction is the subdistrict administrative organization (SAO) which use open bid auction for construction bidding with 2,000,001-10,000,000 baht of the budget. The participants had service perceptions higher than their expectation in tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

The hypothesis testing results found that the service users have a different level of education commented to the service quality of e-Market place via an electronic auction in tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy were significant difference ( $p < 0.05$ ).

**Key words:** Service quality , e-Market place service via an electronic auction

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาลงได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูงจากท่าน อาจารย์อุดม สายะพันธุ์ ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ คำปรึกษา ความช่วยเหลือในการตรวจสอบ และแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นการศึกษาค้นคว้าอิสระจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจนประสบผลสำเร็จ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร. ชีรวัฒน์ ไพบูลย์กุลกร ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ กรรมการ ที่ได้สละเวลาเป็นประธานในการสอบ พร้อมทั้งแนะนำถึงข้อบกพร่องในการทำวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชา บ่มเพาะจนผู้วิจัยสามารถนำเอาหลักการมาประยุกต์ใช้และอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ นอกเหนือจากนี้ขอขอบคุณภักดี สอนทอง คุณเป็ย รินทร์ สอนทอง ผู้จัดการบริษัท อินเทลลิเจนท์โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมทั้งเจ้าหน้าที่ในทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ของโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่คอยเป็นกำลังใจและที่มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อเพื่อทำการค้นคว้าอิสระและให้ความช่วยเหลือตลอดช่วงเวลาของการศึกษาและทำการวิจัย

คุณค่าอันพึงมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชาพระคุณ บิดา มารดา พี่ ครู อาจารย์ และ เพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และคอยให้กำลังใจที่มีคุณค่าอย่างยิ่งแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

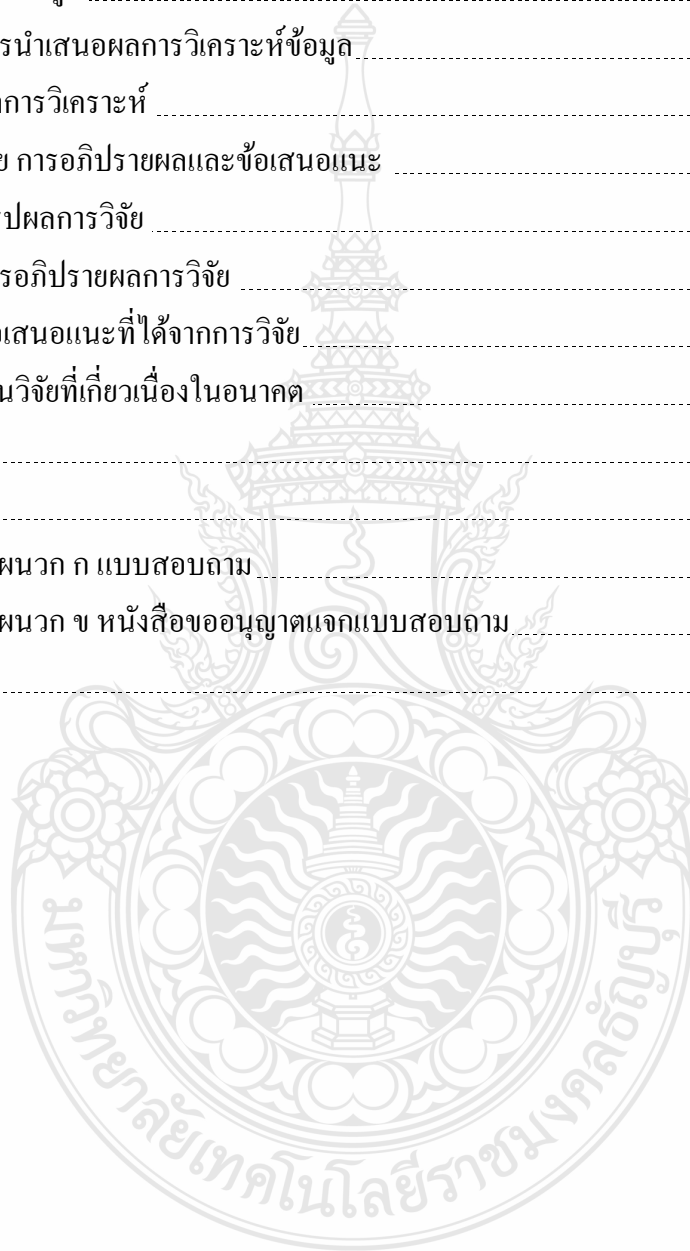
นภาพร สุวรรณวร

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ค
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย .....	2
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย .....	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดบริการ .....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้และความคาดหวัง .....	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประมวลผลอิเล็กทรอนิกส์ .....	22
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	33
3. วิธีดำเนินการวิจัย .....	40
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	40
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	42
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	46
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	42

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	48
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	48
4.2 ผลการวิเคราะห์ .....	49
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	141
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	141
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย .....	146
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย .....	156
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต .....	156
บรรณานุกรม .....	158
ภาคผนวก .....	162
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	163
ภาคผนวก ข หนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถาม .....	169
ประวัติผู้เขียน .....	176





## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดผู้บริโภคและตลาดองค์กร..... 19
2.2	เปรียบเทียบการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์กับการประมูลแบบเดิม..... 31
2.3	แสดงอัตราค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการตลาดกลางและอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทาง..... 32
3.1	แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง..... 41
3.2	แสดงสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนความคาดหวังและการรับรู้บริการ..... 44
3.3	แสดงสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนคุณภาพการบริการ..... 45
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามหน่วยงาน ที่สังกัด..... 49
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามรูปแบบการ ประมูลครั้งล่าสุด..... 49
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตาม ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด..... 50
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามงบประมาณ การประมูลครั้งล่าสุด..... 50
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามเพศ..... 51
4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามอายุ..... 51
4.7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา..... 52
4.8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามตำแหน่งงาน..... 52
4.9	แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ..... 53
4.10	แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ..... 56

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	59
4.12 แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า	62
4.13 แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเห็นอกเห็นใจ	64
4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	67
4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	68
4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมุลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	69
4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าอบรมและหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	71
4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	74
4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลผลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	75
4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	77
4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	78
4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	79
4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ จำแนก ตามหน่วยงานที่สังกัด.....	80
4.25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนก ตามหน่วยงานที่สังกัด.....	82
4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	83
4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้าน ความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและ ผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	86
4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้าน ความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยการให้ เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	88
4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้าน ความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรม เหมาะสมกับทุกหน่วยงาน จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด.....	89
4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการที่คาดหวังและการรับรู้ บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามรูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด.....	91
4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด.....	93
4.33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ(Tangibles) จำแนกตามลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด.....	94
4.34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด.....	95
4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม จำแนกตามลักษณะการ ประมูลครั้งล่าสุด.....	96

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและ หน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามลักษณะการประมวลครั้งล่าสุด.....	97
4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามลักษณะการประมวลครั้งล่าสุด.....	98
4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนก ตามลักษณะการประมวลครั้งล่าสุด.....	99
4.39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามงบประมาณการประมวลครั้งล่าสุด.....	100
4.40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามเพศ.....	103
4.41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ.....	104
4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในการบริการ (Reliability) จำแนกตามอายุ.....	105
4.43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ ไว้อย่างเท่าเทียม จำแนกตามอายุ.....	106
4.44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	107

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.45 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	108
4.46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โพรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษา.....	109
4.47 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวล และการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	110
4.48 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	111
4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	112
4.50 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	113
4.51 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา เมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	114
4.52 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา.....	115
4.53 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	115

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา.....	116
4.55 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวัน ประมุขอย่างชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	117
4.56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	118
4.57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ อย่างทันท่วงที จำแนกตามระดับการศึกษา.....	119
4.58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	120
4.59 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จ สิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	121
4.60 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	122
4.61 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา.....	122
4.62 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	124

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.63 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านทำให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	124
4.64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนก ตามระดับการศึกษา.....	125
4.65 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	126
4.66 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ จำแนก ตามระดับการศึกษา.....	127
4.67 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	128
4.68 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	129
4.69 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา.....	130
4.70 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค จำแนกตามระดับการศึกษา.....	131
4.71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	132



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	133
4.73 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	134
4.74 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	135
4.75 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	136
4.76 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	137
4.77 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	138
4.78 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมูล จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	139
4.79 แสดงภาพรวมการทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานและข้อมูลส่วนบุคคลกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด.....	140

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.2 แสดงมิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการให้บริการ.....	14
2.1 แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง.....	30



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้มีวิธีการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2547 วันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2548 และเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2548 เห็นสมควรให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์และให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข กฎ ระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ กำหนดให้ เริ่มใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐทุกแห่ง ดำเนินการจัดหาพัสดุที่มีมูลค่าตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป เว้นแต่จะได้รับอนุมัติจาก กวพ .อ. ให้จัดหาด้วยวิธีอื่นได้ดำเนินการตามระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - Government Procurement : e - GP) ของกระทรวงการคลัง โดยการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าการดำเนินงานสูงหรือการประมูลแข่งขัน เรื่องราคาหรือผลประโยชน์อื่นที่เสนอให้รัฐให้ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับมูลค่าน้อยให้ใช้วิธี e - Shopping เพื่อช่วยสนับสนุนกระบวนการทำงานของภาครัฐให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีประสิทธิภาพและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสนับสนุนภาคเอกชนให้แข็งแกร่งและร่วมพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน หลังจากการทดลองใช้ระบบวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ระยะเวลาหนึ่งพบว่ายังมีจุดบกพร่องในการดำเนินการอยู่บ้างบางส่วนรัฐบาลจึงได้มีการแก้ไขกฎหมายเพื่อรองรับระบบวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ และปิดช่องโหว่ของระบบให้มีความรัดกุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงได้พัฒนาปรับปรุงรูปแบบและวิธีการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด (กรมบัญชีกลาง , 2549)

จากระเบียบดังกล่าวนำไปสู่การนำกระบวนการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนการทำงานของรัฐบาลเพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาให้สะดวก รวดเร็ว และช่วยลดปัญหาการคอร์รัปชันการเรียกเงินใต้โต๊ะและลดการกีดกันทางการค้า หรือเรียกกระบวนการนี้ว่า “อีวประมูล” การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการเปิดโอกาสให้ผู้ค้าที่มีศักยภาพทั้งรายเล็กรายใหญ่สามารถแข่งขันได้อย่างเสรีอย่างไรก็ตามหน่วยงานราชการไม่สามารถประมูลผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตัวเอง จำเป็นต้องให้ผู้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace Service Provider) โดยตลาดกลาง

ดังกล่าวจะเป็นเสมือนตัวอย่างที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้ได้พบและตกลงการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเว็บไซต์ ทั้งนี้ในปัจจุบันมีผู้ดำเนินการธุรกิจดังกล่าว จำนวน 12 บริษัท หนึ่งในนั้นคือ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากกรมบัญชีกลางให้สามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบประมูลออนไลน์ ดังนั้น บริษัทฯจึงมีแนวความคิดที่จะเน้นงานในส่วนที่เป็นการทำธุรกรรมที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

ปัจจุบันการแข่งขันการกีดกันได้ทวีความรุนแรงขึ้น เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการตลาดกลางทั้ง 12 บริษัท ปัญหาการกีดกันการยื่นข้อเสนอ คุณสมบัติ ของผู้ให้บริการตลาดกลาง และปัญหาการเล่นพักเล่นพวก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการจ่ายเงินในรูปแบบเลี้ยงดูปู่สื่อ ส่งผลให้ผู้ให้บริการตลาดกลางต้องสรรหาวิธีการทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างด้านการบริการ ด้วยทีมงานบริการที่มีประสิทธิภาพ ขั้นตอนการทำงานไม่ยุ่งยากซับซ้อน สามารถแก้ปัญหาเฉพาะได้อย่างมืออาชีพ การได้รับการบริการที่ดีคุ้มค่ากว่าในรูปของเงิน ดังนั้นปัญหาในการวิจัยคือ การลดการแข่งขันการกีดกันและมีความเสมอภาคเท่าเทียมกันในการนำเสนอ วิจัยครั้งนี้มุ่งเน้น คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของหน่วยงานและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทอย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ในงานประมูล (e - Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ ในงานประมูล (e - Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชันแอนด์ เซอร์วิส จำกัด
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชันแอนด์ เซอร์วิส จำกัด

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานแตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. เนื้อหาของการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ข้อมูลส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการ

2. พื้นที่การวิจัย ประกอบด้วย จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง

3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ. 2555

4. ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลัง และพนักงานองค์การมหาชน

5. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลังและ พนักงานองค์การมหาชน จึงคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรแบบทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) ใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือ 0.05 จะได้จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 300 ตัวอย่าง

6. การสุ่มตัวอย่างแบบตามพื้นที่ (Cluster of area Sampling) เพื่อกำหนดพื้นที่ในเขตจังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง

การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการเก็บข้อมูลแต่ละจังหวัด แบ่งสัดส่วนการสุ่มเก็บตัวอย่างพื้นที่จังหวัดละ 100 คน

7. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน ที่ใช้บริการบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent variables) ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่

- หน่วยงานที่สังกัด
- รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด
  - ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด
  - เงื่อนไขการประมูลครั้งล่าสุด

1.2 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ตำแหน่งงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ประกอบด้วย

2.1 คุณภาพการบริการ ได้แก่

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ
- การตอบสนองต่อลูกค้า
- การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า
- ความเห็นอกเห็นใจ

### 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. e - Auction หมายถึง การแข่งขันเสนอราคาด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการจัดหาพัสดุ ในการจัดซื้อจัดหาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของหน่วยงานราชการ เอกชน

2. e - Marketplace Service Provider หมายถึง ผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูลและเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมทั้งจัดหาผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีศูนย์กลางการติดต่ออยู่ที่เว็บไซต์ของตลาดกลาง มีจำนวน 12 ราย

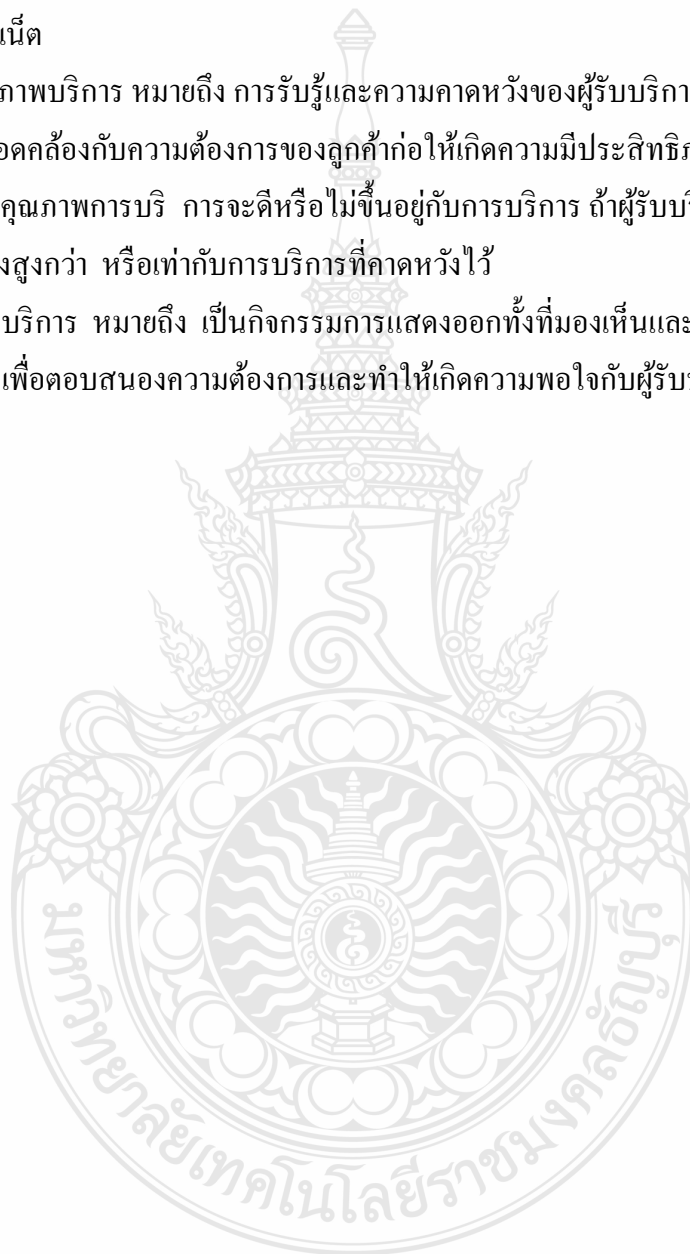
3. บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เป็น ผู้ให้บริการตลาดกลาง อิเล็กทรอนิกส์ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประมูล และเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมทั้งจัดหา ผู้ขายสินค้าเพิ่มเติมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีศูนย์กลางการติดต่ออยู่ที่เว็บไซต์ของตลาดกลาง

ได้รับการคัดเลือกจากกรมบัญชีกลางให้เป็นผู้ดำเนินจัดการประมูลซึ่งบริษัทได้ยื่นทะเบียนไว้กับ  
สำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุว่าด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2549

4. การจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Procurement) คือ เป็นการจัดซื้อจัดจ้างของ  
องค์กรหน่วยงานภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานราชการอื่นที่เกี่ยวข้องผ่านทางเว็บไซต์บน  
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

5. คุณภาพบริการ หมายถึง การรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ  
การบริการต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ  
ในการรับบริการ คุณภาพการบริการจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับบริการ ถ้าผู้รับบริการประเมินว่าการ  
บริการที่ได้รับจริงสูงกว่า หรือเท่ากับบริการที่คาดหวังไว้

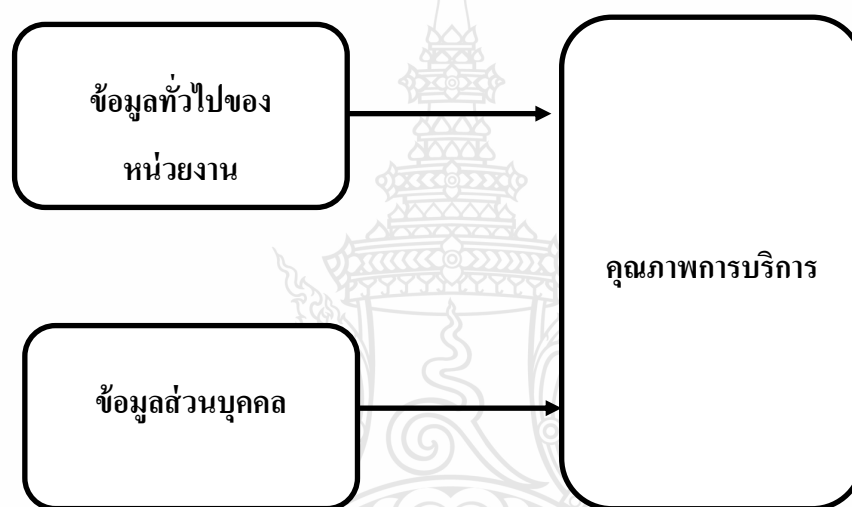
6. การบริการ หมายถึง เป็นกิจกรรมการแสดงออกทั้งที่มองเห็นและมองไม่เห็นและการ  
กระทำของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เกิดความพอใจกับผู้รับบริการ



## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)” กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)      ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัย คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ส่งผลให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน ที่ใช้บริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง

1. ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน สามารถนำมากำหนดลักษณะความต้องการของหน่วยงานนำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการและเกิดความพึงพอใจการให้บริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง ให้ดียิ่งขึ้น



2. ข้อมูลส่วนบุคคล สามารถนำความต้องการของบุคคลไปใช้ปรับปรุงการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพื่อให้เกิดความพึงพอใจการให้บริการตรงกับความต้องการของหน่วย งาน บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง ให้ดียิ่งขึ้น

3. คุณภาพการบริการ สามารถนำข้อมูล ความคาดหวังก่อนใช้บริการและการรับรู้หลังใช้ บริการ ไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการและนำมาประยุกต์ใช้ให้มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Auction)” กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดบริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้และความคาดหวัง
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประมูลอิเล็กทรอนิกส์
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542:775) หมายถึง ชอบใจ พอใจ รวมไปถึงการปฏิบัติงาน เป็นเรื่องของความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับความสำเร็จ หรือสิ่งที่ต้องการ

ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548:44) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการวัดว่าลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ โดยการวัดคุณภาพการบริการและการประเมินจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ในอดีตถ้าพอใจจะมีการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจก็ไม่ซื้อและเปลี่ยนไปหาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่จะได้รับหรือทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกิดขึ้น และอาจเป็นไปในเชิงของการประเมินค่าว่าเป็นความรู้สึกหรือเป็นทัศนคติซึ่งจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นการสร้างสินค้าหรือบริการตามความรู้สึกของคน ซึ่งจะประกอบด้วย ความชอบใจ ความพอใจ และการสร้างความรู้สึก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ ถ้าลูกค้าไม่ซื้อซ้ำแสดงว่า สิ่งนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การรับรู้ และความคาดหวัง ดังนั้น หน้าที่ของนักการตลาด คือ การผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยอาศัยประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตจนถึงปัจจุบัน จะทำให้เกิดการรับรู้ ความรู้สึก และเกิดการตัดสินใจ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดบริการ

ความหมายของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

บริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวก ความสะดวก ความรวดเร็ว และเป็นผลประโยชน์หรือเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดขึ้นที่สามารถตอบสนองความต้องการให้ลูกค้า

การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรมของผู้ให้บริการที่จะเสนอขายผู้รับบริการให้ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ (ชูชัย สมितिไกร, 2553:362)

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548) “ธุรกิจ” หมายถึง องค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำการค้า การขาย และการมุ่งแสวงหากำไร “การบริการ” หมายถึง องค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมในการขายบริการที่มีอยู่เพื่อตอบสนองความพอใจโดยมีวัตถุประสงค์ คือ มุ่งแสวงหากำไรจากการขายทั้งทางตรงและทางอ้อม

บริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งแสดงต่ออีกฝ่ายหนึ่งให้เห็นหรือสัมผัส ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจ จะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ และไม่มีใครเป็นเจ้าของการผลิตอาจจะมีการบริการนั้นมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้ (Kotler, 2000)

บริการ (Services) เป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ สรุปได้ว่า เป็นกิจกรรมขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการแสวงหากำไรอาจจะมีหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น

### ประเภทของธุรกิจบริการ

สามารถแบ่งธุรกิจบริการตามลักษณะการบริการได้ 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยตรง เป็นธุรกิจที่ซื้อขายกันโดยตรง กับลูกค้า เช่น การบริการทางการเงิน เน้นการให้บริการที่ความทันสมัย ความถูกต้อง เน้นความรวดเร็ว คอยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยทางอ้อม เป็นการอาศัยเครื่องมืออื่นในการให้บริการไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรง เช่น การบริการให้เช่ารถ ต้องมีรถไว้ ให้ลูกค้า การบริการสวนสนุกต้องมีเครื่องเล่นต่าง ๆ ไว้ให้ลูกค้า การบริการท่องเที่ยว ต้องมีรถ สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวและที่พักอาศัยเป็นต้น ซึ่งเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต้องทันสมัย มีความปลอดภัย และพร้อมให้บริการเสมอ

3. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยต่อเนื่อง เป็น ธุรกิจที่ขายสินค้าก่อนขาย ระหว่างการขาย หรือ หลังการขาย เน้นการให้บริการหลังการขายเพื่อช่วยสร้างความพึงพอใจ สินค้าและคุณภาพ เหมือนกันอาจสร้างความแตกต่างด้วยการบริการหลังการขาย

#### ลักษณะของการบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , และคณะ. (2546:433-441) ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้ เครื่องมือการตลาดบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ความสำคัญของบริการนั้น ไม่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้จากความรู้สึกต่าง ๆ ที่ได้รับรู้ รสชาติ รสชาติ ได้ยินหรือได้กลิ่นก่อนที่จะซื้อผู้ซื้อต้องการ คำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นผู้ขายบริการต้องมีหลักประกันผู้ซื้อก่อนตัดสินใจซื้อ ได้เร็วขึ้น ประกอบด้วย สถานที่ บุคคล เครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ กษณ์ และราคาประกอบด้วย

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและอำนวยความสะดวกให้กับ ผู้ที่มาติดต่อหรือมาใช้บริการให้ง่ายต่อการจดจำ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการนั้นจะต้องแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ก่อเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อหรือได้รับนั้น ดีด้วยการให้บริการการให้บริการเท่าเทียมกันทุกคนไม่เลือกปฏิบัติเพียงคนใดคนหนึ่งให้ความเสมอภาคกับทุกคน

1.3 เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้อง ดูทันสมัยมี ประสิทธิภาพ สูง พร้อมใช้งาน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว รวดเร็วและ สะดวกต่อการใช้ เพื่อให้ ลูกค้าพึงพอใจและจัดเตรียมให้เพียงพอกับความต้องการ

1.4 เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Communication material) เป็นสื่อโฆษณาและ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารนั้นจะ ต้องสอดคล้องกับลักษณะของ บริการที่เสนอขายและลักษณะของ ลูกค้า เช่น โทรศัพท์ โปสเตอร์ โทรสาร เป็นต้น

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ เป็นเครื่องหมาย หรือ ชื่อของตรา ที่จะทำให้ผู้บริโภค เรียกชื่อและง่ายต่อการจดจำมีลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะ

1.6 ราคา (Price) เป็นการกำหนดราคาการให้บริการ ให้เหมาะสมกับระดับการ ให้บริการชัดเจนและงานต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างและเป็นธรรม

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) ลักษณะของบริการที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ในเวลาเดียวกันผู้ขายขายได้เพียงหนึ่งรายไม่สามารถทดแทนกันได้และมีข้อจำกัดด้านเวลา กลยุทธ์ที่ใช้แก้ปัญหา คือการกำหนดมาตรฐาน การให้บริการที่รวดเร็วเพื่อการบริการที่ได้มาตรฐานมากขึ้น

กลยุทธ์บริการใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและ นอกจากนี้ยัง อาศัยเครื่องมืออื่น ๆ ประกอบด้วย บุคคลหรือพนักงาน กระบวนการ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ส่งมอบการให้บริการที่รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. ไม่แน่นอน (Variability หรือ Service variability) เป็นคุณลักษณะของคุณภาพซึ่งจะผันแปรไปตาม ลักษณะจะขึ้นอยู่กับผู้ที่ให้บริการว่าต้องการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การควบคุมคุณภาพการให้บริการสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการนั้นเป็นช่วงสั้น ๆ ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้ได้หรือเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในวันหลังได้เมื่อดำเนินงานเสร็จแล้วก็จะสิ้นสุดลงภายในเวลาที่กำหนด ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อการปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอและปรับการให้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาหมากหรือน้อยเกินไป ดังนั้น กลยุทธ์การนำมาใช้ให้ตรงกับความต้องการและปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหาหมากหรือน้อยเกินไป

#### คุณภาพของงานบริการ (Service Quality)

การสร้าง ความแตกต่างของธุรกิจบริการ คือ การรักษา ระดับของการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง และการนำเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวัง ซึ่งเกิดจากการนำประสบการณ์ตั้งแต่อดีต การโฆษณา พูดปากต่อปาก ซึ่งทำให้การให้บริการของลูกค้า นั้นเป็นไปในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (What) เวลาที่ต้องการ (When) และรูปแบบที่ต้องการ (How)

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ ประกอบด้วย

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วทุก ๆ ขั้นตอนเพื่อไม่ให้ลูกค้า นั้นต้องเสียเวลาในการรอคอยจนนานเกินไป เพราะลูกค้าไม่สามารถเปลี่ยนใจได้ถ้าหากเขาไปใช้บริการแล้วไม่พอใจก็จะเปลี่ยนไปใช้ที่อื่นแทน

2. ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) เป้าหมายสูงสุดของงานบริการก็คือ การกำหนดงานให้ลูกค้าพอใจในการบริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

3. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) ลูกค้าแต่ละคนนั้นอาจจะคาดหวังถึง ความแตกต่างกัน เช่น พนักงานบริการดี บรรยากาศดี สิ่งแวดล้อมและการบริการที่สะดวก รวดเร็ว
4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกถึงรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าได้ทราบถึง การติดต่อสื่อสาร การให้รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบ
5. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) คือ ประสิทธิภาพของผู้ให้บริการดังนั้นช่วง ระหว่างการดำเนินการให้บริการหากลูกค้าถ้าขาดความพร้อมซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังขาดประสิทธิภาพ ของผู้ให้บริการลูกค้านั้นอาจจะไม่พอใจในการให้บริการและจะส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนใจได้
6. ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) เป็นการส่งเสริมด้าน ความรู้ด้วยการฝึกอบรมพนักงานให้เกิดความชำนาญ และความสามารถของผู้ให้บริการซึ่งจะสามารถสร้างความ เชื่อมั่นให้เกิดขึ้นได้ในการปฏิบัติงานด้วยความแข็งแกร่ง ด้วยความมั่นใจ ของพนักงานย่อมส่งผลให้ ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการและยอมและส่งผลดีต่อองค์กรลูกค้าซึ่งจะเกิดความเชื่อและ ความมั่นใจในการใช้บริการครั้งต่อไป
7. คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของการบริการซึ่งจะเกิดขึ้นจากการบริการที่ ลูกค้าได้รับและเกิดความประทับใจเมื่อเขาได้ใช้บริการและมีความคุ้มค่ากับราคาและเงินที่จ่ายไป เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
8. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) การให้บริการด้วยมีน้ำใจ ความจริงใจ ความสุภาพและ อ่อนโยน เพื่อให้ลูกค้านั้นเกิดความพึงพอใจในการที่ได้รับ บริการ ซึ่งสามารถเข้าถึงใจของลูกค้าได้
9. ให้ความสุขใจ ในลูกค้า (Interest) เป็นการดูแลเอาใจใส่กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นใคร การ ให้บริการนั้นอย่างเท่าเทียมกันกับทุกคน เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีเพื่อไม่ให้เขารู้สึกว่าถูกทอดทิ้ง และ ยังมีพนักงานคอยดูแลเอาใจใส่และคอยช่วยเหลืออยู่ใกล้
10. ความเชื่อถือได้ (Credibility) เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น เป็นความมั่นใจที่ จะเกิดขึ้นโดยลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อจะรู้สึกถึงความเชื่อใจในการให้บริการและเกิดความเชื่อถือต่อ บริษัทและผู้บริการ
11. ความไว้วางใจ (Reliability) เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ถูกต้องและ สม่าเสมออย่าง เท่าเทียมกันแล้วซึ่งจะทำให้เกิดความไว้วางใจ และความมั่นใจในการให้บริการ
12. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองทันทีที่เมื่อลูกค้าต้องการจะใช้บริการ หรือเมื่อลูกค้านั้นมีปัญหา หรือข้อสงสัยต่าง ๆ ซึ่งสามารถตอบข้อซักถามนั้นได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำและหากเกิดปัญหาสามารถก็สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทีและถูกต้อง

13. ความปลอดภัย (Security) เป็นความปลอดภัยของผู้ใช้บริการโดย ในช่วงก่อนการใช้บริการ ระหว่างการใช้บริการและหลังการใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา ไม่ผิดพลาด ไม่เสี่ยง ซึ่งพนักงานแต่ละคนสามารถทำงานจนสำเร็จโดยไม่เกิดปัญหาระหว่างปฏิบัติงาน

14. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding) ผู้ให้บริการจะต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไรและค้นหาสิ่งเหล่านั้นเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการ และการเข้าถึง คือ การหาสิ่งที่ตอบสนองเขาได้นับเป็นประสิทธิภาพ ของงานบริการและหากไม่สามารถทำได้นั้นแสดงว่าไม่มีประสิทธิภาพและไม่เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

### ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ (Service quality หรือ SERVQUAL)

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2546:440) กล่าวไว้ว่า เป็นปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการประกอบ ด้วย 5 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถที่จะดำเนินการให้บริการตามที่สัญญาไว้ อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำอย่างตรงไปตรงมา

2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างทันท่วงทีหากเกิดปัญหาหรือเหตุขัดข้องบางประการ

3. ความมั่นใจได้ (Assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้สึกลึกและมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

4. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และให้ ความสนใจผู้ที่ให้บริการมีต่อ ผู้ใช้บริการเป็นความรู้สึกที่สัมผัสได้จากการกระทำ ที่แสดงออกมา

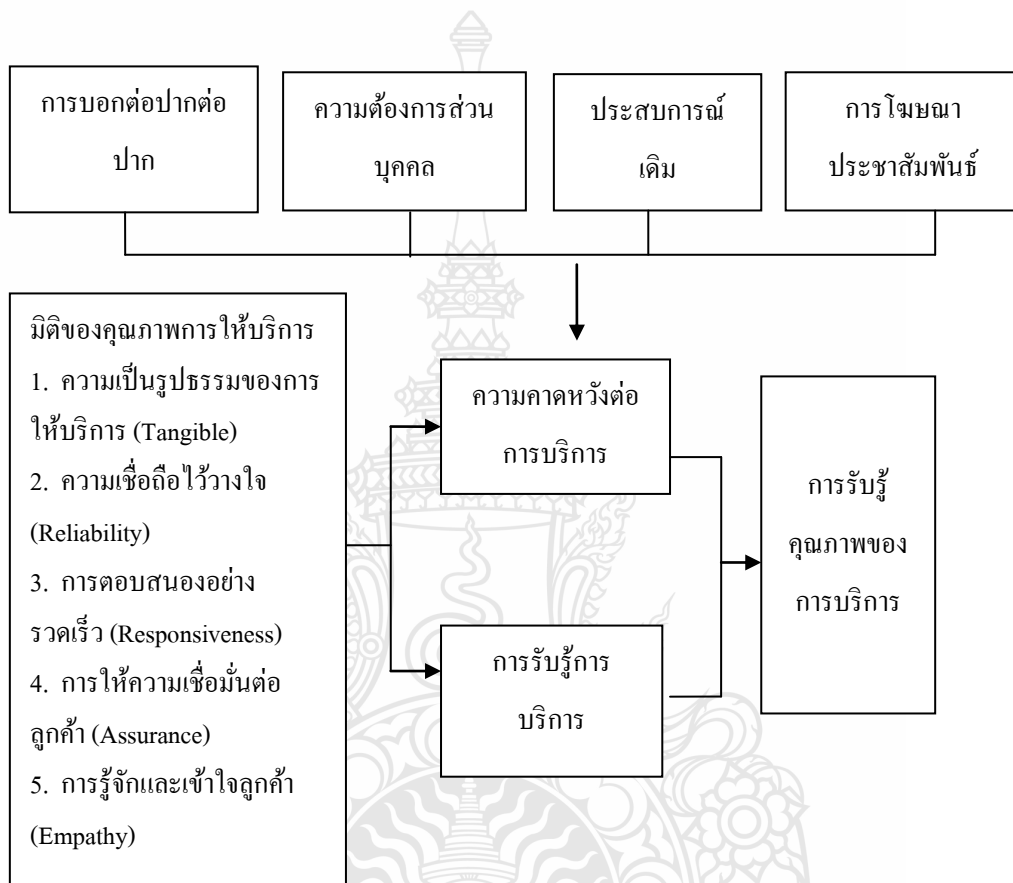
5. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคลซึ่งจะเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา

### เครื่องมือศึกษาคุณภาพการให้บริการ

ซี แลมป์ พาราชราแมนและคณะ , 1990 (อ้างในถึง ชัชวาล ทัดศิวัช ) เป็นตัวแบบที่ได้รับ ความนิยมเพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการในการพัฒนาและการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยได้ กำหนดไว้ 10 ด้าน เพื่อนำมาใช้วัดคุณภาพการให้บริการ โดยมีมาตรวัดความพึงพอใจของการ บริการ รวม 22 คำถาม ซึ่งลักษณะของคำถามแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวัดความ คาดหวังในบริการของหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังได้รับบริการ ซึ่งในการ แปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL คุณภาพการบริการ = คะแนนการรับรู้ผลการบริการ - คะแนนความคาดหวัง (Service Quality) (P : perceived Service Performance) (E : Expected Service Quality) หรือ Service Quality = P - E การรับรู้ผลการบริการมากกว่าคะแนนความคาดหวัง (P > E) แสดงว่า

คุณภาพบริการเป็นเลิศ การรับรู้ผลการบริการคะแนนน้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $P < E$ ) แสดงว่าคุณภาพบริการแย่มาก การรับรู้ผลการบริการคะแนนเท่ากับคะแนนความคาดหวัง ( $P = E$ ) แสดงว่าเป็นคุณภาพบริการที่เพียงพอแล้ว

**มิติของคุณภาพการให้บริการ (Perceived Service Quality)**



ภาพที่ 2.1 มิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการในทัศนะของพาราซูรามาน ซีแธมล์และเบอร์รี่ ที่มา : Parasuraman, Ziethaml and Berry, 1985

**องค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการ**

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540 :18) (อ้างในถึง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2546:441) องค์ประกอบความสำเร็จการให้บริการประกอบด้วย 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีนั้นจะต้องมีเป้าหมายยึดถือที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลัก ผู้ให้บริการนั้นจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายาม



กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพราะผู้ใช้บริการนั้นจะมีจุดมุ่งหมายในการรับบริการและคาดหวังเพื่อให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) ผู้ให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาดูถึงการรับรู้และการเรียนรู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการพื้นฐานและความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ประสิทธิภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ รูปแบบและภายในเวลาที่ต้องการจึงจะถือเป็นความพร้อมที่สมบูรณ์

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) การให้บริการนั้นจะต้องอย่างตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบหรือทำให้ลูกค้านั้นชอบและพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ และเป็นการให้บริการที่คุ้มค่าคือการให้บริการที่แตกต่างทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจกับคุณค่าการบริการที่ได้รับ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ (Interest) การให้ความสนใจต่อลูกค้าทุกระดับก็ได้รับการบริการที่ดีอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกันทุกหน่วยงาน

6. ความสุภาพในการให้บริการ (Courtesy) การต้อนรับและให้บริการลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ บรรยายการให้บริการเป็นมิตรเป็นกันเองซึ่งจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ (Efficiency) การให้บริการอย่างมีระบบมีขั้นตอนชัดเจนแสดงให้เห็นถึงการมีประสิทธิภาพการให้บริการซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของการให้บริการ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้และความคาดหวัง

### ความหมายของการรับรู้

พรจันทร์ โจนเจลา (2553) สรุปได้ว่า การรับรู้หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจและการได้สัมผัสซึ่งจะเป็นกระบวนการที่สมองจะได้รับสิ่งเร้า ารรอบตัวแล้วส่งผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า นำมาจัดระบบแล้วนำออกมาแปรความหมายเป็นความรู้และความเข้าใจและอาศัยประสบการณ์ในการที่ผ่านมามาแปรความหมาย

ฉัตรยาพร เสมอใจ, มัทนียา สมมิ (2546:47-54) การรับรู้ คือ กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกจัดการ และแปลความถึงสิ่งที่มากระทบกระทั่งกับผู้บริโภคเพื่อให้เขารับรู้หรือเห็นประโยชน์ที่

แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องสรรหาวิธีการหรือสร้างสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ให้ผู้บริโภคได้เปิดรับข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สรุปว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการของสมองโดยเริ่มต้นจาก การนำ ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าและนำเข้ามากระตุ้นจนทำให้เกิดการจัดระบบและนำออกจนเกิดเป็นการตอบสนอง ความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการแปลความหมายเพื่อให้ผู้บริโภคได้เปิดรับและรู้ข้อมูล

#### กระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค

ขั้นตอนของการรับรู้ผู้บริโภคเป็นแนวทางในการ สร้างวิธีการกระตุ้นหรือจูงใจเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นเกิดการรับรู้ สามารถแบ่งได้ 3 ขั้นตอน คือ

1. การถ่ายทอดความรู้สึก I (Elaborated) คือ การนำความรู้สึกที่ได้รับจากการกระตุ้นผ่านประสาทสัมผัสไปยังสมองและจิตใจ ทำให้เกิดความรู้สึกนั้นขึ้นมา

2. การจำแนกรายละเอียดของความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกภายในจิตใจ เป็นความรู้สึกจริงและประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ได้รับจริงนำมาจำแนกรายละเอียด

3. ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้ (Comprehension) คือ เป็นการประมวลถึงความรู้สึก ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้

#### ความคาดหวังจากงานบริการ

Vroom (1986) (อรณี จันทร์สุข, 2553) ความคาดหวังตามทฤษฎี (V.I.E Theory) กล่าวว่า เป็นการกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลแล้วคาดหวังว่าจะได้รับความสำเร็จเป็นสิ่งตอบแทนและเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรม องค์ประกอบของความคาดหวัง ประกอบด้วย

1. V = Valence หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ โดยเกิดจากระดับของความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับผลลัพธ์นั้น

2. I = Instrumentality หมายถึง เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความพอใจแล้วนำไปสู่เป้าหมายนั้นได้

3. E = Expectancy หมายถึง ความคาดหวังของบุคคลมาประกอบด้วย ความต้องการพื้นฐานในเรื่องของปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต

สรุปได้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าต่อค่าบริการที่ได้รับมีอิทธิพลจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาทั้งที่มีประสบการณ์หรือ ไม่มีประสบการณ์ก็ได้ ซึ่งลูกค้าอาจมีการเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการจากความคาดหวังของบุคคลซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้เป็นความรู้สึก ความเชื่อหรือการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าซึ่งสิ่งเหล่านั้นอาจจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่จริงก็ได้อาจจะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเอาไว้

จิตตรา วันชัย (2550) ความคาดหวังจากการได้รับบริการของลูกค้าหลังจากตัดสินใจใช้บริการสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) เป็นการสร้างความพึงพอใจ ความรู้สึกภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าของการบริการที่ได้รับ และสร้างความรู้สึกระทับใจให้ลูกค้าได้และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2. ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) การให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน และมีมาตรฐาน คุณภาพระดับมืออาชีพทุกขั้นตอนกระบวนการทำงาน ลดความผิดพลาด

3. การดูแลเอาใจใส่ (Car Take care) คือ การดูแลเอาใจใส่การให้บริการอย่างไม่ละทิ้ง ตั้งแต่งานเริ่มจนจนกระทั่งสำเร็จสิ้นสุดทุกขั้นตอนและการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

4. ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ในการช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจและเสมอภาคผู้ให้บริการต้องปฏิบัติกับลูกค้าอย่างมากลูกค้าจะรู้สึกถึงความประทับใจในการให้บริการมากขึ้นด้วย

5. ความซาบซึ้ง (Appreciation) เป็นการให้ความสำคัญ คัญในด้านคุณค่าแก่ลูกค้าที่เป็นผู้มีอุปการคุณของธุรกิจและบริการที่ปฏิบัติงานอย่างตั้งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

6. ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมในการที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งประกอบด้วย เครื่องใช้ เครื่องมือ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการทันทีที่ต้องการ ใช้บริการให้สะดวกและรวดเร็ว

7. มีคุณค่า (Value of Service) เป็นการสร้างคุณค่าของงานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ให้บริการ เป็นความภาคภูมิใจของผู้ให้บริการที่ได้รับการยกย่องและการยอมรับของคนในสังคมและประทับใจ

8. เปิดใจให้กว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) เป็นการเปิดใจให้กว้างเพื่อยอมรับและฟังคำแนะนำต่าง ๆ ความคิดเห็นของคณาจารย์เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ดีขึ้นและให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

9. ความปลอดภัย (Security) การใช้บริการของลูกค้าด้วยการให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงให้น้อยลงหากเกิดปัญหาสามารถแก้ไขได้

10. ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เป็นการดำเนินงานของธุรกิจการให้บริการที่ ต้อง ตื่นเต้นให้มีชีวิตชีวาและเป็นการตั้งใจทำงานให้รวดเร็วถูกต้องไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยที่ยาวนานเกินไป

11. การยอมรับนับถือ (Respect) ลูกค้ายเป็นบุคคลที่สำคัญยิ่ง ดังนั้น พนักงานจึงต้องให้เกียรติทั้งต่อหน้าและลับหลัง การได้รับการยกย่องนับถือจากลูกค้าคือสิ่งที่ดีสำหรับผู้ให้บริการ

12. ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการต้องมอบความจริงใจให้กับผู้ใช้บริการถ้าหากเกิดปัญหาขึ้นและคอยช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

13. ความประทับใจ (Impression) คือการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย พนักงานต้องมีประสบการณ์และมีความรู้มากโดยการฝึกอบรมจนสามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการ

14. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Initiative) ธุรกิจบริการจะมีการแข่งขันสูงขึ้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ

#### ตลาดรัฐบาลและตลาดสถาบัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2546:242) **ตลาดรัฐบาล (Government market)** เป็นตลาดสถาบันของรัฐที่ซื้อสินค้าหรือบริการ หรือเช่าผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการดำเนินงานของรัฐบาล ตลาดสถาบัน (Institutional market) ประกอบด้วย หน่วยงานราชการต่าง ๆ ซึ่งต้องจัดหาสินค้าและบริการเพื่อดำเนินงานของสถาบันและให้ผู้บริการมาติดต่อ คำถามที่ใช้ในการศึกษาตลาดรัฐบาลและตลาดสถาบัน ประกอบด้วย 6 คำถาม ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดรัฐบาล (สถาบัน) คือ หน่วยงานทุกหน่วยงานของรัฐที่ซื้อหรือเช่าผลิตภัณฑ์ใช้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนรัฐวิสาหกิจ ต่าง ๆ

2. หน่วยงานของรัฐบาล (สถาบัน) ซื้ออะไร คือ หน่วยงานรัฐบาลตลอดจนรัฐวิสาหกิจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อใช้งานในด้านต่าง ๆ เช่น ความมั่นคงของประเทศ การศึกษา เป็นต้น

3. หน่วยงานรัฐบาล (สถาบัน) ซื้อ ปัจจัยใช้ในการพิจารณาถึงเวลาและผู้มีอิทธิพลในการซื้อ หน่วยงานรัฐบาลมีระเบียบว่าด้วยการพัสดุมีขั้นตอนมากมาย ต้องใช้เวลาและกระบวนการซื้อ

4. ใครมีส่วนร่วมในกระบวนการซื้อ หน่วยงานของรัฐบาลประกอบด้วย กระทรวง ทบวง กรม กอง แผนก ในหน่วยงานรัฐบาลจะมีแผนกพัสดุหรือกองพัสดุ ซึ่งทำหน้าที่ในการจัดหาพัสดุของหน่วยงาน ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดซื้อ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่พัสดุโดยตรง ข้าราชการฝ่ายอื่น ๆ ที่ร่วมทำหน้าที่ และหัวหน้าส่วนราชการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้อนุมัติการซื้อ

5. หน่วยงานรัฐบาล (สถาบัน) ต้องการ การซื้อยึดถือตามวัตถุประสงค์โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด

6. หน่วยงานของรัฐบาล (สถาบัน) ซื่ออย่างไร การซื้อของรัฐบาลมีกระบวนการที่ซับซ้อน รัฐบาลเป็นผู้กำหนดระเบียบปฏิบัติว่าด้วยการจัดหาผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดผู้บริโภค (Consumer market) และตลาดองค์กร (Organizational market)

คำถามที่ใช้	ตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมการณ์ซื้อ	ตลาดองค์กรและพฤติกรรมการณ์ซื้อ
1. ใครอยู่ในตลาด (Who is in the market?)	1. ผู้บริโภค และลักษณะของตลาด ดังนี้ 1.1 มีจำนวนมากรายและมีแนวโน้มจะอยู่กระจัดกระจาย 1.2 มูลค่าการซื้อแต่ละครั้งของผู้บริโภคต่ำ 1.3 ความต้องการซื้อแต่ละครั้งของผู้บริโภคขึ้นกับตัวผู้บริโภคและปัจจัยที่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 1.4 ผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลหรือจิตวิทยา 1.5 ความยืดหยุ่นน้อยหรือมากขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภค ลักษณะผลิตภัณฑ์และลักษณะการแข่งขัน	1. องค์กร [ตลาดธุรกิจ(ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมผู้ขายต่อที่มุ่งหวังกำไร) สถาบันและรัฐบาล] โดยมีลักษณะดังนี้ 1.1 มีจำนวนน้อยรายและมีแนวโน้มจะรวมกลุ่มกัน 1.2 มูลค่าการซื้อแต่ละครั้งขององค์กรสูง 1.3 ความต้องการซื้อขององค์กรที่เป็นตลาดธุรกิจ (ผู้ประกอบการหรือผู้ขายต่อ) ขึ้นกับความ ต้องการซื้อของลูกค้า (ผู้บริโภคและคนกลาง) ที่มีต่อสินค้าที่เขาผลิตหรือขายอยู่ 1.4 ผู้ซื้อในตลาดองค์กรเป็นระดับมืออาชีพซื้อด้วยเหตุผล (เช่น มุ่งกำไร) มีความชำนาญและประสบการณ์การซื้อ 1.5 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีความยืดหยุ่นน้อย เนื่องจากสินค้าที่องค์กรซื้อเป็นสินค้ามีความจำเป็นต้องซื้อแม้ว่าราคาจะเปลี่ยนแปลงแต่ปริมาณความต้องการจะเปลี่ยนแปลงน้อย

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถามที่ใช้	ตลาดผู้บริโภคและ พฤติกรรมการซื้อ	ตลาดองค์กรและ พฤติกรรมการซื้อ
	2.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อ (Shopping goods)	อะไหล่ (Manufactured materials and parts) เครื่องจักรกลและถาวรวัตถุ
	2.3 สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty goods)	(Installation) เครื่องมือประกอบ
	2.4 สินค้าไม่แสวงซื้อ Unsought goods	(Accessory equipment) วัสดุสิ้นเปลือง (supplies) และบริการ (Services)
		2.2 ตลาดคนกลางหรือผู้ขายต่อจะซื้อ ทั้งสินค้าบริโภคและสินค้า อุตสาหกรรม
		2.3 ตลาดรัฐบาลมีลักษณะการซื้อ เหมือนตลาดอุตสาหกรรม
3. ทำไมตลาดจึงซื้อ สินค้า (Why does the market buy?)	3. เหตุจูงใจในการซื้อสินค้าและ โมเดลพฤติกรรมการซื้อของ ผู้บริโภค ของผู้บริโภค กล่าวคือซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการ โดยมีเหตุ จูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลและจิตวิทยา	3. ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และผู้ขายซื้อ สินค้าโดยมุ่งหวังกำไรและขึ้นกับ ความ ต้องการซื้อของลูกค้า (ผู้บริโภคและ คน กลาง) ที่มีต่อสินค้าที่เขาผลิตและขาย เป็นการตัดสินใจซื้อโดยใช้หลัก เหตุผล
4. ใครมีส่วนร่วม ในการซื้อ (Who participates in the buying?)	4. บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง กับการตัดสินใจซื้อ มีดังนี้ 4.1 ผู้ริเริ่ม (Initiator) 4.2 ผู้มีอิทธิพล (Influencer) 4.3 ผู้ตัดสินใจ (Decider) 4.4 ผู้ซื้อ (buyer)	4. บทบาทของบุคคลในองค์กรที่เกี่ยวข้อง กับการตัดสินใจซื้อ มีดังนี้ 4.1 ผู้ริเริ่ม (Initiators) 4.2 ผู้ใช้ (Users) 4.3 ผู้มีอิทธิพล (Influencer) 4.4 ผู้ตัดสินใจ (Decider)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถามที่ใช้	ตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค	ตลาดองค์กรและพฤติกรรมองค์กร
	4.5 ผู้ใช้ (User)	4.5 ผู้อนุมัติ (Approvers) 4.6 ผู้ซื้อ (buyer) 4.7 ผู้ควบคุมดูแล หรือผู้ตรวจสอบ (Gatekeepers)
5. ปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ (What are the major influences on buyer?)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้ 5.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) 5.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social) 5.3 ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Personal) 5.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological)	5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์กรขององค์กร มีดังนี้ 5.1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental) 5.2 ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational) 5.3 ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal) 5.4 ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual)
6. ซื่ออย่างไร (How does market buy?)	มีดังนี้ 6.1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) 6.2 การค้นหาข้อมูล (Information search) 6.3 การประเมินผลพฤติกรรม (Evaluation of alternatives) 6.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)	6.1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) 6.2 การกำหนดรายละเอียดความต้องการผลิตภัณฑ์ (General need description) 6.3 การกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product specification) 6.4 การค้นหาผู้ขาย (Supplier search) 6.5 การพิจารณาข้อเสนอของผู้ขาย

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถามที่ใช้	ตลาดผู้บริโภคและ พฤติกรรมการซื้อ	ตลาดองค์กรและ พฤติกรรมการซื้อ
	6.5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Postpurchase feeling)	(Personal solicitation) 6.6 การคัดเลือกผู้ขาย (Supplier selection) 6.7 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะของ คำสั่งซื้อ (Order routine specification) 6.8 การตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Performance review)

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประมูลอิเล็กทรอนิกส์

### ความหมายการประมูล

ศูนย์กลางความรู้แห่งชาติ (2553) (อ้างในถึง อภิรัชย์ กาญจนันฐาภิ , 2553) จากการศึกษาพบว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การจัดหาพัสดุซึ่ง จะเกิดจากความต้องการ ในจัดซื้อพัสดุในปริมาณมากตามคำสั่งซื้อ มูลค่าสูงจนสามารถจัดประมูลได้ ดังนั้นราคาสินค้าเกิดจากการนำเสนอราคาเพื่อการแข่งขันของผู้ขายตลอดจนได้ผู้ชนะ

กิติ กิติวัฒนะกุล (2547:78) กล่าวว่า เป็นการนำเสนอการขายหรือซื้อ สินค้าหรือบริการ ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (อาจมีมากกว่า 1 คน) เป็นการเข้ามาแข่งขันกันเสนอราคาในช่วงเวลาที่กำหนด

การประมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Auction : e - Auction) เป็นกระบวนการหนึ่งในการเสนอซื้อเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้เข้าร่วมประมูลมีมากกว่า 1 แข่งขันเสนอราคาในช่วงเวลาที่กำหนด

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548:78) การประมูล หมายถึง ผู้ซื้อประกาศให้ผู้ขายหลาย ๆ ราย ร่วมเสนอราคาตามเงื่อนไข ผู้ขายที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้รับการคัดเลือก ผู้ขายคาดหวังจากคู่แข่งในการตั้งราคาค่าบริการ โดยพิจารณาจากต้นทุนและกำไร การประมูลไม่ได้แข่งด้านราคาอย่างเดียวแต่จะแข่งด้านคุณภาพและการบริการควบคู่ด้วย

สรุปได้ว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการจัดหาพัสดุผ่านระบบการประมูลทางระบบ อิเล็กทรอนิกส์โดยการนำ เาเสนอสินค้าหรือบริการที่ เกิดมาจากความต้องการของ



หน่วยงานนั้น ๆ ที่มีมูลค่าสูงนำมาจัดการประมูลเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขาย เข้าร่วมการแข่งขันเสนอราคา ในช่วงเวลาที่กำหนด ผู้ที่เสนอราคาได้ ราคาต่ำที่สุดหรือสูงที่สุด ก็จะเป็นผู้ชนะการประมูลการแข่งขัน ไม่ได้จำเพาะราคาเพียงอย่างเดียวแต่จะแข่งขันเรื่องของคุณภาพและการบริการด้วย

### ประเภทของระบบ e - Auction

กรมบัญชีกลาง (2549) ระบบ e - Auction แบ่งประเภทเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 Reverse Auction เป็นระบบที่จะอำนวยความสะดวกในด้านการประมูลซื้อให้ได้ ในราคาต่ำสุด ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ขายหลายรายแข่งขันกัน เสนอสินค้าหรือบริการแก่ผู้ซื้อ โดยการประมูลจะมี 2 แบบ คือ

English Reverse Auction เป็นการนำเสนอการประมูลที่ผู้ซื้อจะทราบสถานะของการประมูลว่าเป็นผู้เสนอราคา แต่ละรายเสนอราคาเท่าไรและผู้เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาเท่าไร แต่ผู้เข้าประมูล จะทราบเฉพาะราคา ที่เสนอต่ำสุด โดยไม่ทราบว่าใครเป็นผู้เสนอราคา

Sealed Bid เป็นการประมูลที่ผู้ซื้อจะไม่ทราบสถานะของการประมูลและราคาต่ำสุดของผู้ยื่นประมูล การยื่นข้อเสนอราคาแบบ Sealed Bid แบ่งเป็น 2 แบบคือ แบบยื่นข้อเสนอได้เพียงครั้งเดียว และยื่นข้อเสนอได้หลายครั้งภายในระยะเวลา ที่กำหนด ส่วนราชการควรจัดประมูลซื้อแบบ English Reverse Auction เนื่องจากในการประมูลแบบอื่น ๆ จะมีรายละเอียดในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยกรมบัญชีกลางจะได้พิจารณากำหนดแนวทางปฏิบัติ สำหรับการประมูลแบบอื่นในโอกาสต่อไป

ส่วนที่ 2 Forward Auction เป็นระบบที่จะอำนวยความสะดวกในด้าน ของการประมูลขาย ซึ่ง จะ สามารถ นำมา ประยุกต์ใช้ ได้กับการจำหน่ายพัสดุที่หมดความจำ เช่น รถดับเพลิง รถ คอมพิวเตอร์ เป็นของหน่วยงาน ภาครัฐโดยวิธี การ ขายทอดตลาด ซึ่งเป็นการประมูลขายแบบผู้ชนะ คือ ผู้ที่เสนอราคาสูงสุด นั้น โดยให้ผู้ซื้อที่ชนะการประมูลจ่ายค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในอัตราเดียวกันกับการประมูลแบบ English Reverse Auction

### แนวทางปฏิบัติในการดำเนินการจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)

กรมบัญชีกลาง (2549) ในการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์จะมีแนวทางปฏิบัติในการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการวางแผนจัดหาพัสดุ
2. การคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
3. การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
4. อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ e - Auction

- 4.1 การจัดเตรียมเอกสารเพื่อดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
- 4.2 การประกาศเชิญชวนผู้เข้าร่วมการประมูลผ่านเว็บไซต์
- 4.3 การคัดเลือกผู้ค้าที่ผ่านข้อเสนอทางเทคนิค
- 4.4 การกำหนดเงื่อนไขในการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)
- 4.5 การดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
- 4.6 การประกาศผลผู้ชนะการประมูล

## 5. การทำสัญญาจัดซื้อ / จัดจ้าง

### 6. การตรวจรับพัสดุ / ตรวจการจ้าง

#### 1. การเตรียมการวางแผนจัดหาพัสดุ (Enterprise Resource Planning)

1.1 การเตรียมการวางแผน ในการ จัดหาพัสดุเจ้าหน้าที่พัสดุนั้น รวบรวมความต้องการที่จะใช้พัสดุที่มีประเภทและลักษณะหรือประเภทเดียวกัน ไว้ด้วยกันซึ่งอาจจะรวบรวมความต้องการหรือจัดหาพัสดุของหน่วยงานในกระทรวงเดียวกันหรือหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่อยู่ในกรมเดียวกัน หรือหน่วยงานส่วนภูมิภาคในจังหวัดเดียวกัน เพื่อจัดประมูลรวมกันได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าและบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน

1.2 การรวบรวมพัสดุต้องคำนึงถึงประเภท ของพัสดุ และการบริการหลังการขาย การบำรุงดูแลรักษา การประเมินผลดี - ผลเสียในภาพรวมเรื่องของการแยก หรือรวมกันจัดประมูล ควรจะพิจารณาด้วยว่าหากในส่วนของภูมิภาคมีความจำเป็นต้องซ่อมบำรุงอาจจะไม่สามารถได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว เพราะผู้ค้าไม่มีสาขาในการให้บริการในภูมิภาคนั้น ๆ

1.3 การจัดหาพัสดุเพื่อมาดำเนินการประมูลไม่ควรมีความซับซ้อน สามารถ พิจารณาจากข้อเสนอทางด้านราคาเป็นหลัก

1.4 เจ้าหน้าที่ จะจัดทำรายงานเพื่อขอความเห็นชอบจากหัวหน้าส่วนราชการในการดำเนินการจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) โดยจะต้องระบุถึงเหตุผล และความจำเป็น วงเงินงบประมาณ และรายละเอียดของการจัด หาพัสดุที่ต้องการซื้อหรือจ้าง รวมทั้ง ข้อมูลการ ใช้งานและผลการจัด หาพัสดุดังกล่าวในครั้งที่ผ่านมา ราคามาตรฐานหรือราคากลางของทางราชการ หรือราคาที่เคยซื้อหรือจ้างครั้งหลังสุดภายในระยะเวลา 2 ปีงบประมาณ พร้อมราคาท้องตลาดที่สืบทราบกันได้ การกำหนดเวลาที่ต้องการใช้หรือให้งานแล้วเสร็จ และเสนอแต่งตั้งคณะกรรมการจัดหาโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (คณะกรรมการ e - Auction)

2. การคัดเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Market Place Service Provider) จากทะเบียนรายชื่อผู้ให้บริการฯ ที่จัดทำโดยคณะกรรมการคัดเลือกฯ ซึ่งจะทำหน้าที่ในการจัดประมูลฯ หัวหน้าส่วนราชการ โคนจะพิจารณาเลือกผู้ให้บริการตลาดกลางฯ จากทะเบียนรายชื่อของผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และการแต่งตั้งเป็นผู้จัดการประมูลฯ ให้ส่วนราชการ ทั้งนี้หากจำเป็น ส่วนราชการสามารถแต่งตั้งผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ได้มากกว่า 1 แห่ง ผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 1. บริษัท บีสไดเมนชั่น จำกัด                         | โทร. 0-2298-0345    |
| 2. บริษัท ดาด้าแมท จำกัด (มหาชน)                     | โทร. 0-2310-5211    |
| 3. บริษัท ฟรีอินเตอร์เน็ต จำกัด                      | โทร. 0-2665-9111    |
| 4. บริษัท ป๊อปปเนทเวอร์ค จำกัด                       | โทร. 0-2630-1700    |
| 5. บริษัท ซอฟแวร์ลิงค์ จำกัด                         | โทร. 0-2612-3517-21 |
| 6. บริษัท อินเทลลิเจนท์โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด | โทร. 0-2831-7299    |
| 7. บริษัท นิวตรอนการประมูล จำกัด                     | โทร. 0-2635-5200-4  |
| 8. บริษัท พันชนวนิช จำกัด                            | โทร. 0-2654-1499    |
| 9. บริษัท บีสซิเนสคอมเมอร์เชียลเน็ตเวิร์ค จำกัด      | โทร. 0-2751-5555    |
| 10. บริษัท ไอซีเอ็นซิสเต็ม จำกัด                     | โทร. 0-2944-6860-3  |
| 11. บริษัท สวณกุลหาบเซอร์วิซ จำกัด                   |                     |
| 12. บริษัท กสทโทรคมนาคมจำกัดมหาชน                    | โทร. 02-104-1349    |

3. ในการ แต่งตั้งคณะกรรมการ ในการดำเนินงาน การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (คณะกรรมการ e - Auction) ในการจัดหาพัสดุ โดยหารประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ส่วนราชการ นั้นแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาคณะหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมการจัดหาโดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (คณะกรรมการ e - Auction) โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

3.1 องค์ประกอบของคณะกรรมการ e - Auction องค์ประกอบของคณะกรรมการ นั้นก็จะประกอบด้วย ประธานกรรมการ 1 คน ซึ่งโดยปกติให้แต่งตั้งจากข้าราชการตั้งแต่ระดับ 6 หรือเทียบเท่าขึ้นไป กรรมการอย่างน้อย 2 คน โดยปกติแต่งตั้งจากข้าราชการตั้งแต่ระดับ 3 หรือเทียบเท่าขึ้นไป กรรมการและเลขานุการ 1 คน โดยแต่งตั้งจากเจ้าหน้าที่พัสดุของส่วนราชการผู้จัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในกรณีที่ประธานกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ให้หัวหน้าส่วนราชการ ซึ่งจะแต่งตั้งข้าราชการที่มีคุณสมบัติดังกล่าว วข้างต้น ทำหน้าที่ เป็นประธานกรรมการแทน โดยถือปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมข้อ 35 -

36 โดยอนุโลม คือ ในกรณีที่เมื่อถึงเวลาประชุมประธานกรรมการไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้นั้นให้กรรมการที่มาประชุม สามารถเลือกคณะกรรมการคนหนึ่งทำหน้าที่ประธานกรรมการแทนเท่าที่จำเป็นแล้วรายงานต่อประธานกรรมการที่หัวหน้าส่วนราชการแต่งตั้ง เพื่อดำเนินการต่อไป

ทั้งนี้ ในการประชุมปรึกษา คณะกรรมการ e - Auction จะต้องมีการมาพร้อมกันไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด ซึ่งให้ประธานกรรมการและกรรมการแต่ละคนมีเสียงหนึ่งในการลงมติ โดยมติของคณะกรรมการให้ถือเสียงข้างมาก ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันประธานกรรมการออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

#### 4. อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ e - Auction

คณะกรรมการ e - Auction มีหน้าที่ดังนี้

- 4.1 การจัดเตรียมเอกสารเพื่อดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
- 4.2 การประกาศเชิญชวนผู้ค้าเข้าร่วมการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
- 4.3 การคัดเลือกผู้ค้าที่ผ่านข้อเสนอด้านเทคนิค
- 4.4 การกำหนดเงื่อนไขในการจัดประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)
- 4.5 การดำเนินการประมูล
- 4.6 การประกาศผลผู้ชนะการประมูล

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การจัดเตรียมเอกสารเพื่อดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ปริมาณและวงเงินที่จะทำ e - Auction

4.1.1 ตรวจสอบหาราคาตลาดของพัสดุเพื่อใช้เป็นราคาอ้างอิงในการประมูล  
4.1.2 ส่งรายการพัสดุที่ต้องการจัดหา ให้ตลาดกลางพร้อมกำหนด วัน เวลา  
ประมูล

4.1.3 ทำความตกลงกับตลาดกลางฯ ในการจัดเตรียมสถานที่จัดการประมูล Auction center ว่าจะเป็น ณ ที่ทำการของผู้ให้บริการตลาดกลางหรือ ณ สถานที่ของที่ทำการของส่วนราชการ (ทั้งนี้ จะต้องมีอุปกรณ์ ต่าง ๆ ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้)

4.1.4 ให้ผู้ให้บริการตลาดกลางจะต้องยื่นยันการจัดการประมูลเป็นลายลักษณ์อักษร

4.1.5 จัดเตรียมเอกสารเพื่อดำเนินการ e - Auction เช่น การเตรียมเอกสาร เพื่อยื่นยันการประมูล เอกสารยื่นยันเงื่อนไขที่ใช้ในการติดตั้งระบบประมูลเอกสารสรุปราคา เป็นต้น

- 4.1.6 ประกาศเชิญชวนผู้ค้าเข้าร่วม e - Auction ทาง Website
- 4.1.7 รวบรวมและคัดเลือกผู้ค้าที่ส่งข้อเสนอมาโดยพิจารณาในเรื่อง เทคนิค
- 4.1.8 ในการคัดเลือกผู้ค้าที่ส่งข้อเสนอมาทางด้านเทคนิคมาให้หน่วยงานใช้  
ในการคัดเลือกต้องมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 3 ราย / 2 ราย / 1 ราย
- 4.1.9 ประกาศรายชื่อผู้ค้าที่ผ่านข้อเสนอเทคนิค
- 4.1.10 ติดตามการประมูลในวันประมูลพัสดุด้วยระบบ e - Auction พร้อมกับ  
ส่งผู้แทนเข้าร่วมสังเกตการณ์ ณ ที่ทำการของผู้ให้บริการตลาดกลาง ฯ หรือศูนย์กลางการประมูล  
(Auction Center) จนสิ้นสุดการประมูล
- 4.1.11 การสรุปผลการประมูลต้องเสนอผู้ว่าราชการจังหวัด และรายงานผลให้  
คลังจังหวัด (ในกรณีส่วนภูมิภาค)
- 4.1.12 ประกาศผลการประมูล และประกาศผลในเว็บไซต์
- 4.1.13 การตรวจสอบความถูกต้องของการทำงานของ ผู้ให้บริการ ตลาดกลางฯ  
ก่อนจ่ายเงิน
- 4.2 การประกาศเชิญชวนผู้ค้าร่วมการประมูลผ่านเว็บไซต์
- 4.2.1 คณะกรรมการ e - Auction จัดทำประกาศเชิญชวนผู้ค้า
- ผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงานนั้น
  - ผ่านทางเว็บไซต์ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ของกระทรวงการคลัง
  - ประกาศ ณ ที่ทำการของหน่วยงานนั้น โดยมีระยะเวลาประกาศไม่น้อยกว่า 7 วันทำการและระยะเวลาคำนวณราคาของผู้ค้าภายหลัง วันปิดการให้ / ขาย ไม่น้อยกว่า 5 วันทำการ
  - ต้องดำเนินการให้หรือขายเอกสารการประมูลฯตั้งแต่วันที่เริ่ม
- ประกาศเชิญชวน
- 4.3 การคัดเลือกผู้ค้าที่ผ่านข้อเสนอทางเทคนิค
- 4.3.1 คณะกรรมการ e - Auction สามารถเชิญชวนผู้ค้าผ่านทางสื่ออื่น ๆ ได้  
ผู้ให้บริการตลาดกลางสามารถช่วยส่งข้อมูลประกาศเพิ่มเติมได้
- 4.3.2 ผู้ค้าส่งเอกสาร ในการประมูลทางเทคนิคให้กับหน่วยงานตามวัน เวลา  
และสถานที่ที่กำหนดไว้ในประกาศเชิญชวน
- 4.3.3 ตรวจสอบคุณสมบัติและเอกสารต่าง ๆ ของผู้ค้าก่อน เพื่อดำเนินการ  
คัดเลือกผู้ค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมการประมูล e - Auction

4.3.4 การประกาศรายชื่อผู้ค้าที่สามารถผ่านมาตรฐานทางเทคนิค ณ ที่ทำการ  
ของหน่วยงานและผ่านเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง

4.4 การกำหนดเงื่อนไขในการจัด การ ประมูลนั้นด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์  
(e - Auction)

4.4.1 การจัดประชุมผู้ค้าที่ผ่านข้อเสนอทางเทคนิคแล้วนั้นต้อง กำหนด  
รายละเอียดวิธีการ ค่าใช้จ่ายและเงื่อนไขต่าง ๆ

4.4.2 กำหนดวงเงินเริ่มต้นในการประมูลโดยใช้วงเงินงบประมาณที่ได้รับใน  
การจัดหาพัสดุนั้น ๆ หรือราคากลางต่อหน่วยสินค้า

4.4.3 ระยะเวลาในการประมูล

4.4.4 การต่อระยะเวลาประมูล

4.4.5 กำหนดวิธีการประมูล ในรูปแบบ Sealed Bid Auction และ Reverse  
Auction

4.4.6 กำหนดเงื่อนไขของการประมูลตามแต่ละวิธีการประมูล

4.4.7 จัดประชุมผู้ค้าทุกราย เพื่อ ที่จะชี้แจงข้อกำหนดและรายละเอียดอื่น ๆ  
วิธีการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเงื่อนไข

4.4.8 หน่วยงานและผู้ให้บริการตลาดกลางฯ จะต้องจัดฝึกอบรมผู้ค้าที่ผ่าน  
ข้อเสนอทางเทคนิค เกี่ยวกับการจัดหา e - Auction จนสามารถที่จะเข้าร่วมดำเนินการได้โดยการสาธิต  
การประมูล

4.4.9 ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ ให้ User ID และ Password แก่ผู้ค้าที่ผ่าน  
คุณสมบัติ

4.5 การดำเนินการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น

4.5.1 ผู้ให้บริการตลาดกลางฯ จะ ต้องดำเนินการในการจัดประมูลตาม  
มาตรฐานที่กรมบัญชีกลางกำหนด (Auction center)

4.5.2 การติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ On - line เพื่อมาให้คณะกรรมการ e - Auction  
เพื่อติดตามผล ณ หน่วยงาน / จังหวัด ตลอดระยะเวลาการประมูลและต้องเป็นระบบ Real time

4.5.3 คณะกรรมการ e - Auction อย่างน้อย 1 คน เข้าร่วมสังเกตการณ์ตั้งแต่  
เริ่มต้นจนสิ้นสุดการประมูล

4.5.4 ในระหว่างการประมูล นั้น ผู้ร่วมสังเกตการณ์ ห้ามออกจากห้อง  
คณะกรรมการ e - Auction และต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ร่วมประมูล

4.5.5 ผู้ที่อยู่ในห้องกรรม การฯ จะต้องปิดเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือยกเว้นโทรศัพท์พื้นฐานที่ใช้ติดต่อกับที่ทำการตลาดกลาง / ศูนย์การประมูล Auction center และควรมีการอัปเดตการสนทนา

4.5.6 หากช่วงระยะเวลา ในการประมูลมีความผิดปกติให้คณะกรรมการ e - Auction ยกเลิกการประมูลก่อนแล้ว ค่อยจัดการประมูลใหม่ด้วย ตามเงื่อนไขเดิม และสามารถ สงวนสิทธิ์ห้ามผู้ค้าที่เป็นเหตุเข้าร่วมประมูลใหม่ได้ และจะต้องจัดทำบันทึกรายงานเหตุผลไว้เป็น หลักฐาน

4.5.7 กรณีการจัดประมูลใหม่อีกครั้งสามารถจัดทำต่อได้ทันที หรือ นัดหมาย วันเวลาใหม่ได้ตามความเหมาะสม

#### 4.6 การประกาศผลผู้ชนะการประมูล

4.6.1 คณะกรรมการ e - Auction จะสรุปผลการประมูลโดยให้นำเสนอ หัวหน้าส่วนราชการที่มีอำนาจสั่งซื้อสั่งจ้าง และทำการประกาศผลผู้ชนะการประมูล ณ ที่ทำการของ หน่วยงานและทางเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง

4.6.2 คณะกรรมการรายงานผลการประมูล e - Auction แก่กรมบัญชีกลาง (สมพ.)

4.6.3 การแจ้งผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ออกเอกสารเรียกเก็บอัตรา ค่าบริการจัดการประมูล โดยผู้ให้บริการตลาดกลางฯ และจะต้อง นำส่งตัวเลขค่าธรรมเนียมให้แก่ คณะกรรมการทราบเพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่จะส่ง ใบเรียกเก็บเงิน

#### 5. การทำสัญญาจัดซื้อ / จัดจ้าง

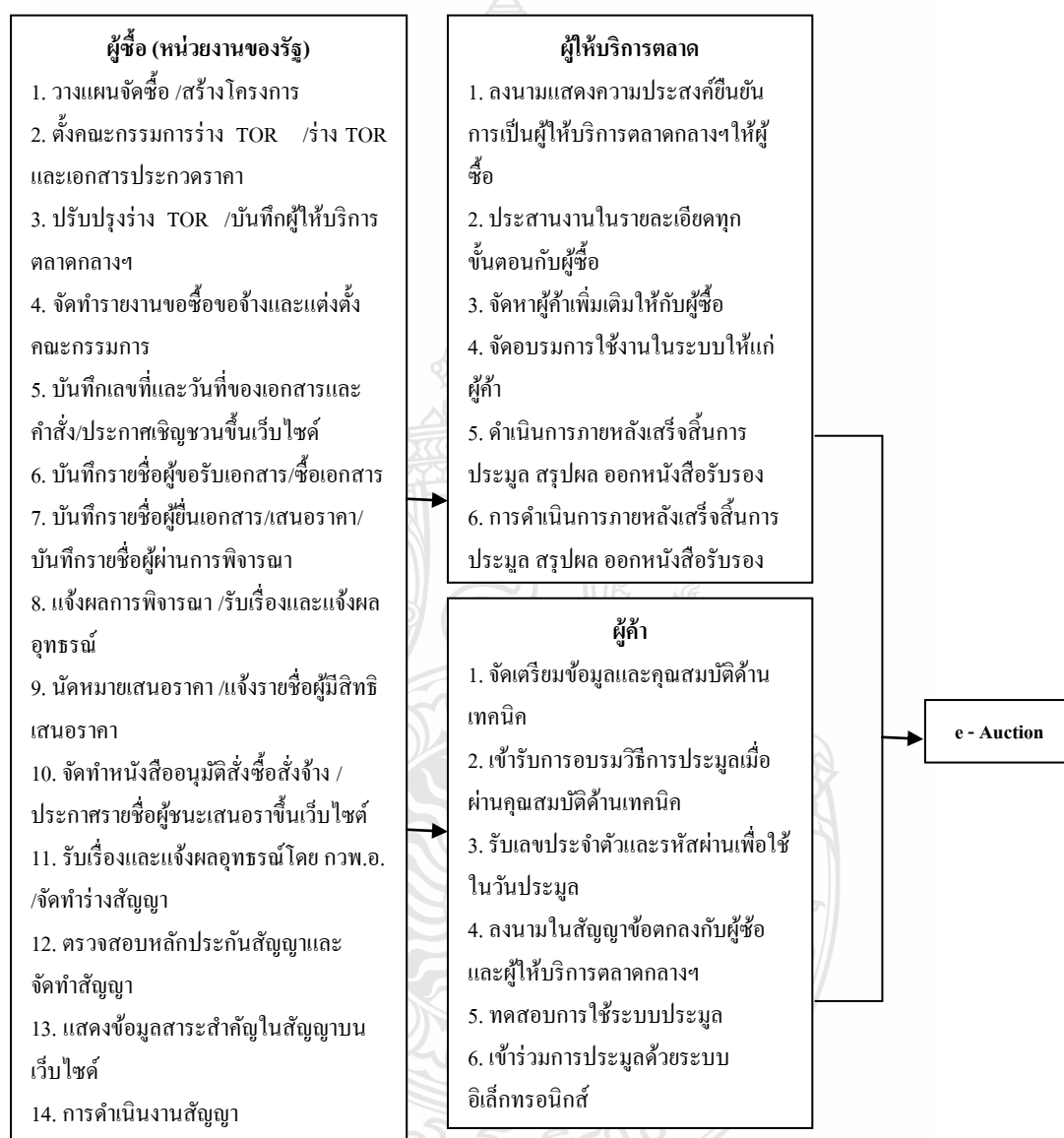
5.1 การดำเนินการทำสัญญาตามตัวอย่างที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ (กวพ.) กำหนดตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย การพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยให้ผู้ค้าที่ ชนะการประมูลทำสัญญากับหน่วยงานได้โดยตรง

6. การตรวจรับพัสดุ/ตรวจการจ้างตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุพ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

6.1 การกำหนดและการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จะต้องประกอบด้วย ประธานและกรรมการ 1 คน และกรรมการอย่างน้อย 2 คน โดยจะต้องแต่งตั้งจากข้าราชการระดับ 3 หรือเทียบเท่าขึ้นไป สำหรับการตรวจรับพัสดุ นั้นจะต้องตรวจรับ ณ ที่ทำการตรวจรับ ณ ที่ทำการ ของผู้จัดหาพัสดุ หรือสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ตามสัญญา

6.1 คณะกรรมการตรวจรับ นั้นจะต้องทำการตรวจรับโดยมีมติเป็นเอกฉันท์แล้ว  
รายงานให้หัวหน้าส่วนราชการ / ผู้ว่าราชการจังหวัด

### ขั้นตอนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง



ภาพที่ 2.1 แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

ที่มา : กรมบัญชีกลาง (2553) สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุภาครัฐ



## ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์กับการประมูลแบบเดิม

การประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์	การประมูลแบบเดิม
สามารถเสนอราคาได้โดยไม่จำกัดครั้ง	การเสนอราคาเสนอได้เพียงครั้งเดียว
สามารถเพิ่มความโปร่งใสมากขึ้น	ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลการแข่งขัน
สามารถประมูลได้จากทั่วโลก	ในการประมูลต้องเดินทางมาติดต่อกัน
มีวิธีการประมูลได้หลากหลายรูปแบบ	การประมูลมีรูปแบบเดียว
สามารถเพิ่มโอกาสให้พบผู้ขายรายใหม่	การจำกัดอยู่แค่ผู้ขายรายเดิม
สรุปผลการต่อรองราคาได้อย่างรวดเร็ว	ต้องประกาศราคาทั้งหมดแล้วค่อย เรียกเข้ามาต่อรอง

ที่มา : กรมบัญชีกลาง (2549)

### ประโยชน์ที่จะได้รับจากการเปิดตลาดประมูลสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1. ได้พบกับผู้ค้าในจำนวนมากที่จะมาแข่งขันเสนอราคาในการนำเสนอสินค้าหรือบริการ
2. การซื้อสินค้าได้สะดวก รวดเร็วและมีโอกาสที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาที่ประหยัด
3. การขายสินค้ามีโอกาสในการขายได้ในราคาที่ลูกค้าพอใจจะซื้อและผู้ขายเต็มใจที่จะขายและขายในปริมาณมาก
4. สามารถเปิดโอกาสให้ผู้ค้าที่มีศักยภาพทั้งรายเล็กรายใหญ่เข้ามาแข่งขันได้อย่างเสรี
5. ราคาและค่าใช้จ่ายในการเปิดตลาดจะต่ำกว่าการซื้อขายปกติ
6. ความสะดวกสบายในการ ที่จะเปิดตลาดมีอิสระ สามารถทำได้เร็วและเปิดได้บ่อย รั้งตามโอกาสที่ต้องการ
7. สามารถเผยแพร่ภาพพจน์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก และเสนอขายสินค้าหรือบริการได้ในวงกว้าง

### การเตรียมศูนย์กลางการประมูล (Auction center)

1. โทรศัพท์พื้นฐานสายตรงของพื้นที่ 3 หมายเลข
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง /ระบบปฏิบัติการ Microsoft Window XP Professional สามารถใช้ Microsoft Internet Explore version 6.0
3. ติดตั้งโมเด็มความเร็วอย่างน้อย 56 Kbps
4. การติดตั้ง Printer เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์/สามารถพิมพ์รายงานการประมูลได้
5. เครื่องโทรสารมีที่พิมพ์รายการและเวลารับโทรสารได้
6. เครื่องสำรองไฟฟ้าใช้สำหรับคอมพิวเตอร์และเครื่องโทรสาร

7. เครื่องฉายภาพดิจิทัลที่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ได้
8. เครื่องอัดเสียงทางโทรศัพท์ / เทปเปล่าที่พอกับเวลาประมูล

ตารางที่ 2.3 แสดงอัตราค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการตลาดกลางและอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการตลาดกลาง	อัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
ไม่เกิน 2 ล้านอัตราค่าบริการ 6,000 บาท	ระยะทางไม่เกิน 150 กม.= ไม่จ่าย
เกิน 2 - 10 ล้านอัตราค่าบริการ 0.4 % แต่ไม่เกิน 10,000 บาท	151 - 250 กม. อัตราค่าใช้จ่าย 2,500
เกิน 10 ล้าน - 25 ล้านอัตราค่าบริการ 0.15% แต่ไม่เกิน 20,000 บาท	251 - 500 กม. อัตราค่าใช้จ่าย 5,000
สูงกว่า 25 ล้านอัตราค่าบริการ 0.10% ไม่เกิน 30,000 บาท	เกิน 500 กม. อัตราค่าใช้จ่าย 10,000
หมายเหตุ	หมายเหตุ
1. ค่าใช้จ่ายในการให้บริการเสนอราคาจากผู้ ชนะราคา	1. ค่าใช้จ่ายเดินทางโดยเฉพาะเดินทางจริง
2. คัดจากวงเงินที่ทำสัญญา / ให้เจ้าหน้าที่ได้เมื่อ ประกาศผลผู้ชนะราคาให้ผู้ชนะราคาจ่ายภายใน ๓๐ วันนับจากรับใบแจ้งหนี้/หรือก่อนทำสัญญา	2. ห้ามคิดกรณีมีสาขาในจังหวัดที่ ให้บริการ
	3. ห้ามคิดนอกเหนือที่กำหนดหรือลดแจก แถมของสมาคมให้แก่ผู้เสนอราคา/หรือ หน่วยงานที่จัดหาพัสดุ
	4. กรณีไม่มีการทำสัญญา/ยกเลิกประกวด ราคาไม่คิดค่าใช้จ่าย
	5. หากเก็บไปแล้วให้คืนภายใน ๗ วันนับ จากรับแจ้งจากผู้ชนะราคา

ที่มา : กรมบัญชีกลาง (2553)

#### ปัญหาและข้อจำกัดของระบบ e - Auction ในการจัดซื้อจัดจ้าง

1. ประเด็นการตั้งราคา คำนับเริ่มต้นใน ช่วงการประมูล เป็นวงเงินที่ใช้ โดยในงบประมาณ  
สำหรับการจัดหาพัสดุหรือการจ้าง ข้อเท็จจริง ดังกล่าวปรากฏว่า ในการจัดซื้อจัดจ้างในงานก่อสร้าง

มีการกำหนดราคาสูงหรือต่ำเกินไป จะส่งผลให้หน่วยงานของรัฐ นั้น ไม่สามารถทำการจัดซื้อจัดจ้าง ได้จึงส่งผลทำให้เสียผลประโยชน์และสูญเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

2. กรณีประเด็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ (3 จังหวัด) สถานการณ์นั้น ไม่ปกติในการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e - Auction ย่อมมีอุปสรรคและไม่เป็นไปตามแผนงาน ดังนั้น ซึ่งกรมบัญชีกลางจะมอบอำนาจให้ผู้ว่าราชการของจังหวัดนั้น ๆ ใน 3 จังหวัด ใช้ดุลพินิจในการพิจารณาขเว้นหรือผ่อนผันการดำเนินการ e - Auction ตามโอกาสและตามความจำเป็นและรายงานผลให้กรมบัญชีกลางทราบ ข้อมูลและผลการในการดำเนินและการจัดทำเป็นรายงานและรายงาน เพื่อเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประจำไตรมาสหรือประจำปีงบประมาณ

3. ประเด็นกรณีมีความไม่พร้อม บางจังหวัด เช่น การใช้ระบบ ในการสื่อสาร หน่วยงานที่อยู่ในที่กันดาร สาธารณูปโภค ต่าง ๆ ไม่เอื้ออำนวยไม่สามารถดำเนินการ e - Auction ได้ เนื่องจากหน่วยงานแต่ละหน่วยงาน มักจะอ้างว่าเป็นระบบใหม่พนักงาน จะต้องทำความเข้าใจและไม่มีความรู้เกี่ยวกับการประมูล และมีเครื่องมือการสื่อสารมีจำกัด งบประมาณน้อย ไม่เหมาะกับการใช้ งานในระบบ e - Auction บางหน่วยงานมีขนาดเล็ก เกิน ไปจึง ไม่จำเป็นต้องจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์จำนวนมาก ไม่มีสถานที่เก็บพัสดุหาก จะซื้อในปริมาณจำนวนมากอาจ ก็จะทำให้เสื่อมสภาพได้ จึงใช้วิธีการ เปิดซองประมูลหรือวิธีอื่นแทนภายในท้องถิ่นนั้น ๆ แทน

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติพงษ์ ศรีมงคล (2551) จากบทคัดย่อเรื่อง การศึกษาการประเมินทัศนคติต่อการประมูลด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์สำหรับหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วามคิดเห็นต่อกระบวนการประมูลด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล ปัจจัยความพึงพอใจในที่ทำการศึกษาแบ่งได้เป็น 5 มุมมองหลักคือ ด้านคุณภาพของงาน ปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านกระบวนการประมูล และเกณฑ์ในการตรวจสอบผู้ประมูล งานวิจัย ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับจ้างและตัวแทนเจ้าของงาน ปัจจัยที่มีความพึงพอใจต่ำจากผู้ประเมิน โดยผู้รับจ้างและตัวแทนเจ้าของงาน จะนำมาพิจารณาศึกษาเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาระบบ

ผลการวิจัยพบว่า ความโปร่งใสของกระบวนการตรวจรับงาน เป็นปัญหาสำคัญ ด้านคุณภาพงาน ปัญหากลุ่มผู้มีอิทธิพล เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญ งานเปลี่ยนแปลงแบบไม่เป็นธรรม เป็นปัญหาสำคัญ สำหรับเกณฑ์ในการตรวจสอบผู้ประมูล ปัจจัยเหล่านี้จึงควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อการพัฒนาระบบการประมูลด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์

พรทิพย์ วรชราภรณ์ (2551) จากบทคัดย่อเรื่อง ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในการประมูลงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ ความเข้าใจของการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพ โดยศึกษาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตลาดกลางฯ จำนวน 16 คน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคของการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จากกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ พบว่ายังมีปัญหาในเรื่องระเบียบการประมูลที่ยังมีการใช้ระเบียบการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับหน่วยงานของภาครัฐอื่น ที่ยังคงใช้ระเบียบการประมูลฯ ที่แตกต่างกัน เช่น ระเบียบของปี พ.ศ. 2548 และปี พ.ศ. 2549 ปัญหาของส่วนราชการคือ เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการนำระบบ e - Auction มาใช้ ปัญหาของผู้ประกอบการก็คือ การที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถ้ามีการประมูลด้วยระบบ e - Auction ส่วนปัญหาของทางการตลาดกลางฯ คือการเก็บค่าบริการไม่ได้ สำหรับระเบียบฯ พ.ศ. 2548 และปัญหาเรื่องห้องประมูลไม่เพียงพอในการใช้ระเบียบฯ พ.ศ. 2549 2) ความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจขั้นตอนในการประมูลดีไม่ว่าจะเป็นการปิดและปลดประกาศจะดี อดดำเนินการตามระเบียบฯ และกฎหมายมาตรการการสมยอมราคาก็ยังมีการสมยอมราคากันอยู่เหมือนวิธีจัดซื้อจัดจ้างแบบเดิม ด้านผู้แทนประชาคมจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และควรให้คำตอบแทนกับตัวแทนประชาคมที่มาเป็นคณะกรรมการ 3) แนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพ พบว่าจะต้องมีการปรับปรุงเรื่องระเบียบฯ และกฎหมายให้เหมือนกัน ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับให้เหมือนกันทุกหน่วยงานเพื่อลดกฎระเบียบให้น้อยลงเพื่อสะดวก ในการปฏิบัติงาน และควรมีการประชาสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานให้เป็นแนวทางเดียวกัน

ปรีดา มนต์สิริเกียรติ (2550) จากบทคัดย่อเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ใช้บริการการประมูลจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในกลุ่มธุรกิจผู้ค้าโลหะภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ประกอบการในกลุ่มกิจการค้าโลหะภัณฑ์ที่เคยใช้บริการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำนวน 88 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มโรงงานผู้ผลิต กลุ่มตัวแทนจำหน่ายหรือ ร้านค้า และกลุ่ม ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบกิจการในลักษณะตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า และจดทะเบียนในลักษณะของบริษัทจำกัด ซึ่งเจ้าของสถานประกอบการ จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสรุปราคาในการ

ประมุขงานทุกครั้ง 2) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เชื่อว่า การประมูลจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถป้องกันการฮั้วประมูลได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากยังมีการเปิดช่องให้ผู้ประกอบการสมยอมราคาได้หลายวิธี 3) ผลจากการศึกษาถึงปัญหาของการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ประกอบการในกลุ่ม มธุรกิจผู้ค้าโลหะภัณฑ์ พบว่า การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น แต่ราคาสุดท้ายที่ชนะการประมูลงานกลับต่ำลง หลายครั้งผู้ประกอบการบางรายจำเป็นต้องทำงานที่ประมูลได้และยอมเสียค่าปรับให้กับเจ้าของหน่วยงาน ผู้เปิดการประมูล เพื่อทำการเปิดประมูลใหม่

อภิชาติ กาญจนรัชฎาธิ์ (2553) จากบทคัดย่อเรื่อง ความต้องการและปัญหาของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา บริษัท กสท . โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้ เพื่อศึกษา ปัจจัยลักษณะข้อมูลของผู้ค้าที่มีผลต่อการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะข้อมูลของธุรกิจที่มีผลต่อการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านความต้องการและด้านปัญหาของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ค้าที่เข้าร่วมประมูลโดยวิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 170 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ t-test และ F-test ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ค้าส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประมูล 10 ครั้งขึ้นไป ในการประมูลแต่ละครั้งจะใช้นักคนเข้าร่วมประมูล 2 คน เป็นธุรกิจขนาดกลางและเป็นของคนไทยทั้งหมด ดำเนินธุรกิจให้บริการกับลูกค้าทั่วไป มีความต้องการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐมาก และด้านปัญหาการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐมีน้อย

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ ปัจจัยลักษณะข้อมูลของผู้ค้าพบว่า ประสบการณ์ในการประมูล การชนะการประมูล บุคลากรเข้าร่วมการประมูลและตรวจสอบข้อมูล ต่างต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นด้านการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยลักษณะของธุรกิจพบว่า ขนาดของธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ สัดส่วนการลงทุนของธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ ต่างต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นด้านการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน และความต้องการของผู้ค้าจำแนกตามประเภทของลูกค้า ต่างต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นด้านการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ ต่างต่างกัน

วิศิษฐ์ อำนาจเจริญ (2550) จากบทคัดย่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก ตลาดกลางการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางด้านความรู้เกี่ยวกับการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการเลือกตลาดกลางการประมูลผ่านทาง (e - Auction) ของบริษัท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็น กลุ่มผู้ที่มีอำนาจในการเลือกตลาดกลางเพื่อ การประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้บริการ ของ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จำนวน 273 คน ใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ร้อย ละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้ t-test และ ANOVA

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในหัวข้อ ผู้เข้าประมูลทุกรายจะต้องลงทะเบียนก่อนเข้าร่วมการประมูล ส่วนการทดสอบทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า อายุ การศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกตลาดกลางการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ส่วนการทดสอบทางด้านความรู้พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการลงทะเบียน การตรวจสอบคุณสมบัติให้ตรวจสอบรายชื่อผู้ที่ได้รับอนุญาตให้เข้าประมูล การตั้งราคาเริ่มต้น และจำนวนครั้งของการเสนอราคาในการแข่งขัน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกตลาดกลางการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

สุดาวลัย ชันธุ์สูงเนิน (2549) จากบทคัดย่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจประมูลสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้จำนวนทั้งหมด 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้ One Way ANOVA และ สถิติสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สันโดยใช้ Pearson Correlation สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 26-33 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการประมูลผ้า นผลิตภัณฑ์ที่มีผล ความสำคัญระดับมาก ด้านความปลอดภัยมีผลให้มีความสำคัญระดับมาก ด้านความน่าเชื่อถือของ เว็บไซต์มีผลให้มีความสำคัญระดับมาก และด้านราคามีผลให้มีความสำคัญระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลอย่างละเอียดจะพบว่า ผู้ที่สนใจการประมูลส่วนใหญ่ให้ความสนใจและมีแนวโน้มที่จะยอมรับการประมูลสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยจะเน้นไปทางสินค้า กลุ่มยานยนต์ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ และสินค้าที่ได้รับความนิยม จะเป็นในส่วนของสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า และ เครื่องประดับ

จากตัวอย่างข้อมูลจะพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจประมูลสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดย ส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องของ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ราคาที่ถูกกว่า ห้างสรรพสินค้า ความสะดวกรวดเร็วในการประมูลและการได้รับสินค้า การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ส่วนสาเหตุที่ยังไม่แน่ใจใน การประมูลผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนของ วิธีการชำระเงินและความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต สินค้าที่ได้รับคุณภาพตรงกับที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ และ เว็บไซต์ที่เปิดการประมูลที่ประวัติและความสามารถในการควบคุมความผิดพลาดได้อย่างชัดเจน

รักนรินทร์ แสนราช (2549) จากบทคัดย่อเรื่อง การศึกษาแนวทาง ปัญหา และ ความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามที่ กระทรวงการคลัง ได้ประกาศให้หน่วยงานภาครัฐต้องมีการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นมา การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการ ศึกษาแนวทาง ปัญหาและความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วย ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามขนาดธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ ประชากรของการวิจัยเป็นผู้ บริหารหรือพนักงานของบริษัทผู้ค้าที่เป็นผู้ดูแลหรือทำการ ประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 182 คน เก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA และการ วิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ ผู้ค้าได้ข้อมูลการประมูลมาจากหน่วยงานภาครัฐ ในการเตรียมความพร้อม พบปัญหาด้านการศึกษากฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติในการประมูลมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการเตรียม ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ระบบน้อยกว่า 30,000 บาท ต้องมีการส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรม /สัมมนาเพิ่มเติม ทั้งในด้านการใช้โปรแกรม ด้านกฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประมูล โดยวิธี ประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในกรณีมีข้อสงสัยมักจะขอคำแนะนำจากผู้ให้บริการตลาดกลางโดย

การติดต่อทางโทรศัพท์ ใช้บุคลากรที่ดูแลเรื่องการประมูลจำนวน 1-3 คน มีเครื่องคอมพิวเตอร์สมรรถนะปานกลางเพื่อการใช้งานจำนวน 1-2 เครื่อง ใช้ซอฟต์แวร์ Internet Explorer ในการประมูล การเสนอขายสินค้าจะดูจากเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐเฉลี่ยวันละ 3 ครั้ง ตลาดกลางที่ใช้บริการมากที่สุด คือ บริษัท พันธพาณิชย์ จำกัด ขั้นตอนในการสมัครเป็นสมาชิกของตลาดกลางมีขั้นตอนไม่มากแต่ต้องใช้เวลานาน ที่ผ่านมาเคยชนะการประมูลน้อยกว่า 10 ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นการเข้าร่วมประมูลแบบเปิดราคา การประมูลแต่ละครั้งจะได้รับทราบผลภายใน 10 วัน ขอดขยายโดยเฉลี่ยจากการประมูลต่อปีมากกว่า 1,000,000 บาท ขึ้นไปและผู้ค้าเห็นว่าการจัดซื้อจัดจ้างโดยการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์นี้ยังไม่สามารถป้องกันการทุจริตโดยการฮั้วได้

ปัญหาและความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในด้านกฎ ระเบียบ และวิธีการปฏิบัติงาน มีปัญหาเรื่องการประกาศเชิญชวนผู้ค้า มีแหล่งกระจายข้อมูลน้อย ผู้ค้าจึงต้องการให้มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์รายเดือนประกาศความต้องการซื้อของภาครัฐ ในด้านผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาเรื่องผู้ ให้บริการไม่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้ ผู้ค้าจึงต้องการให้ผู้บริการตลาดกลางถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ค้าสามารถปฏิบัติงานได้จริง ในด้านบุคลากรมีปัญหาเรื่องบุคลากรมีปัญหาเรื่องบุคลากรไม่สามารถตัดสินใจ / แก้ปัญหาได้ ผู้ค้าจึงต้องการให้มีการตั้งเป้าหมาย (ราคา) ที่จะทำการประมูลไว้ก่อน ในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์มีปัญหาเรื่องความหลากหลาย และราคาสูง ผู้ค้าจึงต้องการให้ภาครัฐจัดหาเครื่องมือให้ในราคาพิเศษ และในด้านระบบงานการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์พบปัญหาเรื่องการยกเลิกการประมูลยังไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจน ผู้ค้าจึงต้องการให้มีข้อกำหนดสำหรับการยกเลิกที่เป็นลายลักษณ์อักษร

สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัญหาในการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ จำแนกตามขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน โดยธุรกิจขนาดเล็กมีปัญหาของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกัน 2 ด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกัน 12 ข้อ การวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิภา แสงศิริ (2552) จากบทคัดย่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบจองห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา สำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบจองห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ของ บุคลากรในสำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) วิเคราะห์



ระดับความพึงพอใจในการใช้งานระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรในสำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และนำเสนอแนวทางแก่ผู้บริหารได้พิจารณาวางแผนปรับปรุงองค์ประกอบการทำงานหรือส่งเสริมปัจจัยการทำงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาระบบและบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประชากรทั้งหมดใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปในสำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 4 สาขา รวม 23 ฝ่าย มีจำนวน 154 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวใช้การทำสอบ (One - Way ANOVA) กับประชากรทั้งหมดที่มากกว่า 2 กลุ่ม กรณีผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเปรียบเทียบด้วยสถิติ LSD

ผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปส่วนใหญ่อยู่ในสายงานอำนวยการ จำนวน 88 คน มีอายุการทำงาน (ประสบการณ์การทำงาน) 5-10 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการใช้งานระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์เป็นเวลานาน 6 เดือน - 1 ปี มีความถี่ในการใช้งานระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีกระบวนการใช้งานของระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการจองห้องประชุม

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้งานระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรในสำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีลำดับดังนี้ การใช้งานระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ด้านประสิทธิภาพการใช้งานของระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานของระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการฝึกอบรมการใช้งานของระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์และด้านทรัพยากรของระบบของห้องประชุมอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35, 4.24, 4.06 และ 3.89 ตามลำดับ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)” กรณีศึกษาบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ได้กำหนดรูปแบบของการทำวิจัย โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญดังนี้

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

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลัง และพนักงานองค์การเอกชน จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง จำนวน 800 คน

##### กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง/กองคลัง และพนักงานองค์การเอกชน ซึ่งเป็นประชากรแบบทราบ หน่วยงานและทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน (Finite population) โดยใช้หลักการคำนวณของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973:593) กำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด (800)

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} N &= \frac{800}{1+800(0.05)^2} \\ &= \frac{800}{3} \\ &= 266.66 \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 266 ตัวอย่าง และผู้วิจัยสำรอง 34 ตัวอย่าง รวมเป็น 300 ตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างง่ายแบบหลายขั้นตอน (Multistage random sampling) ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งตามพื้นที่ (Cluster of area Sampling) เพื่อกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง

**ขั้นตอนที่ 2** การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการเก็บข้อมูลแต่ละจังหวัด แบ่งสัดส่วนการสุ่มเก็บตัวอย่างพื้นที่ละ 100 คน

### ตารางที่ 3.1 แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

อันดับที่	พื้นที่การศึกษา	จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด
1.	จังหวัดกระบี่	100
2.	จังหวัดภูเก็ต	100
3.	จังหวัดตรัง	100
	<b>รวม</b>	<b>300</b>

**ขั้นตอนที่ 3** การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน ที่ใช้บริการบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการเก็บข้อมูลจากหน่วยงาน โดยตรง ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้ คือ การออกแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิด คำถามปลายเปิด และใช้คำถามแบบสเกล ความสำคัญ มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประมูล (e - Auction) คุณภาพการบริการ วิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
2. ร่างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ และครอบคลุมเนื้อหาที่จะตั้งคำถาม และนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แก้ไขปรับปรุง
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ทำการทดลองใช้ (Try - Out) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสอดคล้องในแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามสูตรของครอนบัค (Cronbach) โดยค่าความเชื่อถือที่คำนวณได้เท่ากับ 0.973
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไปทำการเก็บข้อมูลจากจริงจาก ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน ที่ใช้บริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามวัตถุประสงค์โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎีและหลักการในการศึกษา โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ประกอบด้วย

1. หน่วยงานที่ใช้บริการ e - Auction ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- |                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| 1. องค์กรบริหารส่วนจังหวัด | 2. เทศบาลตำบล     |
| 3. องค์กรบริหารส่วนตำบล    | 4. แขวงการทาง     |
| 5. สำนักงานประปา           | 6. ที่ว่าการอำเภอ |
| 7. หน่วยงานเอกชน           | 8. หน่วยงานของรัฐ |
| 9. อื่น ๆ                  |                   |

2. รูปแบบการประมูลของหน่วยงาน ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1. ประมูลแบบปิดราคา (Sealed Bid Auction) ทราบผู้เสนอราคาแต่ไม่ทราบราคาที่เสนอ

2. ประมูลแบบเปิดราคา (English Reverse Auction) ทราบราคาต่ำสุดแต่ไม่ทราบผู้เสนอราคา

3. ลักษณะการประมูลงานของหน่วยงาน ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1. e - Auction ซื้อ

2. e - Auction จ้างก่อสร้าง

3. e - Auction จ้างเหมาบริการ

4. e - Auction เช่า

4. ขอบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด ใช้ระดับการวัดประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

1. ไม่เกิน 2,000,000 บาท

2. 2,000,001 - 10,000,000 บาท

3. 10,000,001 - 25,000,000 บาท

4. สูงกว่า 25,000,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย

5. เพศ ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

1. ชาย

2. หญิง

6. อายุ ใช้ระดับการวัดประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

1. ต่ำกว่า 25 ปี

2. 26 - 35 ปี

3. 36 - 45 ปี

4. 46 ปีขึ้นไป

7. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Ordinal scale) ได้แก่

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. ปริญญาเอก

8. ตำแหน่งงาน ใช้ระดับการวัดประเภทนามบัญญัติ (Ordinal scale) ได้แก่

1. นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด

2. นายกเทศมนตรีตำบล

3. นายกองค้การบริหารส่วนตำบล

4. ปลัด

5. เลขานุการ

6. หัวหน้ากอง

7. พนักงานเอกชน

8. พนักงานของรัฐ

9. อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ของคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลฝ่ านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และความเห็นอกเห็นใจ เป็นคำถามปลายปิด (Closed End) ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Rating scale) แบ่งออกเป็น 7 ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 7 หมายถึง ความคาดหวังเห็นด้วยอย่างยิ่ง / การรับรู้เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนน 6 หมายถึง ความคาดหวังเห็นด้วย / การรับรู้เห็นด้วย

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความคาดหวังค่อนข้างเห็นด้วย / การรับรู้ค่อนข้างเห็นด้วย

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความคาดหวังไม่แน่ใจ / การรับรู้ไม่แน่ใจ

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความคาดหวังค่อนข้างไม่เห็นด้วย / การรับรู้ค่อนข้างไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความคาดหวังไม่เห็นด้วย / การรับรู้ไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความคาดหวังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง / การรับรู้ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การอภิปรายผลแบบสอบถามเป็นอันตรภาค (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ / คณะ, 2549 : 129) ใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลสูงสุด} - \text{ข้อมูลต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{7-1}{7} \\ &= 0.86 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.2 แสดงสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง	ระดับการรับรู้
6.18 - 7.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5.31 - 6.17	ค่อนข้างเห็นด้วย	ค่อนข้างเห็นด้วย
4.45 - 5.30	เห็นด้วย	เห็นด้วย
3.59 - 4.44	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
2.73 - 3.58	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
1.87 - 2.72	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.86	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### การคำนวณค่าคะแนนของเครื่องมือ SERVQUAL

การประเมินคุณภาพบริการโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL เพื่อหาความแตกต่างความคาดหวังในบริการและการวัดการรับรู้ภายหลังได้รับบริการ สามารถคำนวณได้ดังนี้

1. ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $P - E > 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพการบริการของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด อยู่ในเกณฑ์ดี และถ้าระดับคะแนนมากขึ้น แสดงว่า คุณภาพบริการจะดีขึ้นตามลำดับ
2. ถ้าคะแนนการรับรู้ น้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $P - E < 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพการบริการของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด อยู่ในเกณฑ์ ไม่ดี และถ้าระดับคะแนนมากผิดปกติมากขึ้น แสดงว่า คุณภาพบริการยิ่งลดลงตามลำดับ
3. ถ้าคะแนนการรับรู้ เท่ากับคะแนนความคาดหวัง ( $P - E = 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพการบริการของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด พอเพียงแล้ว เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

(Lee, Kim, Hemmington, and Yon, 2004 ; Zeithaml, and Berry, 1985 ; 1988 ; Yousapronpaiboon, 2002)

(อ้างอิง วรรชิต ยศพรบุลย์) แบ่งออกเป็น 7 ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 4.68 ถึง 7.00	หมายถึง ดีมาก
ระดับคะแนน 2.34 ถึง 4.67	หมายถึง ก่อนข้างดี
ระดับคะแนน 0.01 ถึง 2.33	หมายถึง ดี
ระดับคะแนน 0.00	หมายถึง เฉย ๆ
ระดับคะแนน -0.01 ถึง -2.33	หมายถึง ไม่ดี
ระดับคะแนน -2.34 ถึง -4.67	หมายถึง ก่อนข้างไม่ดี
ระดับคะแนน -4.68 ถึง -7.00	หมายถึง ไม่ดีมาก

ตารางที่ 3.3 แสดงสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนคุณภาพการบริการ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	คุณภาพการบริการ
4.68 ถึง 7.00	ดีมาก
2.34 ถึง 4.67	ก่อนข้างดี
0.01 ถึง 2.33	ดี
0.00	เฉย ๆ
-0.01 ถึง -2.33	ไม่ดี
-2.34 ถึง -4.67	ก่อนข้างไม่ดี
-4.68 ถึง -7.00	ไม่ดีมาก

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานปฏิบัติ การ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลัง และพนักงานองค์การเอกชน จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง จำนวน 300 คน
2. ส่งแบบสอบถามให้เจ้าหน้าที่ในเขตจังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง ทำการการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กร การมหาชน ที่ใช้บริการบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ. 2555

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้หลังจากผู้วิจัยได้ รับแบบสอบถามครบตามจำนวน 300 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนได้ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดแล้วคัดข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก เช่นข้อมูลที่ตอบไม่ครบตามจำนวนออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ครบสมบูรณ์ ถูกต้องมาลงรหัสตามที่กำหนดค่าตัวแปรต่าง ๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. การประมวลผล นำข้อมูลที่ผ่านมาการลงรหัสแล้วบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้ จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบข้อมูลลงรหัสและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) ดังนี้
  - 1.1 การนำข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานที่สังกัด รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด นำมาวิเคราะห์หาความถี่และนำเสนอค่าร้อยละ
  - 1.2 การนำข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน นำมาวิเคราะห์หาความถี่และนำเสนอค่าร้อยละ

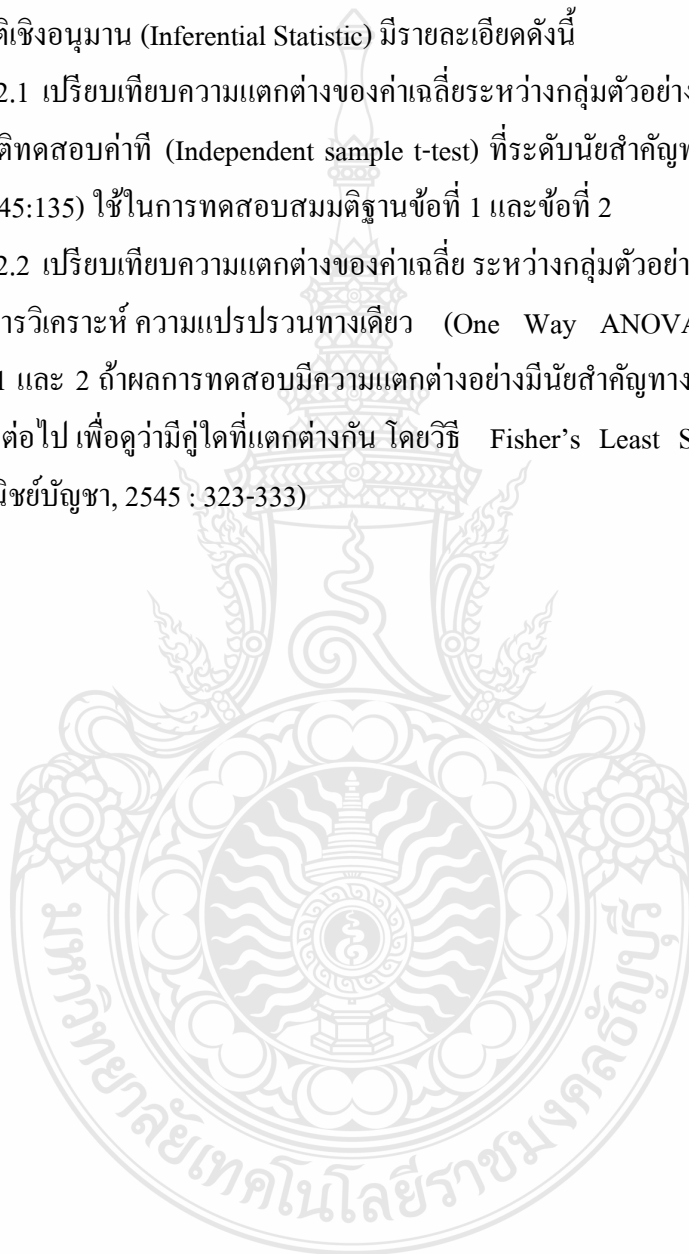


1.3 การนำข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 3 คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความเห็นอกเห็นใจ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มีรายละเอียดดังนี้

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent sample t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545:135) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 ถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อความีคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545 : 323-333)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Auction) : กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด โดยข้อมูลได้จากแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่าง และได้ทำการคัดเลือก เฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 300 ชุด โดยนำมาแปรความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ค่าระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	ค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบ (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบ (F-Distribution)
Sig.	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ (Significance)
LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบความแตกต่าง Least Significant Difference
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการวัดระดับการให้บริการของหน่วยงานในการประมูล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการด้านความคาดหวังในคุณภาพบริการและด้านคุณภาพบริการที่ได้รับจริง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ได้แก่ หน่วยงานที่สังกัด รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด และงบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
เทศบาลตำบล	38	12.7
องค์การบริหารส่วนตำบล	183	61.0
หน่วยงานเอกชน	42	14.0
หน่วยงานของรัฐ	19	6.3
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกาทาง/ สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ	18	6.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่สังกัดที่ใช้บริการตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่าส่วนใหญ่เป็นองค์การบริหารส่วนตำบล มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ หน่วยงานเอกชน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เทศบาลตำบล จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และ องค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามรูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด

รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
แบบปิดราคา	49	16.3
แบบเปิดราคา	251	83.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่สังกัดที่ใช้บริการตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามรูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการประมูลแบบเปิดราคา มีจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 83.7 รองลงมา คือ การประมูลแบบปิดราคา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด

ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
e - Auction ซื้อ	42	14.0
e - Auction จ้างก่อสร้าง	195	65.0
e - Auction จ้างเหมาบริการ	32	10.7
e - Auction เช่า	31	10.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่สังกัด คที่ใช้บริการตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นลักษณะงานประมูล e - Auction จ้างก่อสร้าง มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา คือ ลักษณะงานประมูล e - Auction ซื้อ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 e - Auction จ้างเหมาบริการ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และ ลักษณะงานประมูล e - Auction เช่า มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานจำแนกตามงบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด

งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
2,000,001-10,000,000 บาท	261	87.0
10,000,001-25,000,000 บาท	39	13.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่สังกัดที่ใช้บริการตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามงบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณการประมูลอยู่ที่ 2,000,001-10,000,000 บาท มีจำนวน 261 คน

คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมา คือ ใช้งบประมาณการประมูลอยู่ที่ 10,000,001 - 25,000,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน นำเสนอในรูปแบบของตาราง ผลการวิจัยเป็นดังนี้

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	119	39.7
หญิง	181	60.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลบุคคลของหน่วยงานที่ใช้บริการ ตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และเพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	121	40.3
36-45 ปี	135	45.0
46 ปีขึ้นไป	44	14.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลบุคคลของหน่วยงานที่ใช้บริการ ตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และอายุ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	7.7
ปริญญาตรี	265	85.3
ปริญญาโท	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลบุคคลของหน่วยงานที่ใช้บริการ ตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ ระดับ ปริญญาตรี มีจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และระดับปริญญาโท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของบุคคลจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
นายกเทศมนตรีตำบล/นายกองค์การบริหารส่วนตำบล/ ปลัด/หัวหน้ากอง	44	14.7
พนักงานเอกชน	40	13.3
พนักงานรัฐบาล	216	72.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลบุคคลของหน่วยงานที่ใช้บริการ ตลาดประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับ พนักงานรัฐบาล มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา คือ ระดับ นายกเทศมนตรีตำบล/นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากอง มีจำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.7 และระดับพนักงานเอกชน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและ การรับรู้คุณภาพการบริการตลาด กลางประมูลผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจใน การบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.9 - 4.13

ตารางที่ 4.9 แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของ ความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

คุณภาพการบริการด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)				การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)				คุณภาพ บริการ  (P-E)
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
1. บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต	5.35	1.06	เห็นด้วย	3	5.60	1.13	เห็นด้วย	1	0.25  ดี
2. สิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ของบริษัทมีพร้อม ให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้อง อบรม	5.41	0.90	เห็นด้วย	2	5.60	1.09	เห็นด้วย	1	0.19  ดี
3. พนักงานมีความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	5.44	0.99	เห็นด้วย	1	5.49	1.03	เห็นด้วย	2	0.05  ดี
4. การบริการอาหารและ เครื่องดื่มช่วงการประมวลและ การอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ	4.73	1.57	ค่อนข้าง เห็นด้วย	5	4.64	1.75	ค่อนข้าง เห็นด้วย	4	-0.09  ไม่ดี

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)				การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)				คุณภาพ บริการ (P-E)
	$\bar{x}$	S.D	การแปล อันดับ	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล อันดับ	อันดับ	
	ผล				ผล				
5. การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	4.67	1.58	ค่อนข้างเห็นด้วย	6	4.55	1.72	ค่อนข้างเห็นด้วย	5	-0.12
6. การบริการรถรับ-ส่งผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย	4.50	1.84	ค่อนข้างเห็นด้วย	7	4.54	1.87	ค่อนข้างเห็นด้วย	6	0.04
7. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	5.07	1.25	ค่อนข้างเห็นด้วย	4	5.38	1.21	เห็นด้วย	3	0.31
รวม	5.02	0.90	ค่อนข้างเห็นด้วย	-	5.12	0.97	เห็นด้วย	-	0.09

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลคุณภาพการบริการต่อบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม และ บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.44, 5.41 และ 5.35 ตามลำดับ ส่วนความคาดหวัง เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประชุม และการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ



การตกแต่งบริษัทมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรม และหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.07, 4.73, 4.67, และ 4.50 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวม หลังใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.60, 5.60, 5.49, และ 5.38 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย ในระดับ ค่ ่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64, 4.55 และ 4.54 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการ ได้รับคุณภาพบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) อยู่ในเกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.09 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพบริการที่ดี เลิศที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ มีผลต่าง (P-E) สูงที่สุด เท่ากับ 0.31 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี รองลงมา คือ บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.25 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพบริการที่ไม่ดี ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้รับ คือ การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ ไม่ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ -0.12 รองลงมา คือ การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ -0.09

ตารางที่ 4.10 แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของ ความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพกา ารบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)

คุณภาพการบริการ	บริการที่คาดหวัง				การรับรู้บริการ				คุณภาพ บริการ (P-E)
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
ด้านความน่าเชื่อถือ									
1. บริษัทฯ ให้บริการการ ประมุลตามสัญญาที่ให้ไว้ อย่างเท่าเทียม	5.18	1.03	ค่อนข้าง เห็นด้วย	7	5.51	1.02	เห็นด้วย	5	0.33 ดี
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ สามารถแก้ปัญหาได้อย่าง ทันท่วงที	5.44	1.04	เห็นด้วย	2	5.51	1.09	เห็นด้วย	5	0.07 ดี
3. บริษัทฯ สามารถ ให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ	5.35	1.12	เห็นด้วย	5	5.67	1.09	เห็นด้วย	1	0.32 ดี
4. บริษัทฯ สามารถ ดำเนินการประมุลตามเวลาที่ ให้สัญญาไว้	5.34	1.10	เห็นด้วย	6	5.47	1.10	เห็นด้วย	6	0.13 ดี
5. บริษัทฯ ไม่มีประวัติใน การทำการประมุลผิดพลาด	5.37	1.08	เห็นด้วย	4	5.58	1.13	เห็นด้วย	3	0.21 ดี

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	บริการที่คาดหวัง				การรับรู้บริการ				คุณภาพ บริการ (P-E)
	ก่อนได้รับบริการ		(หลังได้รับบริการ)		ก่อนได้รับบริการ		(หลังได้รับบริการ)		
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
6. การให้บริการช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาเมื่อไม่ สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้ อย่างรวดเร็ว	5.52	1.14	เห็นด้วย	1	5.51	1.16	เห็นด้วย	5	-0.01  ไม่ดี
7. เจ้าหน้าที่มีความชำนาญใน การฝึกอบรมและการ ปฏิบัติงานในขณะดำเนินการ ประเมินผล	5.42	1.14	เห็นด้วย	3	5.63	1.08	เห็นด้วย	2	0.21  ดี
8. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับ การประมวลของเจ้าหน้าที่ ให้บริการละเอียดชัดเจน	5.13	0.92	ค่อนข้าง เห็นด้วย	8	5.57	1.02	เห็นด้วย	4	0.44  ดี
รวม	5.34	0.68	เห็นด้วย	-	5.56	0.70	เห็นด้วย	-	0.21  ดี

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล  
คุณภาพการบริการต่อบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้

ผู้ให้บริการ ที่คาดหวังก่อนได้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ  
ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.34 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้บริการ  
ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหา  
เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการ  
ปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมวลบริษัท ฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด บริษัท ฯ  
สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ และบริษัทฯสามารถดำเนินการ

ประมูลตามเวลาที่ให้สัญญา ไว้ ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.52, 5.44, 5.42, 5.37, 5.35 และ 5.34 ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังบริษัทฯ ให้บริการการประมูลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมในระดับ ค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมภายหลังได้รับบริการในระดับ เห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.56 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมูล บริษัท ฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมูลผิดพลาด การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมูลเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงทีและบริษัท ฯ สามารถดำเนินการประมูลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.67, 5.63, 5.58, 5.57, 5.51, 5.51 และ 5.47 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการ ได้รับคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) อยู่ในเกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.21 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมูลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน มีผลต่าง (P-E) สูงที่สุด เท่ากับ 0.44 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี รองลงมา คือ บริษัท ฯ ให้บริการการประมูลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.33 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพบริการที่ ไม่ดี ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้รับ คือ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ -0.01

**ตารางที่ 4.11** แสดงผลวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิ เล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Reponsiveness)

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)				การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)				คุณภาพ บริการ (P-E)
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
	1. เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและ วันประมุลอย่างชัดเจน	5.44	1.09	เห็นด้วย	2	5.70	1.10	เห็นด้วย	
2. การตอบข้อซักถามของ เจ้าหน้าที่ชัดเจน	5.31	1.01	เห็นด้วย	5	5.62	1.06	เห็นด้วย	4	0.31 ดี
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วย ความเสมอภาค	5.33	1.05	เห็นด้วย	4	5.60	1.06	เห็นด้วย	6	0.27 ดี
4. เจ้าหน้าที่ให้ความเป็น ส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวก่าย เกินหน้าที่	5.20	1.12	เห็นด้วย	6	5.61	1.03	เห็นด้วย	5	0.41 ดี
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วย ความเต็มใจ	5.46	1.04	เห็นด้วย	1	5.65	1.08	เห็นด้วย	3	0.19 ดี

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	บริการที่คาดหวัง				การรับรู้บริการ				คุณภาพ บริการ (P-E)
	(ก่อนได้รับบริการ)				(หลังได้รับบริการ)				
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการประมวล	5.33	1.06	เห็นด้วย	4	5.62	1.01	เห็นด้วย	4	0.29 ดี
7. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที	5.34	1.08	เห็นด้วย	3	5.55	1.09	เห็นด้วย	7	0.21 ดี
8. เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล	0.35	1.04	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	7	5.74	1.05	เห็นด้วย	1	0.39 ดี
รวม	5.34	0.71	เห็นด้วย	-	5.64	0.71	เห็นด้วย	-	0.29 ดี

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่า เปรียบเบนมาตรฐาน และการแปลผลคุณภาพการบริการต่อบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังด้านคุณภาพการบริการก่อน ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.34 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการวัน เวลา สถานที่อบรม และวันประมวลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาคและการตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.46, 5.44, 5.34, 5.33 และ 5.31 ตามลำดับ ส่วนความคาดหวัง เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวท้าวเกินหน้าที่ ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 และความคาดหวัง เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมภายหลัง ได้รับบริการ ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.64 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ สรุปลผลและประกาศผู้ ชะนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่ อบรม และวันประมวลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ เอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการประมวล เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวก่ายเกินหน้าที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาคและเจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 5.74, 5.70, 5.65, 5.62, 5.61, 5.60 และ 5.55 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการ ได้รับคุณภาพบริการในด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า (Responsiveness) อยู่ใน เกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.29 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้า ที่มาใช้บริการได้รับ คือ เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวก่ายเกินหน้าที่ มีผลต่าง (P-E) สูงที่สุด เท่ากับ 0.41 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่สรุปลผลและ ประกาศผู้ชะนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.39 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพบริการ ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ประเมินว่ามีคุณภาพบริการ ในลำดับสุดท้าย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ แต่ยังได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.19



**ตารางที่ 4.12** แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอี เล็กทรอนิกส์ ด้านความ มั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)				การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)				คุณภาพ บริการ P-E
	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D	การแปล ผล	อันดับ	
	1. เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะ ดำเนินการประมุลและหลัง เสร็จสิ้นการประมุลด้วยความ รวดเร็ว	5.46	1.00	เห็นด้วย	4	5.59	1.02	เห็นด้วย	
2. ผู้ให้บริการรู้สึกปลอดภัย ในการใช้บริการ	5.46	1.07	เห็นด้วย	4	5.73	.98	เห็นด้วย	3	0.27 ดี
3. บริษัทมีการรักษาความลับ ที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ใน การเข้าสู่ระบบการประมุล	5.82	1.13	เห็นด้วย	1	6.05	1.01	เห็นด้วย	1	0.23 ดี
4. เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อน น้อมต่อลูกค้า	5.68	1.08	เห็นด้วย	2	5.61	1.08	เห็นด้วย	5	-0.07 ไม่ดี
5. การติดต่อสื่อสารระหว่าง หน่วยงานผู้ค้าและผู้ ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว	5.49	1.03	เห็นด้วย	3	5.67	.98	เห็นด้วย	4	0.27 ดี
6. เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และ น่าเชื่อถือ	5.46	1.02	เห็นด้วย	4	5.77	1.04	เห็นด้วย	2	0.31 ดี
รวม	5.56	0.72	เห็นด้วย	-	5.75	0.67	เห็นด้วย	-	0.19 ดี

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล  
คุณภาพการบริการต่อบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้



ผู้ให้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจแก่ ลูกค้า ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ เจ้าหน้าที่คอยแนะนำ แก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำ ได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวล และหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.82, 5.68, 5.49, 5.46 และ 5.46 ตามลำดับ

ผู้ให้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพบริการ ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวมภายหลังได้รับ บริการ ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทมีการรักษา ความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้ บริการ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่มีความ สุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า และเจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวล ด้วยความรวดเร็ว ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.05, 5.77, 5.73, 5.67, 5.61 และ 5.59 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการ ได้รับคุณภาพบริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) อยู่ใน เกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.19 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้า ที่มาใช้บริการ ได้รับ คือ เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ มีผลต่าง (P-E) สูงที่สุด เท่ากับ 0.31 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี รองลงมา คือ ผู้ให้บริการรู้สึก ปลอดภัยในการใช้บริการ และ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่าง รวดเร็ว มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.27 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพบริการที่ไม่ ดี ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้รับ คือ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ -0.07

**ตารางที่ 4.13** แสดงผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

คุณภาพการบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)				การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)				คุณภาพ บริการ (P-E)
	$\bar{x}$	S.D.	การแปล อันดับ ผล	อันดับ	$\bar{x}$	S.D.	การแปล อันดับ ผล	อันดับ	
	1. เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ	5.41	0.97	เห็นด้วย	7	5.80	0.92	เห็นด้วย	
2. บริษัทฯคำนึงถึง ผลประโยชน์ช่วยให้ หน่วยงานประหยัด งบประมาณ	5.51	0.96	เห็นด้วย	6	5.69	1.17	เห็นด้วย	6	0.18 ดี
3. บริษัท ฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมา ใช้บริการ	5.57	1.05	เห็นด้วย	4	5.76	1.06	เห็นด้วย	5	0.19 ดี
4. บริษัท ฯ คำนึงถึง ผลประโยชน์ร่วมกันของ หน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความ อยู่รอดและบรรลุ วัตถุประสงค์ด้านกำไร	5.60	1.06	เห็นด้วย	3	5.87	1.06	เห็นด้วย	3	0.27 ดี
5. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การ บริการหน่วยงานและผู้ค้าทุก ขั้นตอนการประมุล	5.55	1.09	เห็นด้วย	5	5.81	1.17	เห็นด้วย	7	0.26 ดี
6. บริษัท ฯ คำนึงถึงความ ต้องการของผู้ใช้บริการโดย การให้เครดิต 30 วันและการ ผ่อนชำระค่าบริการเป็น งวด ๆ	5.57	1.03	เห็นด้วย	4	5.81	1.13	เห็นด้วย	7	0.24 ดี

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)		การรับรู้บริการ (หลังได้รับบริการ)		คุณภาพ บริการ (P-E)		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปล อันดับ ผล	$\bar{x}$		S.D.	การแปล อันดับ ผล
7. บริษัท ฯ กำหนดอัตรา ค่าบริการและค่าเดินทางเป็น ธรรมเนียมเหมาะสมกับทุก หน่วยงาน	5.75	1.10	เห็นด้วย 2	5.88	1.14	เห็นด้วย 2	0.13 ดี
8. บริษัท ฯ อำนวยความสะดวก การชำระเงิน เช่น เงิน สดและเช็ค	5.86	1.14	เห็นด้วย 1	6.10	1.11	เห็นด้วย 1	0.24 ดี
รวม	5.60	0.70	เห็นด้วย -	5.84	0.80	เห็นด้วย -	0.24 ดี

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล  
คุณภาพการบริการต่อบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการมีความ คาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ ในระดับ เห็น  
ด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัท ฯ อำนวยความสะดวก การชำระ  
เงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัท ฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเนียมเหมาะสมกับทุก  
หน่วยงาน บริษัท ฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุ  
วัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัท ฯ เปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวกสำหรับผู้ต้องการมาใช้บริการ บริษัท ฯ  
คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระ ค่าบริการเป็นงวด ๆ  
เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล บริษัท ฯ คำนึงถึง  
ผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ และเจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจมีความ  
เสียสละ ขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.86, 5.75, 5.60,  
5.57, 5.57, 5.55, 5.51 และ 5.41 ตามลำดับ

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ โดยรวมภายหลังได้รับบริการ  
ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัท ฯ อำนวยความสะดวก  
การชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัท ฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเนียม  
เหมาะสมกับทุกหน่วยงาน บริษัท ฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่

รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯเปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวก สำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงาน และผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล และบริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ ในระดับ เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.10, 5.88, 5.87, 5.80, 5.76, 5.69, 5.81 และ 5.81 ตามลำดับ

ผู้ให้บริการ ได้รับคุณภาพบริการในด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) อยู่ในเกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.24 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายชื่อ พบว่า คุณภาพบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มีผลต่าง (P-E) สูงที่สุด เท่ากับ 0.39 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี รองลงมา คือ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.27 โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพบริการ ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ประเมินว่ามีคุณภาพบริการ ในลำดับสุดท้าย คือ บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรม เหมาะสมกับทุกหน่วยงาน โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี มีผลต่าง (P-E) เท่ากับ 0.13

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัดแตกต่างกัน

$H_0$ : ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัดไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : หน่วยงานที่สังกัดที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณ ภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัดไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : หน่วยงานที่สังกัดที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัดแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.14** แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัดจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

คุณภาพการบริการ	F	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	3.334	<b>0.011*</b>
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	4.302	<b>0.002*</b>
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	2.026	0.091
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	3.373	<b>0.010*</b>
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	6.168	<b>0.000*</b>
รวม	4.963	<b>0.001*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัดจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.011, 0.002, 0.010 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานที่สังกัดที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้าน ความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทที่มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โพรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต	1.386	0.239
2. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม	1.702	0.150
3. พนักงานมีความสุข เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	1.276	0.279
4. การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ	3.915	<b>0.004*</b>
5. การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	4.743	<b>0.001*</b>
6. การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย	4.906	<b>0.001*</b>
7. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	0.733	0.570

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.004, 0.001 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัยแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมู ลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด		เทศบาลตำบล	องค์การบริหารส่วนตำบล	หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกรทาง/สำนักงานประจำที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$	-0.13	-0.02	0.17	-1.16	-0.17
เทศบาลตำบล	-0.13	-	-0.115 (0.614)	-0.298 (0.298)	1.026 (0.005*)	0.035 (0.924)
องค์การบริหารส่วนตำบล	-0.02	-	-	-0.183 (0.403)	1.141 (0.000*)	0.150 (0.635)
หน่วยงานเอกชน	0.17	-	-	-	1.324 (0.000*)	0.333 (0.355)
หน่วยงานของรัฐ	-1.16	-	-	-	-	-0.991 (0.019*)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงกรทาง/สำนักงาน ประจำ ที่ว่าการอำเภอ	-0.17	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

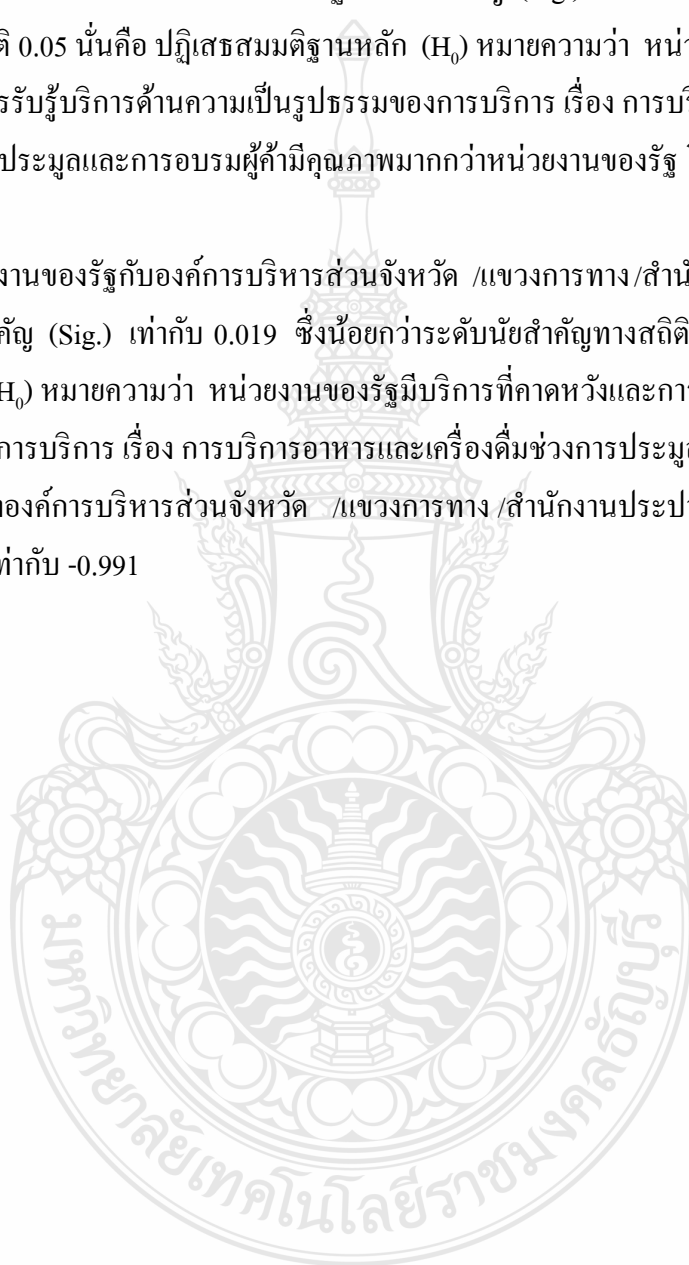
จากตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมู ลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมู ลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.026

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหาร

ส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.141

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.324

หน่วยงานของรัฐกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานของรัฐมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.991





ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาล ตำบล		องค์การบริหารส่วนตำบล	หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกระทรวง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$					
เทศบาลตำบล	0.45	-	0.583 <b>(0.024*)</b>	0.494 (0.127)	1.763 <b>(0.000*)</b>	0.558 (0.178)
องค์การบริหารส่วนตำบล	-0.14	-	-	0.089 (0.719)	1.179 <b>(0.001*)</b>	-0.025 (0.943)
หน่วยงานเอกชน	-0.05	-	-	-	-1.268 <b>(0.002*)</b>	0.063 (0.876)
หน่วยงานของรัฐ	-1.32	-	-	-	-	-1.205 <b>(0.012*)</b>
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงกระทรวง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	-0.11	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับองค์การบริหารส่วนตำบล มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.583

หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการ

รกรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.763

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรกรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.179

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรกรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.268

หน่วยงานของรัฐกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานปะปะ/ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานของรัฐมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรกรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานปะปะ/ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.205

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัท ฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาลตำบล		องค์การบริหารส่วนตำบล		หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$						
เทศบาลตำบล	0.08	-	0.407 (0.882)	-0.421 (0.221)	1.395 (0.001*)	-0.310 (0.480)	
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.04	-	-	-0.462 (0.079)	1.354 (0.000*)	-0.351 (0.355)	
หน่วยงานเอกชน	0.50	-	-	-	1.816 (0.000*)	0.111 (0.797)	
หน่วยงานของรัฐ	-1.32	-	-	-	-	-1.705 (0.001*)	
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงทาง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.39	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัท ฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัท ฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.395

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหาร

ส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.354

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.816

หน่วยงานของรัฐกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานรัฐมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง/สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.705

**ตารางที่ 4.19** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน	1.444	0.219
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที	0.731	0.571
3. บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ	1.140	0.338
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้	2.939	<b>0.021*</b>
5. บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด	3.213	<b>0.013*</b>
6. การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว	1.326	0.260
7. เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมวล	1.881	0.114
8. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน	1.638	0.165

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประเมินผลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้และบริษัทฯไม่มีประวัติในการ ทำการประเมินผลผิดพลาด มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.021 และ 0.013 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประเมินผลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ และบริษัทฯไม่มีประวัติในการทำการประเมินผลผิดพลาดแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.20** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประเมินผลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาลตำบล	องค์การบริหารส่วนตำบล	หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกรทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ	
	$\bar{X}$	-0.24	0.15	0.40	-0.26	0.33
เทศบาลตำบล	-0.24	-	-0.390 (0.032*)	-0.642 (0.005*)	0.026 (0.926)	-0.5702 (0.050*)
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.15	-	-	-0.252 (0.147)	0.416 (0.089)	-0.180 (0.471)
หน่วยงานเอกชน	0.40	-	-	-	0.668 (0.018*)	0.071 (0.802)
หน่วยงานของรัฐ	-0.26	-	-	-	-	-0.596 (0.074)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกรทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ	0.33	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมุลตามเวลาที่ให้ สัญญาไว้ จำแนกตามหน่วยงานที่ สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับองค์การบริหารส่วนตำบล มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมุลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่า องค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.390

หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานเอกชน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมุลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่าหน่วยงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.642

หน่วยงานเทศบาลตำบล กับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.050 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมุลตามเวลาที่ให้ สัญญาไว้ มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.5702

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมุลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.668

**ตารางที่ 4.21** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯไม่มีประวัติในการทำการประมุลผิดพลาด จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	$\bar{x}$	เทศบาล	องค์กร	หน่วยงาน	หน่วยงาน	องค์กรบริหารส่วนจังหวัด/
		ตำบล	บริหารส่วนตำบล	เอกชน	ของรัฐ	แขวงกรทาง/สำนักงาน ประปา/ ที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$	-0.26	0.26	0.31	0.21	0.56
เทศบาลตำบล	-0.26	-	-0.525 (0.002*)	-0.572 (0.007*)	0.474 (0.077)	-0.819 (0.003*)
องค์กรบริหารส่วนตำบล	0.26	-	-	-0.047 (0.771)	0.052 (0.821)	-0.293 (0.212)
หน่วยงานเอกชน	0.31	-	-	-	0.010 (0.706)	-0.246 (0.358)
หน่วยงานของรัฐ	0.21	-	-	-	-	-0.345 (0.270)
องค์กรบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงกรทาง/สำนักงาน ประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.56	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯไม่มีประวัติในการทำการประมุลผิดพลาด จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับองค์กรบริหารส่วนตำบล มีค่า นัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯไม่มีประวัติในการทำการประมุลผิดพลาด มากกว่าองค์กรบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.525

หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานเอกชน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงาน

เทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมุลผิดพลาด มากกว่าหน่วยงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.572

หน่วยงานเทศบาลตำบลกบองคำการบริการส่วนจ้ ังหวัด/แขวงกาทาง /สำนักงานประปา / ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมุลผิดพลาด มากกว่าองค์การบริการส่วนจังหวัด /แขวงกาทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.819

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมุลและหลังเสร็จสิ้นการประมุลด้วยความรวดเร็ว	2.607	<b>0.036*</b>
2. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	0.899	0.465
3. บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมุล	0.700	0.593
4. เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า	1.357	0.249
5. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว	0.700	0.593
6. เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ	5.164	<b>0.000*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมุลและหลังเสร็จสิ้นการประมุลด้วยความรวดเร็วและเจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.036 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่



ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้ การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.23** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้น การประมูลด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาล ตำบล	องค์การ บริหารส่วน ตำบล	หน่วยงาน เอกชน	หน่วยงาน ของรัฐ	องค์การบริหารส่วน จังหวัด/แขวงการทาง/ สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	
	$\bar{x}$	-0.21	0.14	0.45	-0.05	0.22
เทศบาลตำบล	-0.21	-	-0.353 (0.040*)	-0.663 (0.002*)	-0.158 (0.558)	-0.433 (0.116)
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.14	-	-	-0.310 (0.059)	0.195 (0.400)	-0.080 (0.735)
หน่วยงานเอกชน	0.45	-	-	-	0.505 (0.058)	0.230 (0.395)
หน่วยงานของรัฐ	-0.05	-	-	-	-	-0.275 (0.384)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงการทาง/สำนักงาน ประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.22	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะ ดำเนินการประมูลและหลัง เสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับ องค์การบริหารส่วนตำบล มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.353

หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานเอกชน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว มากกว่าหน่วยงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.663

**ตารางที่ 4.24** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และ นำเชื่อถือจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาลตำบล	องค์การบริหารส่วนตำบล	หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวง/การทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ	
	$\bar{x}$	-0.18	0.52	0.07	0.16	-0.06
เทศบาลตำบล	-0.18	-	-0.703 (0.000*)	-0.256 (0.275)	-0.342 (0.245)	-0.129 (0.667)
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.60	-	-	0.448 (0.013*)	0.361 (0.152)	0.575 (0.027*)
หน่วยงานเอกชน	0.07	-	-	-	-0.086 (0.765)	0.127 (0.666)
หน่วยงานของรัฐ	0.16	-	-	-	-	0.213 (0.535)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวง การทาง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	-0.06	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับ องค์การบริหารส่วนตำบล มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.703

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานเอกชน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว มากกว่าหน่วยงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.448

องค์การบริหารส่วนตำบลกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงการทาง /สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงการทาง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.575

**ตารางที่ 4.25** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

ความเห็นอกเห็นใจ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ	3.307	<b>0.011*</b>
2. บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้งานประหยัดงบประมาณ	3.224	<b>0.013*</b>
3. บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ	1.332	0.258
4. บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร	5.266	<b>0.000*</b>
5. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล	0.394	0.813
6. บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ	3.569	<b>0.007*</b>
7. บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน	2.687	<b>0.032*</b>
8. บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค	1.347	0.253

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้งานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ บริษัทฯ กำหนดอัตรา ค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.011, 0.013, 0.000, 0.007 และ 0.032 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้งานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการ

เป็นงวด ๆ บริษัทกำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน  
แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้  
การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านความเห็น  
อกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วย  
ความเต็มใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาล ตำบล	องค์กร บริหารส่วน ตำบล	หน่วยงาน เอกชน	หน่วยงาน ของรัฐ	องค์กรบริหารส่วน จังหวัด/แขวง การทาง/ สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	
	$\bar{x}$	0.32	0.50	0.33	-0.21	0.22
เทศบาลตำบล	0.32	-	-0.187 (0.229)	-0.018 (0.928)	0.526 <b>(0.032*)</b>	0.094 (0.707)
องค์กรบริหารส่วนตำบล	0.50	-	-	0.169 (0.256)	0.713 <b>(0.001*)</b>	0.281 (0.193)
หน่วยงานเอกชน	0.33	-	-	-	0.543 <b>(0.025*)</b>	0.111 (0.651)
หน่วยงานของรัฐ	-0.21	-	-	-	-	0.433 (0.132)
องค์กรบริหารส่วนจังหวัด/แขวง การทาง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.22	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้าน  
ความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละ  
ขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับ  
หน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ  
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการ

ด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.526

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.713

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.543

**ตารางที่ 4.27** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย รายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาลตำบล	องค์การบริหารส่วนตำบล	หน่วยงานเอกชน	หน่วยงานของรัฐ	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$ 0.24	0.22	0.40	-0.21	-0.56
เทศบาลตำบล	0.24	- 0.013 (0.947)	-0.168 (0.491)	0.447 (0.144)	0.792 <b>(0.011*)</b>
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.22	-	-0.181 (0.332)	0.435 (0.098)	0.780 <b>(0.004*)</b>
หน่วยงานเอกชน	0.40	-	-	0.615 <b>(0.041*)</b>	0.960 <b>(0.002*)</b>
หน่วยงานของรัฐ	-0.21	-	-	-	0.345 (0.335)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวงกาทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ	-0.56	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาล ตำบลกับองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด /แขวงการทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด/แขวงการทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.792

องค์การบริหารส่วนตำบลกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงการทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงการทาง/สำนักงานประปา/ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.780

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.615

หน่วยงานเอกชนกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงการทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัด /แขวงการทาง /สำนักงานประปา /ที่ว่าการอำเภอ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.960

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	$\bar{x}$	เทศบาล	องค์การ	หน่วยงาน	หน่วยงาน	องค์การบริหารส่วน
		ตำบล	บริหารส่วน	เอกชน	ของรัฐ	จังหวัด/แขวงกาทาง/ สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ
		-0.29	0.38	0.57	-0.16	0.06
เทศบาลตำบล	-0.29	-	-0.671 (0.000*)	-0.860 (0.000*)	-0.132 (0.650)	-0.345 (0.243)
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.38	-	-	-0.188 (0.284)	0.540 (0.030*)	0.326 (0.200)
หน่วยงานเอกชน	0.57	-	-	-	0.729 (0.011*)	0.515 (0.076)
หน่วยงานของรัฐ	-0.16	-	-	-	-	-0.213 (0.529)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงกาทาง/สำนักงาน ประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.06	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

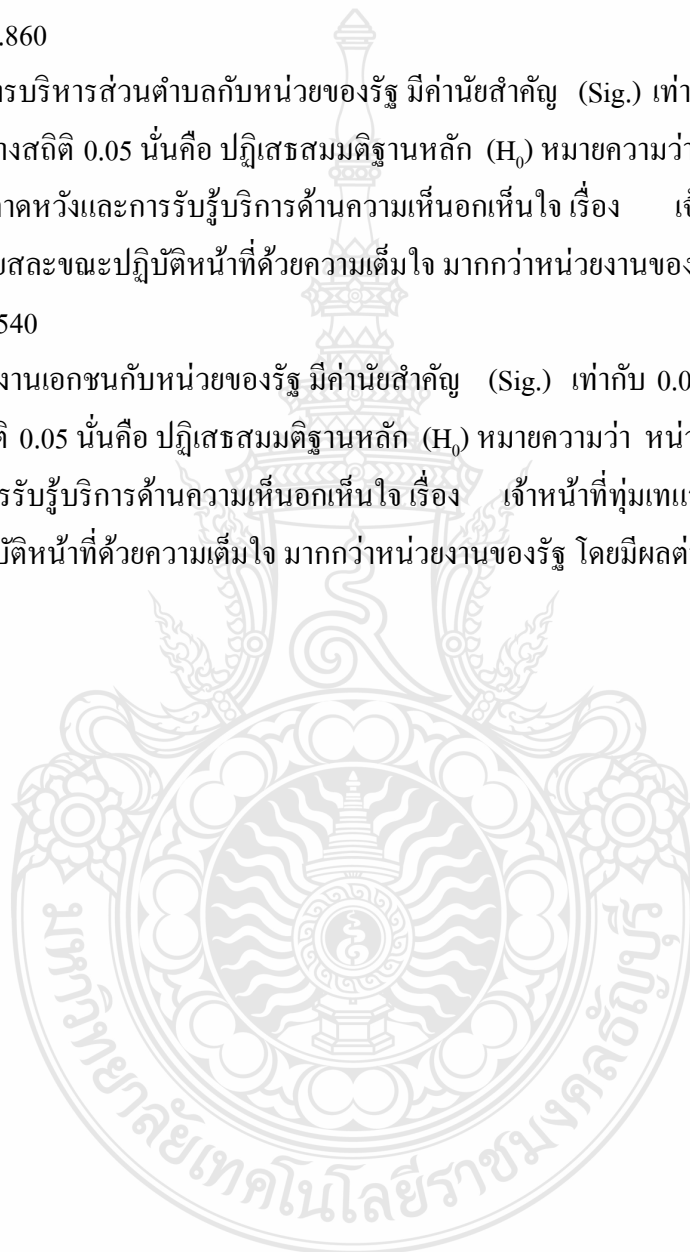
จากตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับองค์การบริหารส่วนตำบล มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทร่างกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.671



หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานเอกชน มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.860

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.540

หน่วยงานเอกชนกับหน่วยของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.729



**ตารางที่ 4.29** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	$\bar{x}$	เทศบาล	องค์การ	หน่วยงาน	หน่วยงาน	องค์การบริหารส่วน
		ตำบล	บริหารส่วน ตำบล	เอกชน	ของรัฐ	จังหวัด/แขวงกรทาง/ สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ
		0.13	0.23	0.50	-0.63	0.00
เทศบาลตำบล	0.13	-	-0.103 (0.606)	-0.368 (0.144)	0.763 (0.016*)	0.132 (0.683)
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.23	-	-	-0.265 (0.169)	1.132 (0.002*)	0.500 (0.398)
หน่วยงานเอกชน	0.50	-	-	-	-1.132 (0.000*)	0.500 (0.115)
หน่วยงานของรัฐ	-0.63	-	-	-	-	-0.632 (0.088)
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ แขวงกรทาง/สำนักงาน ประปา/ที่ว่าการอำเภอ	0.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.763

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหาร

ส่วนตำบลมีคุณภาพการบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.132

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีคุณภาพ การบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.132

**ตารางที่ 4.30** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	เทศบาล ตำบล		องค์การบริหารส่วนตำบล		หน่วยงาน เอกชน ของรัฐ		จังหวัด/แขวงกรทาง/ สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ
	$\bar{x}$						
เทศบาลตำบล	-0.29	-	0.25	-0.456	-0.026	-0.456	
องค์การบริหารส่วนตำบล	0.25	-	-	0.079	0.509	0.079	
หน่วยงานเอกชน	0.17	-	-	-	0.429	0.000	
หน่วยงานของรัฐ	-0.26	-	-	-	-	-0.429	
องค์การบริหารส่วนจังหวัด/แขวง กรทาง/สำนักงานประปา/ ที่ว่าการอำเภอ	0.17	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด พบว่า หน่วยงานเทศบาลตำบลกับองค์การบริหารส่วนตำบล มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า หน่วยงานเทศบาลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน มากกว่าองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.535

องค์การบริหารส่วนตำบลกับหน่วยงานของรัฐ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน มากกว่าหน่วยงานของรัฐ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.509

**สมมติฐานที่ 1.2 รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน**

$H_0$ : รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ คุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามรูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด

คุณภาพการบริการ	รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด	t-test for Equality Means			
		$\bar{x}$	F	t	Sig (2-tailed)
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	แบบปิด	-1.00	5.562	-2.652	<b>0.028*</b>
	ราคา				
	แบบเปิด	0.95	14.768	-2.245	<b>0.005*</b>
	ราคา				
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	แบบปิด	-0.20	13.479	-3.959	<b>0.036*</b>
	ราคา				
	แบบเปิด	2.51	4.587	-2.931	<b>0.015*</b>
	ราคา				
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	แบบปิด	0.88	22.991	-2.702	0.134
	ราคา				
	แบบเปิด	2.61	40.659	-2.148	<b>0.000*</b>
	ราคา				
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	แบบปิด	-0.16	40.659	-3.028	<b>0.015*</b>
	ราคา				
	แบบเปิด	1.43	22.991	-2.503	0.134
	ราคา				
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	แบบปิด	0.69	22.991	-2.167	0.134
	ราคา				
	แบบเปิด	2.08	40.659	-1.519	<b>0.000*</b>
	ราคา				
รวม	แบบปิด	0.20	40.659	-3.967	<b>0.000*</b>
	ราคา				
	แบบเปิด	9.58	40.659	-3.967	<b>0.000*</b>
	ราคา				

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 แสดงให้เห็นถึง รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีคุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมแตกต่างกัน ได้ค่า  $t = -3.967$  โดยมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  หมายความว่า รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดแบบปิด ราคาและแบบเปิดราคามี คุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าคุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.028, 0.005, 0.036, 0.015 และ 0.134 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดแบบปิด ราคาและแบบเปิดราคามีคุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน**

$H_0$ : ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

คุณภาพการบริการ	F	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	3.461	<b>0.017*</b>
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	1.057	0.368
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	1.453	0.228
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	2.648	<b>0.049*</b>
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	0.569	0.636
รวม	0.373	0.773

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.017 และ 0.049 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ๑ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.33** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จำแนกตามลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต	3.568	<b>0.015*</b>
2. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม	8.763	<b>0.000*</b>
3. พนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	0.185	0.906
4. การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ	0.457	0.713
5. การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	1.604	0.188
6. การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย	4.204	<b>0.006*</b>
7. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	0.768	0.513

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จำแนกตามลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม และการบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.015, 0.000 และ 0.006 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม และการบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัยแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)



ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

ลักษณะการประมูล ครั้งล่าสุด	$\bar{X}$	e - Auction	e - Auction	e - Auction	e - Auction
		ซื้อ	จ้างก่อสร้าง	จ้างเหมาบริการ	เช่า
		0.29	0.15	0.28	0.77
e - Auction ซื้อ	0.29	-	0.137 (0.419)	0.004 (0.985)	-0.488 (0.039*)
e - Auction จ้างก่อสร้าง	0.15	-	-	-0.133 (0.486)	-0.625 (0.001*)
e - Auction จ้างเหมาบริการ	0.28	-	-	-	-0.493 (0.50)
e - Auction เช่า	0.77	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซื้อ กับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซื้อ มีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.488

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง กับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง มีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์

ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าลักษณะการประมูล  
ครั้งล่าสุด e - Auction เช่า โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.625

**ตารางที่ 4.35** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็น  
รูปธรรมของการบริการ เรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อม  
ให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

ลักษณะการประมูล ครั้งล่าสุด	$\bar{x}$	e - Auction	e - Auction	e - Auction	e - Auction
		ซื้อ	จ้างก่อสร้าง	จ้างเหมาบริการ	เช่า
		0.12	0.08	0.16	1.06
e - Auction ซื้อ	0.12	-	0.037 (0.828)	-0.037 (0.874)	-0.945 <b>(0.000*)</b>
e - Auction จ้างก่อสร้าง	0.08	-	-	-0.074 (0.697)	-0.982 <b>(0.000*)</b>
e - Auction จ้างเหมาบริการ	0.16	-	-	-	-0.908 <b>(0.000*)</b>
e - Auction เช่า	1.06	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการ  
ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ เรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อม  
ให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ลักษณะการ  
ประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซื้อกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า มีค่านัยสำคัญ  
(Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )  
หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซื้อมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการ  
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น  
คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า โดย  
มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.945

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้างกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง มีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.982

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างเหมาบริการกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างเหมาบริการ มีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction เช่า โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.908

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการ ที่คาดหวังและการรับรู้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

ลักษณะการประมูล ครั้งล่าสุด	e - Auction			
	ซื้อ	จ้างก่อสร้าง	จ้างเหมาบริการ	เช่า
$\bar{x}$	0.60	-0.18	0.50	0.23
e - Auction ซื้อ	0.60	-	0.095 (0.793)	0.369 (0.314)
e - Auction จ้างก่อสร้าง	-0.18	-	-0.679 (0.022*)	-0.405 (0.176)
e - Auction จ้างเหมาบริการ	0.50	-	-	0.274 (0.482)
e - Auction เช่า	0.23	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซึ่งถือกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซึ่งมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.775

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้างกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างเหมาบริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้างมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างเหมาบริการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.679

ตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว	1.433	0.233
2. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	2.899	<b>0.035*</b>
3. บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมูล	1.363	0.254
4. เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า	1.582	0.194
5. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว	1.363	0.254
6. เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ	2.533	0.057

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.035 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุดที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด	e - Auction ซื้อ	e - Auction จ้างก่อสร้าง	e - Auction จ้างเหมาบริการ	e - Auction เช่า
$\bar{x}$	0.07	0.37	0.03	0.13
e - Auction ซื้อ	0.07	-0.298 (0.036*)	0.040 (0.837)	-0.058 (0.770)
e - Auction จ้างก่อสร้าง	0.37	-	0.338 (0.034*)	0.240 (0.136)
e - Auction จ้างเหมาบริการ	0.03	-	-	0.098 (0.641)
e - Auction เช่า	0.13	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนกตามลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด พบว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction ซื้อ กับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้าง มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้ง ึ่ง  
 ล่าสุด e - Auction ซึ่งมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ  
 เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction  
 จ้างก่อสร้าง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.298

ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างก่อสร้างกับลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด  
 e - Auction จ้างเหมาบริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ  
 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction  
 จ้างก่อสร้างมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง  
 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ มากกว่าลักษณะการประมูลครั้งล่าสุด e - Auction จ้างเหมา  
 บริการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.338

**สมมติฐานที่ 1.4** งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการ  
 รับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพ  
 การบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส  
 จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพ  
 การบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส  
 จำกัด แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.39** แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ  
 ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส  
 จำกัด จำแนกตามงบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด

คุณภาพการบริการ	งบประมาณ การประมูล ครั้งล่าสุด	t-test for Equality Means		
		$\bar{x}$	t	Sig (2-tailed)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	2,000,000 -	0.34		
	10,000,000 บาท		-2.782	<b>0.06*</b>
	10,000,001 -	2.59		
	25,000,000 บาท			

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	งบประมาณ การประมูล ครั้งล่าสุด	t-test for Equality Means		
		$\bar{x}$	t	Sig (2-tailed)
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	2,000,000 -	1.84	-2.293	<b>0.023*</b>
	10,000,000 บาท			
	10,000,001 -	3.59		
	25,000,000 บาท			
การตอบสนองต่อลูกค้า	2,000,000 -	2.07	-2.420	<b>0.020*</b>
	10,000,000 บาท			
	10,000,001 -	4.05		
	25,000,000 บาท			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	2,000,000 -	1.23	0.785	0.43
	10,000,000 บาท			
	10,000,001 -	0.77		
	25,000,000 บาท			
ความเห็นอกเห็นใจ	2,000,000	1.75	-1.489	0.142
	10,000,000 บาท			
	10,000,001 -	2.56		
	25,000,000 บาท			
รวม	2,000,000 -	7.23	-2.400	0.17
	10,000,000 บาท			
	10,000,001 -	13.56		
	25,000,000 บาท			

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงให้เห็นถึง งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมไม่แตกต่างกัน ได้ค่า  $t = -2.400$  โดยมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.17 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด 2,000,000 - 10,000,000 บาท และ 10,000,001 - 25,000,000 บาทมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าคุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.06, 0.023 และ 0.020 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด 2,000,000 - 10,000,000 บาทและ 10,000,001 - 25,000,000 บาทมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e -Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกัน

$H_0$ : ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.1** เพศที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : เพศที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่ต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิสเซส จำกัด แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ  
ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส  
จำกัด จำแนกตามเพศ

คุณภาพการบริการ	เพศ	t-test for Equality Means		
		$\bar{X}$	t	Sig (2-tailed)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ชาย	1.67	3.109	<b>0.002*</b>
	หญิง	-0.05		
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	ชาย	1.39	-2.008	<b>0.046*</b>
	หญิง	2.50		
การตอบสนองต่อลูกค้า	ชาย	1.88	-1.458	0.146
	หญิง	2.62		
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ชาย	1.55	1.489	0.138
	หญิง	0.92		
ความเห็นอกเห็นใจ	ชาย	1.83	-0.073	0.942
	หญิง	1.87		
รวม	ชาย	8.33	0.234	0.816
	หญิง	7.87		

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 แสดงให้เห็นถึง เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมแตกต่างกัน ได้ค่า  $t = 0.234$  โดยมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.816 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แสดงการทดสอบ การทดสอบค่าที (Independent Sample t-test) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.2-tailed) เท่ากับ 0.002, 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการ

รับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2** อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.41** แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	F	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.817	0.443
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	3.587	<b>0.029*</b>
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	0.480	0.619
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	2.561	0.079
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	1.045	0.353
รวม	0.817	0.443

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.029 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.42** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจใน การบริการ (Reliability) จำแนกตามอายุ

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน	5.700	<b>0.004*</b>
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที	2.740	0.066
3. บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ ให้บริการ	0.210	0.811
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้	2.669	0.071
5. บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด	0.826	0.439
6. การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้า ระบบได้อย่างรวดเร็ว	2.276	0.104
7. เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ ดำเนินการประมวล	0.174	0.840
8. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียด ชัดเจน	2.066	0.128

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.004 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้ การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.43** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้ อย่างเท่าเทียม จำแนกตามอายุ

อายุ		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
	$\bar{X}$	0.25	0.24	0.84	0.33
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	0.24	-	-	0.011 (0.936)	-0.593 <b>(0.002*)</b>
36-45 ปี	0.84	-	-	-	-0.604 <b>(0.002*)</b>
46 ปีขึ้นไป	0.33	-	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้ อย่างเท่าเทียม จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีกับอายุ 46 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้ อย่างเท่าเทียมมากกว่าอายุ 46 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.593

อายุ 36-45 ปีกับอายุ 46 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุ 36-45 ปีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้ อย่างเท่าเทียมมากกว่าอายุ 46 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.604

**สมมติฐานที่ 2.3** ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมวลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.44** แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ  
ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์  
เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	F	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	6.849	<b>0.001*</b>
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	7.298	<b>0.001*</b>
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	6.347	<b>0.002*</b>
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	11.080	<b>0.000*</b>
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	16.304	<b>0.000*</b>
รวม	6.849	<b>0.001*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวัง และการรับรู้ต่อ  
คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์  
เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way  
ANOVA) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูป ธรรมของการ  
บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความ  
มั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001, 0.001, 0.002, 0.000  
และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ  
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนอง  
ต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.45** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จำแนกตามระดับการศึกษา

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต	4.552	<b>0.11*</b>
2. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะเก้าอี้ ห้องอบรม	2.889	0.57
3. พนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	0.420	0.657
4. การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ	12.241	<b>0.00*</b>
5. การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	0.915	0.402
6. การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย	3.781	<b>0.024*</b>
7. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	0.75	0.928

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.11, 0.00 และ 0.024 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.57	-	0.25 (0.150)	-0.50 <b>(0.003*)</b>
ปริญญาตรี	0.25	-	-	0.753 <b>(0.011*)</b>
ปริญญาโท	-0.50	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับ พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโทโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.065

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโทโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.753

ตารางที่ 4.47 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.78	-	-0.10	-1.42
ปริญญาตรี	-0.10	-	-	-
ปริญญาโท	-1.42	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.884

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.199

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.315



ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็น  
รูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน  
รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	0.52	0.05	-1.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.52	-	0.473 (0.164)	1.522 <b>(0.006*)</b>
ปริญญาตรี	0.05	-	-	1.049 <b>(0.023*)</b>
ปริญญาโท	-1.00	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการ  
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน  
รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับ  
การศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05  
นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่  
คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง  
ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่า ระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่าง  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.522

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.023  
ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับ  
การศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ  
เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าระดับการศึกษา  
ปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.049

ตารางที่ 4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจใน การบริการ (Reliability) จำแนกตามระดับการศึกษา

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน	2.765	0.065
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที	2.969	0.053
3. บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ ให้บริการ	2.939	0.054
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้	3.127	<b>0.006*</b>
5. บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด	0.243	0.784
6. การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้า ระบบได้อย่างรวดเร็ว	5.609	<b>0.004*</b>
7. เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ ดำเนินการประมวล	4.357	<b>0.014*</b>
8. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียด ชัดเจน	5.066	<b>0.007*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความ น่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา เมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการ ปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมวล การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการ ละเอียดชัดเจน มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.006, 0.004, 0.014 และ 0.007 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ ต่างกันมีความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการ บริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ การให้บริการช่วยเหลือและ แก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรม และการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมวล การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ ให้บริการละเอียดชัดเจน แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.50** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.57	0.12	-0.58
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.57	-	0.448	1.149
ปริญญาตรี	0.12	-	-	0.700
ปริญญาโท	-0.58	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.448

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.149

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.700

**ตารางที่ 4.51** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	-0.05	0.07	-0.92
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-3.05	-	-0.416 (0.089)	0.569 (0.155)
ปริญญาตรี	0.07	-	-	0.985 <b>(0.003*)</b>
ปริญญาโท	-0.92	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.985

**ตารางที่ 4.52** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	0.30	0.63	-0.58
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.30	-	-3.330 (0.301)	0.888 (0.089)
ปริญญาตรี	0.63	-	-	-1.217 <b>(0.05*)</b>
ปริญญาโท	-0.58	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประเมิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.05 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประเมินมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.217

**ตารางที่ 4.53** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประเมินของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.57	-	0.094 (0.624)	0.899 <b>(0.004*)</b>
ปริญญาตรี	0.47	-	-	0.805 <b>(0.002*)</b>
ปริญญาโท	-0.33	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประเมินของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประเมินของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจนมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.899

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับ

การศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจนมากกว่าระดับ การศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.805

**ตารางที่ 4.54** แสดงการทดสอบความแตกต่างคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

การตอบสนองต่อลูกค้า	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมวลอย่างชัดเจน	3.322	<b>0.037*</b>
2. การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน	7.176	<b>0.001*</b>
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาค	1.670	0.190
4. เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวท้าวเกินหน้าที่	2.404	0.092
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ	0.127	0.881
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการประมวล	2.081	0.127
7. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที	4.023	<b>0.019*</b>
8. เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะเลิศที่หลังเสร็จสิ้นการประมวล	0.495	0.610

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้าน การตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมวลอย่างชัดเจน การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.037, 0.001 และ 0.019 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมวลอย่างชัดเจน การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมุลอย่างชัดเจนจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.65	0.25	-0.25
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.65	-	0.403 (0.66)	0.902 <b>(0.012*)</b>
ปริญญาตรี	0.25	-	-	0.499 (0.093)
ปริญญาโท	-0.25	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมุลอย่างชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมุลอย่างชัดเจน มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.902

ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.52	0.33	-0.75
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.52	-	0.190 (0.388)	1.272 (0.000*)
ปริญญาตรี	0.33	-	-	1.082 (0.000*)
ปริญญาโท	-0.75	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีต่ำกว่าระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.272

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.082



ตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.78	0.18	-0.08
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.78	-	0.601 <b>(0.009*)</b>	0.866 <b>(0.021*)</b>
ปริญญาตรี	0.18	-	-	0.264 (0.392)
ปริญญาโท	-0.08	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงที่ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยรายคู่ (Sig.) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงที่ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.601

ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยรายคู่ (Sig.) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงที่ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.866

ตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามระดับการศึกษา

การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว	5.088	<b>0.007*</b>
2. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	5.715	<b>0.004*</b>
3. บริษัทฯ มีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล	5.806	<b>0.003*</b>
4. เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า	3.537	<b>0.030*</b>
5. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว	5.806	<b>0.003*</b>
6. เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ	1.342	0.263

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็วมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.007, 0.004, 0.003, 0.030 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.59** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย รายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.70	0.10	0.25
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.70	-	0.594 <b>(0.005*)</b>	0.946 <b>(0.006*)</b>
ปริญญาตรี	0.10	-	-	0.352 (0.213)
ปริญญาโท	0.25	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้ บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็วมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.594

ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็วมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.946

**ตารางที่ 4.60** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.88	0.22	0.25
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.88	-	0.607 <b>(0.001*)</b>	0.576 <b>(0.051)</b>
ปริญญาตรี	0.22	-	-	-0.031 <b>(0.899)</b>
ปริญญาโท	0.25	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.607

**ตารางที่ 4.61** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริการที่ คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.91	0.23	-0.17
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.91	-	0.683 <b>(0.002*)</b>	1.080 <b>(0.003*)</b>
ปริญญาตรี	0.23	-	-	0.397 <b>(0.191)</b>
ปริญญาโท	-0.17	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวลมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.683

ระดับการศึกษาปริญญาต่ำกว่าตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.080

**ตารางที่ 4.62** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
	$\bar{x}$	0.26	-0.13	0.50
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.26	-	0.389 (0.079)	-0.239 (0.510)
ปริญญาตรี	-0.13	-	-	-0.628 (0.037*)
ปริญญาโท	0.50	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า

ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่องเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.628

**ตารางที่ 4.63** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.91	0.23	-0.17
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.91	-	0.683 <b>(0.002*)</b>	1.080 <b>(0.003*)</b>
ปริญญาตรี	0.23	-	-	0.397 <b>(0.191)</b>
ปริญญาโท	-0.17	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.683

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่อง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.080

**ตารางที่ 4.64** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความเห็นอกเห็นใจ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ	9.282	<b>0.000*</b>
2. บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ	6.232	<b>0.002*</b>
3. บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ	4.578	<b>0.011*</b>
4. บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร	4.987	<b>0.007*</b>
5. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล	3.550	<b>0.030*</b>
6. บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ	2.060	0.129
7. บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน	2.044	0.131
8. บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค	12.782	<b>0.000*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ที่ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000, 0.002, 0.011, 0.007, 0.030 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการ

หน่วยงานและผู้ค้าทุกชั้นตอนการประมวล บริษัทฯอำนวยความสะดวกการเงิน เช่น เงินสดและเช็ค แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

**ตารางที่ 4.65** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
	$\bar{x}$	1.04	0.36	-0.17
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.04	-	0.681	1.210
ปริญญาตรี	0.36	-	-	0.529
ปริญญาโท	-0.17	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.65 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 และ 0.038 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.681

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.210



ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.529

**ตารางที่ 4.66** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
	$\bar{x}$	0.91	0.10	0.42
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.91	-	0.811 <b>(0.001*)</b>	0.496 <b>(0.199)</b>
ปริญญาตรี	0.10	-	-	-0.811 <b>(0.001*)</b>
ปริญญาโท	0.42	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.811

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.811

ตารางที่ 4.67 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.70	0.17	-0.33
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.70	-	0.526 <b>(0.017*)</b>	1.029 <b>(0.004*)</b>
ปริญญาตรี	0.17	-	-	0.503 <b>(0.019*)</b>
ปริญญาโท	-0.33	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.526

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้ บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.029

ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.503

**ตารางที่ 4.68** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
	$\bar{x}$	0.91	0.23	0.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.91	-	0.687 <b>(0.003*)</b>	0.913 <b>(0.015*)</b>
ปริญญาตรี	0.23	-	-	0.226 (0.463)
ปริญญาโท	0.00	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ย (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.687

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่าเฉลี่ย (Sig.) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโทมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.913

**ตารางที่ 4.69** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	0.74	0.24	-0.08
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.74	-	0.501 <b>(0.019*)</b>	0.822 <b>(0.019*)</b>
ปริญญาตรี	0.24	-	-	0.321 (0.268)
ปริญญาโท	-0.08	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวลจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวลมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.501

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาโทมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.822

**ตารางที่ 4.70** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
	$\bar{x}$	1.13	0.18	-0.17
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.13	-	0.945 <b>(0.000*)</b>	1.297 <b>(0.000*)</b>
ปริญญาตรี	0.18	-	-	0.348 (0.196)
ปริญญาโท	-0.17	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.70 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.945

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเห็นอกเห็นใจ เรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.29

**สมมติฐานที่ 2.4** ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

$H_0$ : ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามตำแหน่งงาน

คุณภาพการบริการ	F	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles)	5.363	<b>0.005*</b>
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)	4.404	<b>0.013*</b>
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	1.812	0.165
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.084	0.919
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	1.363	0.257
รวม	5.363	<b>0.005*</b>

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม ตำแหน่งงาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 และ 0.013 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมวลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเตอร์เน็ต	0.533	0.587
2. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะเก้าอี้ ห้องอบรม	0.046	0.955
3. พนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	1.588	0.206
4. การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมวลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ	2.542	0.080
5. การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	2.615	0.075
6. การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย	6.513	<b>0.002*</b>
7. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	1.661	0.192

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.73 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็น  
รูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน  
รวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามตำแหน่งงาน

ระดับการศึกษา	นายกเทศมนตรีตำบล/นายก องค์การบริหารส่วนตำบล/ ปลัด/หัวหน้ากอง	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล	
	$\bar{x}$	-0.64	0.55	0.99
นายกเทศมนตรีตำบล/นายก องค์การบริหารส่วนตำบล/ปลัด/ หัวหน้ากอง	-0.64	-	-1.186 <b>(0.001*)</b>	0.724 <b>(0.005*)</b>
พนักงานเอกชน	0.55	-	-	0.462 <b>(0.083)</b>
พนักงานรัฐบาล	0.99	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงานรวดเร็ว ปลอดภัย จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองกับตำแหน่งงานพนักงานเอกชนมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าตำแหน่ง งานพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.186

ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองกับตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาลมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย มากกว่าตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.724



**ตารางที่ 4.74** แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	คุณภาพการบริการ	
	F	Sig.
1. บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน	0.988	0.373
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที	3.906	<b>0.021*</b>
3. บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ	3.152	<b>0.044*</b>
4. บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้	2.359	0.096
5. บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด	0.034	0.967
6. การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว	3.633	<b>0.028*</b>
7. เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประมวล	5.015	<b>0.007*</b>
8. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน	1.165	0.313

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประมวล มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.021, 0.044, 0.028 และ 0.007 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประมวล แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least-Significant Different (LSD)

ตารางที่ 4.75 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล	
	$\bar{x}$	-0.27	-0.12	0.18
นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	-0.27	-	-0.148 (0.532)	-0.449 (0.013*)
พนักงานเอกชน	-0.12	-	-	-0.301 (0.107)
พนักงานรัฐบาล	0.18	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองกับตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาลมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงทีมากกว่าตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.449

ตารางที่ 4.76 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน		นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล
	$\bar{x}$	-0.002	0.25	0.40
นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	-0.002	-	-0.273 (0.232)	-0.426 (0.014*)
พนักงานเอกชน	0.25	-	-	-0.153 (0.395)
พนักงานรัฐบาล	0.40	-	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.76 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองกับตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาลมีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการมากกว่าตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.426

ตารางที่ 4.77 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	นายกเทศมนตรีตำบล/นายก องค์การบริหารส่วนตำบล/ หัวหน้ากอง	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล
	$\bar{x}$	0.09	-0.45
นายกเทศมนตรีตำบล/นายก องค์การบริหารส่วนตำบล/ ปลัด/หัวหน้ากอง	0.09	-	0.031
พนักงานเอกชน	-0.45	-	-0.510
พนักงานรัฐบาล	0.06	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานพนักงานเอกชนกับตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาลมีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานพนักงานเอกชนมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว มากกว่าตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.510

ตารางที่ 4.78 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประเมินผล จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล
	$\bar{x}$	-0.02	0.38
นายกเทศมนตรีตำบล/ นายกองค์การบริหารส่วน ตำบล/ปลัด/หัวหน้ากอง	-0.02	-	0.736
พนักงานเอกชน	0.38	-	(0.003*)
พนักงานรัฐบาล	0.71	-	-

หมายเหตุ : \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่บริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประเมินผล จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองกับตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ตำแหน่งงานนายกเทศมนตรีตำบล /นายกองค์การบริหารส่วนตำบล /ปลัด/หัวหน้ากองมีบริการที่คาดหวังและการรับรู้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประเมินผลมากกว่าตำแหน่งงานพนักงานรัฐบาล โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.736

### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.79 แสดงภาพรวมการทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานและข้อมูลส่วนบุคคล กับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่าน อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน	ด้านความเป็น รูปธรรมของ การบริการ	ด้านความ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการ บริการ	ด้านการ ตอบสนองต่อ ลูกค้า	ด้านการให้ ความมั่นใจ แก่ลูกค้า	ด้าน ความเห็น ออกเห็นใจ
หน่วยงานที่สังกัด	√	√	-	√	√
รูปแบบการประมุลครั้งล่าสุด	√	√	√	√	-
ลักษณะการประมุลครั้งล่าสุด	√	-	-	√	-
งบประมาณการประมุลครั้ง ล่าสุด	√	√	√	-	-
<b>ข้อมูลส่วนบุคคล</b>					
เพศ	√	√	-	-	-
อายุ	-	√	-	-	-
ระดับการศึกษา	√	√	√	√	√
ตำแหน่งงาน	√	√	-	-	-

หมายเหตุ : √ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- ไม่มีความแตกต่าง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ในการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ” การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากพนักงานปฏิบัติ การ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลังและ พนักงานองค์การเอกชน จำนวน 300 ตัวอย่าง

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ในงานประมูล (e-Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใช้บริการที่มีผลต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด คำถามปลายเปิดลักษณะของคำถามเป็นสเกลวัดระวัดความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ มีทั้งหมด 7 สเกล การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม มีลักษณะดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานที่สังกัด รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด และงบประมาณการประมูล

หน่วยงานที่สังกัด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นองค์การบริการส่วนตำบล รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด ส่วนใหญ่ประมูลแบบเปิดราคา ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด ส่วนใหญ่ใช้ลักษณะการประมูลแบบ e - Auction จ้างงบประมาณการประมูล ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณการประมูลอยู่ที่ 2,000,001 - 10,000,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงาน พนักงานรัฐบาล

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการด้านความคาดหวังในคุณภาพบริการ และด้านการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจริง ต่อ คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังด้านคุณภาพการบริการก่อนรับบริการ โดยรวม ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ในเรื่อง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทที่มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม และบริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวม หลังใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในระดับเห็นด้วยในเรื่อง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทที่มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ที่ใช้บริการ มีความคาดหวังและ การรับรู้ ต่อคุณภาพบริการ โดยรวม ในเกณฑ์ดี ในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ บริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพการบริการในเรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในการบริการ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับบริการ โดยรวม ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมูลบริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมูลผิดพลาด บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ



ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ และบริษัทฯ สามารถดำเนินการ ประมูลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ให้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมภายหลังได้รับบริการ ในระดับ เห็น ด้วย ในเรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ มีความชำนาญในการฝึกอบรม และการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมูล บริษัทฯ ไม่มีประวัติใน การทำการประมูลผิดพลาด การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมูลเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามี ปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงทีและบริษัทฯสามารถดำเนินการประมูลตามเวลาที่ ให้สัญญาไว้ในระดับเห็นด้วย

ผู้ที่ใช้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในเกณฑ์ดี ในเรื่อง คุณภาพการบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมูลของ เจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน บริษัทฯ ให้บริการการประมูลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน โดยได้รับคุณภาพการบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพการบริการในเรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและ แก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับ บริการ โดยรวม ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่แจ้ง กำหนดการวัน เวลา สถานที่อบรม และวันประมูลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการ ให้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาคและการตอบข้อซักถาม ของเจ้าหน้าที่ชัดเจน ในระดับเห็นด้วย

ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการด้าน การตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมภายหลัง ได้รับบริการ ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการ ประมูล เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรม และวันประมูลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่ ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการ ประมูล เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวก่ายเกินหน้าที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ เสมอภาคและเจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างทันท่วงที ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ใช้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในเกณฑ์ ดี ในเรื่อง คุณภาพการบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับ ลูกค้าไม่ก้าวก่ายเกินหน้าที่ เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมูล เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ อยู่ในเกณฑ์ดี

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับบริการ โดยรวม ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมูล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูล และหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว อยู่ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ให้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยรวมภายหลังได้รับบริการ ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมูล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า และเจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ให้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในเกณฑ์ดี ในเรื่อง เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ และ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว โดยได้รับคุณภาพบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนคุณภาพการบริการในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านความเห็นอกเห็นใจ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับบริการ โดยรวม ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวก การชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวกสำหรับผู้ต้องการมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระ ค่าบริการเป็นงวด ๆ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ และเจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจมีความเสียสละ ขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ให้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ โดยรวมภายหลังได้รับบริการ ในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวก การชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัทฯ

กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละ ขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวก สำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล และบริษัทฯ ดำเนินถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ ในระดับ เห็นด้วย

ผู้ให้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในเกณฑ์ดี ในเรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน โดยได้รับคุณภาพการบริการ อยู่ในเกณฑ์ดี

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด งบประมาณที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e -Auction) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์อายุ ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการ

ตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน

จากการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e- Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่สังกัดหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล รูปแบบการประมูลเป็นแบบเปิด ซึ่งทราบราคาที่เสนอแต่ไม่ทราบผู้เสนอราคา ลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นงาน e- Auction จ้างก่อสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างจากระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (กรมบัญชีกลาง 2554) พบว่า การจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าสูง สุด คือ งานก่อสร้างและปรับปรุง ด้วยงบประมาณตั้งแต่ 2,000,001 - 10,000,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักษนรินทร์แสนราช(2549) การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีการประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบการประมูล รูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการประเภทรับเหมาก่อสร้าง/ปรับปรุง/ซ่อมแซม

### ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า พนักงานปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง /กองคลัง พนักงานองค์การเอกชน ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา แสงศิริ (2552 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบจองห้องประชุม อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา สำนักงานใหญ่ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานระดับพนักงานปฏิบัติการ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการด้านความคาดหวังในคุณภาพบริการและด้านการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจริง

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังด้านคุณภาพการบริการก่อนรับบริการในเรื่อง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์

ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรจิราภรณ์ (2552:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาเรื่องห้องประมูลไม่เพียงพอในการประมูล และบริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหาและความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ” ผลการวิจัยพบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ สมรรถนะปานกลาง เพื่อการใช้งานจำนวน 1-2 เครื่องใช้ซอฟต์แวร์ Internet Explorer ในการประมูล ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ ผู้ที่ให้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ในเรื่อง เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรจิราภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” พบว่า แนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพพบว่าจะต้องมากรปรับปรุงเรื่องระเบียบฯ กฎหมายให้เหมือนกัน ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เหมือนกันทุกหน่วยงาน และ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหาและความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ด้านผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาเรื่องผู้ให้บริการไม่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้ ผู้ค้าจึงต้องการให้ผู้บริการตลาดกลางถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ค้าสามารถปฏิบัติงานได้จริง ส่วนคุณภาพการบริการในเรื่อง การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ง่ายต่อการจดจำ และการบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจในการบริการ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับบริการ ในเรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมูลบริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมูลผิดพลาด บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ และ

บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการในเรื่อง บริษัทฯ สามารถให้บริการ รอยงถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะที่ดำเนินการประมวล บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุควาลัย ชันธุ์สูงเนิน (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจประมวลสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” พบว่าการสาเหตุที่ยังไม่แน่ใจการประมวลผ่านผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนของ วิธีการชำระเงินและความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต สินค้าที่ได้รับคุณภาพตรงกับที่ระบุไว้ในเว็บไซต์และเว็บไซต์ที่เปิดการประมวลที่มีประวัติและมีความสามารถในการควบคุมความผิดพลาดได้อย่างชัดเจน ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงทีและบริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ ผู้ที่ใช้บริการ มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อ คุณภาพบริการ ในเรื่อง คุณภาพบริการที่ดีที่สุด ที่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับ คือ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้ได้อย่างเท่าเทียมกัน ส่วนคุณภาพการบริการในเรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับบริการ ในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการวัน เวลา สถานที่อบรม และวันประมวลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างทันท่วงที เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาคและการตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมวลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากรมีปัญหาเรื่องบุคลากรไม่สามารถตัดสินใจ / แก้ปัญหาได้ การรับรู้ภายหลังได้รับบริการ ในเรื่อง เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรม และวันประมวลอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการประมวล เจ้าหน้าที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวก่ายเกินหน้าที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาค และเจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการอย่างทันท่วงที

ผู้ให้บริการ มีความคาดหวังและ การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ในเรื่อง คือ เจ้าหน้าที่ให้ความ เป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวท่ายเกินหน้าที่ เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมูล เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการ มีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับ บริการ ในเรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมูล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง และ น่าเชื่อถือ การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ ให้บริการขณะดำเนินการประมูล และหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการภายหลังได้รับบริการ ในเรื่อง บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบ การประมูล เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุดาวัลย์ ชันท์สูงเนิน (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจประมูลสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” พบว่า การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง กับปัจจัยที่มีผลต่อการประมูลด้านความปลอดภัยมีผลให้มีความสำคัญระดับมาก การติดต่อสื่อสาร ระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า และเจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้บริการ มีความคาดหวังและ การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ในเรื่อง เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ ผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ และ การติดต่อสื่อสารระหว่าง หน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว โดยได้รับคุณภาพการบริการ ส่วนคุณภาพการบริการใน เรื่อง เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ไม่ดี

ด้านความเห็นอกเห็นใจ ผู้ให้บริการ มีความคาดหวัง ต่อคุณภาพการบริการก่อนได้รับ บริการ ในเรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวก การชำระ เงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัทฯ กำหนดอัตรา ค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ ร่วมกัน ของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวกสำหรับผู้ต้องการมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการ ให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระ ค่าบริการเป็นงวด ๆ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและ ผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ และ เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจมีความเสียสละ ขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ผู้ใช้บริการมีการรับรู้

ต่อคุณภาพการบริการ ภายหลังได้รับบริการ ในเรื่อง บริษัทฯ อำนวยความสะดวก การชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลา ที่สะดวก สำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล และบริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วัน และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ในเรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชิตภรณ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า ส่วนปัญหาของทางการตลาดกลางๆ คือ การเก็บค่าบริการไม่ได้

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.1 หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการหน่วยงานที่ สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ามีคุณภาพ การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็วปลอดภัยแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการ หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมูลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ และบริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมูลผิดพลาดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาวัลย์ ชันธุ์สูงเนิน (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจประมูลสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ยังไม่แน่ใจการประมูลผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งของ วิธีการชำระเงิน



และความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต สินค้าที่ได้รับคุณภาพตรงกับที่ระบุไว้ในเว็บไซต์และเว็บไซต์ที่เปิดการประมูลที่มีประวัติและมีความสามารถในการควบคุมความผิดพลาดได้อย่างชัดเจน

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการหน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็วและเจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

ด้านความเห็นอกเห็นใจ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการ หน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการโดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการ เป็นงวด ๆ บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงานแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ วรชิตาภรณ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” พบว่า ส่วนปัญหาของทางการตลาดกลางฯ คือ การเก็บค่าบริการไม่ได้

**สมมติฐานที่ 1.2** รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุดแบบปิดราคาและแบบเปิดราคามีคุณภาพการบริการที่คาดหวังและ การรับรู้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้าน การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและ ด้านความเห็นอกเห็นใจ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเข้าร่วมประมูลแบบเปิดราคา

**สมมติฐานที่ 1.3** ลักษณะการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

เรื่อง บริษัทที่มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของบริษัทฯ มีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม และการบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัยแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชราภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหา เรื่องห้องประมูลไม่เพียงพอในการประมูล และบริษัทที่มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช(2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทางปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ สมรรถนะปานกลาง เพื่อการใช้งานจำนวน 1-2 เครื่องใช้ซอฟต์แวร์ Internet Explorer ในการประมูล

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการ ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาวลัย ชันสูงเนิน (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจประมูล สินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” พบว่า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการประมูลด้านผลิตภัณฑ์มีผลความสำคัญระดับมาก ด้านความปลอดภัย

**สมมติฐานที่ 1.4** งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุดที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด 2,000,000 - 10,000,000 บาทและ 10,000,001 - 25,000,000 บาท มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทางปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ยอดขายโดยเฉลี่ยจากการประมูลต่อปีมากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 2.1** เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว

**สมมติฐานที่ 2.2** อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการอายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง บริษัทฯ ให้บริการการประมูลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกันแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรชิตาภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการประมูลงานอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) จากกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐพบว่ายังมีปัญหาในเรื่องระเบียบการประมูล ที่ยังมีการใช้ระเบียบการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับหน่วยงานของภาครัฐอื่น ที่ยังคงใช้ระเบียบการประมูลที่แตกต่างกัน เช่น ระเบียบของปี พ.ศ. 2548 และปี พ.ศ. 2549

**สมมติฐานที่ 2.3** ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง บริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โพรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ำมีคุณภาพ การบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชิตาภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาเรื่องห้องประมูลไม่เพียงพอในการประมูล และบริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ โพรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรักนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้ำให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ สมรรถนะปานกลาง เพื่อการใช้งานจำนวน 1-2 เครื่องใช้ซอฟต์แวร์ Internet Explorer ในการประมูล

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมูลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงาน ในขณะที่ดำเนินการประมูลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชราภรณ์(2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” พบว่า แนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพพบว่าจะต้องมากรปรับปรุงเรื่องระเบียบฯ กฎหมายให้เหมือนกัน ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เหมือนกันทุกหน่วยงาน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รักษิณรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ด้านผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาเรื่องผู้ให้บริการไม่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้ ผู้ค้าจึงต้องการให้ผู้บริการตลาดกลางถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ค้าสามารถปฏิบัติงานได้จริงการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมูลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน แตกต่างกัน

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผล การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่ อบรมและวันประมูลอย่างชัดเจน การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันทั่วทั้งที่ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชราภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานการประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” พบว่า แนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพ พบว่า จะต้องมีการปรับปรุงเรื่องระเบียบฯ และกฎหมายให้เหมือนกัน ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการกำหนดกฎระเบียบฯ ข้อบังคับให้เหมือนกันทุกหน่วยงานเพื่อลดกฎระเบียบให้น้อยลงเพื่อสะดวกในการปฏิบัติงาน และควรมีการประชาสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานให้เป็นแนวทางเดียวกัน

ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า ผล การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมูลและหลังเสร็จสิ้นการประมูลด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการ

ใช้บริการ บริษัทฯ มีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมูล เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

ด้านความเห็นอกเห็นใจ ผลการวิเคราะห์ ความแตกต่างของคุณภาพการบริการตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เจ้าหน้าที่ทุ่มเท แรงกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ บริษัทฯคำนึงถึงผลประโยชน์ ชนช่วย ให้หน่วยงานประหยัดงบประมาณ บริษัทฯเปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ บริษัทฯคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ ด้านกำไร เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมูล บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ วรชिरาภรณ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานกาประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า ส่วนปัญหาของทางการตลาดกลางฯ คือ การเก็บค่าบริการไม่ได้

**สมมติฐานที่ 2.4** ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง การบริการ รับผิดชอบ ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพการบริการตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ เรื่อง เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที บริษัทฯสามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา เมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบ ได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมูล แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรชिरาภรณ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) ในงานกาประมูลขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะจังหวัดฉะเชิงเทรา ” พบว่า แนวทางในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพพบว่าจะต้องมากรปรับปรุงเรื่องระเบียบฯ กฎหมายให้เหมือนกัน ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เหมือนกันทุกหน่วยงาน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รังนรินทร์ แสนราช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา

เรื่อง “การศึกษาแนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้าให้กับหน่วยงานภาครัฐ โดยวิธี ประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์” ผลการวิจัยพบว่า ด้านผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหา เรื่องผู้ให้บริการไม่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้ ผู้ค้าจึงต้องการให้ผู้ให้บริการตลาดกลาง ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ค้าสามารถปฏิบัติงานได้จริง

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

#### 1. ด้านความเป็นธรรมของการบริการ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เรื่อง การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้า มีคุณภาพ และการตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ ควรมีการปรับปรุง การ ให้บริการโดยการจัดหาอาหารและเครื่องดื่มไว้ต้อนรับช่วงการอบรมและขณะดำเนินการประมูล

#### 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เรื่อง การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อ เข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว ควรมีการปรับปรุงการให้บริการ โดยการสอนเทคนิคการซ่อมระบบกรณี ที่ เกิดการขัดข้องให้พนักงานหากเกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถแก้ไขได้ควรเพิ่มช่องการ อื่น โดยการใช้การ ประมูลผ่าน SMS หรือ เครื่องโทรสารแทนเพื่ออำนวยความสะดวกและดำเนินการให้เสร็จประมูล

#### 3. ด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เรื่อง เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึง ควรมี การ อบรมเจ้าหน้าที่ ในการบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีน้ำใจ ช่วยเหลือลูกค้าขณะปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันสามารถสร้างความมั่นใจ ให้กับผู้ใช้บริการ

### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ให้บริการในเขตภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัด กระบี่ ภูเก็ต ตรัง ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่กำลังทำวิจัย ควรทำการวิจัยโดยการขยายพื้นที่การ วิจัยให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนพัฒนา ปรับปรุงการบริการให้เป็นมาตรฐาน เดียวกัน

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณภาพการบริการตลาดกลางประมุลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอคนด์ เซอร์วิส จำกัด หากมีการศึกษาต่อในครั้งต่อไป ควรศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการตลาดกลางประมุลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

3. การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขการเปิดตลาดเสรีการค้าที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกประมุลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศในงานจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ



## บรรณานุกรม

- กรมบัญชีกลาง . 2550. แนวทางการจัดหาพัสดุด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2549.
- กรมบัญชีกลาง . 2554. ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างจากระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ . สำนักมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (กรมบัญชีกลาง) 2554. [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก : <http://www.gprocurement.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2554]
- กรมบัญชีกลาง . 2553. ทฤษฎีที่ 3 การจัดซื้อจัดจ้างได้กำหนดระบบการซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์. สำนักพัฒนามาตรฐานระบบพัสดุภาครัฐ. เอกสารสัมมนา.
- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น . 2549. “การจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจองค์การมหาชน และหน่วยงานอื่นของรัฐ.” [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก : <http://www.thailocaladmin.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2554].  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- กิตติพงษ์ ศรีมงคล. 2551. การศึกษาการประเมินทัศนคติต่อการประมูลด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล . วิทยานิพนธ์ มหาวชิราวุฒ . สาขาวิศวกรรมและการบริหารการก่อสร้างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- กิตติ ภัคคีวัฒนะกุล. 2547. คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท เคทีพี คอมพิวเตอร์คอน ซัลท์ จำกัด.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. การวิเคราะห์ : สถิติสำหรับการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ครรชิต ยศพรไพบูลย์. “การวัดคุณภาพบริการร้านอาหาร Fast Food ใน 5 ด้าน หลักของ SERVQUAL : ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ,” [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก : [http://www.khukhot.dyndns.org/e\\_auction/index\\_3.php](http://www.khukhot.dyndns.org/e_auction/index_3.php), [สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2554].



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- จิตตรา วันชัย. 2550. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสนามบินสุวรรณภูมิ.  
การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชูชัย สมितिไกร. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฟื่องฤทธิ์ ดันติพลผล 2550. ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการขนส่งสินค้า  
: บริษัท ภูสุวรรณ อินเตอร์เทรด จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. 2547. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ :  
บริษัท เอช.กรุ๊ป จำกัด.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2553. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ :  
ปณิศาปัญญาชนนทร์. 2548. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.
- ประกาศกระทรวงการคลัง . 2548. “เรื่องหลักเกณฑ์การซื้อและการจ้างโดยการประมูลด้วยระบบ  
อิเล็กทรอนิกส์,” [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก : [http://www.khukhot.dyndns.org/e\\_auction/index\\_3.php](http://www.khukhot.dyndns.org/e_auction/index_3.php),  
[สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2554]
- พิชญธิดา ลิ้มสวัสดิวงศ์ . 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- พรทิพย์ วรชราภรณ์. 2551. ปัจจัยของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประมูลงานทางอิเล็กทรอนิกส์  
(e-Auction) ในการประมูลงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษา ศึกษาเฉพาะ  
จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาการบริการทั่วไป  
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัฒนา สิริโชติบัณฑิต . 2548. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ . กรุงเทพฯ : บริษัท แซทโพรพรินติ้ง  
จำกัด. บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้งแมโปรดัคส์ จำกัด.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. ความพึงพอใจ. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (หน้า 775). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์. [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก : <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=3612.0>,  
[สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2554]
- รักนรินทร์ แสนราช . 2549. แนวทาง ปัญหา และความต้องการของการเป็นผู้ค้า ให้กับหน่วยงานภาครัฐ. วิทยานิพนธ์ อดิศยวิทยามหาบัณฑิต. สาขาครุศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วิภา แสงศิริ. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบของห้องประชุม อิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา สำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ  
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. สาขาสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิศิษฐ์ อานาจเจริญ. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตลาดกลางการประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)กรณีศึกษา :บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรกอ วัฒนสกุล 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. โครงการศึกษาการวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุดาวลัย ชันธุ์สูงเนิน. 2549. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจประมูลสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริศักดิ์ สุขชื่น. 2542. คู่มือการพัสดุ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักงาน ก.พ.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย . “การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ.”  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://www.khukhot.dyndns.org/e\\_auction/index\\_3.php](http://www.khukhot.dyndns.org/e_auction/index_3.php),  
[สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2554]

## บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์กลางความรู้แห่งชาติ. 2553. e-Auction [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก : <http://www.tkc.go.th/wiki/show/e+Auction>,

อภิชัย กาญจนษ์ฐายี . 2553. ความต้องการและปัญหาของการเป็นผู้ค้า ให้กับหน่วยงานภาครัฐโดย  
วิธีการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน).  
คั่นคว่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต . สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ธัญบุรี.

อรณี จันทร์สุข. 2553. คุณภาพการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. การคั่นคว่าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.  
สาขา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Gronroos,C 1990. Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service  
Quality. Stockholm University, Sweden.

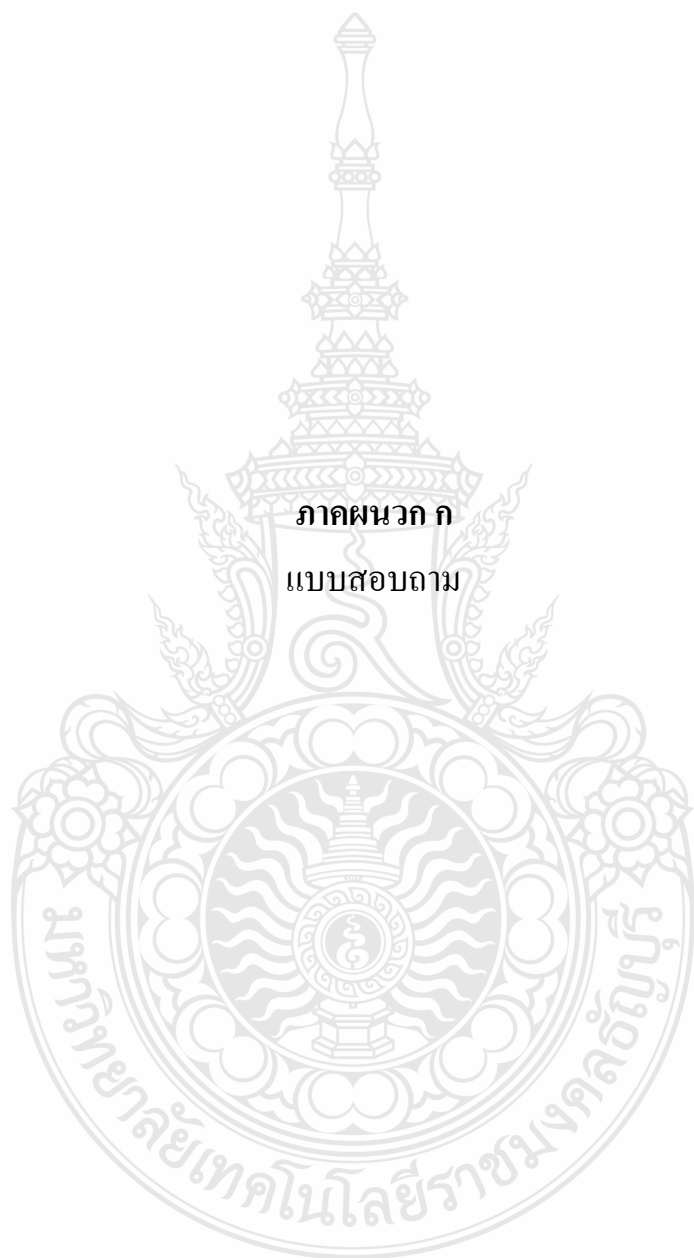
Vroom, V.H. 1964. Work and motivation. New York: Wiley & Son.

Lee, Seok-hoo,Kim, Young-Pil. Hemmington, N., and Yon, Deok-kyun, (2004). Competitive  
service quality improvement (CSQD): **A case study in the fast-food industry**. Food service  
technology. 4,75-84.

Parasuraman,A.,Zeithaml, V.A., & Berry, L.L 1985. **A conceptual model of service quality and  
its implications for future research. Journal of marketing 49 ,Fall : 41-50.**



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม			
-----------------	--	--	--

### แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)

กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเพื่อศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงขอความกรุณาท่านตอบคำถามตามความเป็นจริง คุณภาพการบริการที่ตรงกับความคาดหวังและการรับรู้ ก่อนและหลังได้รับบริการ ขอขอบคุณในความร่วมมือนในการกรอกแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและ การรับรู้คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction) กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

นภาพร สุวรรณวร

ผู้วิจัย

## แบบสอบถาม

## คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)

## กรณีศึกษา บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

1. หน่วยงานที่สังกัด
  1.  องค์การบริหารส่วนจังหวัด
  2.  เทศบาลตำบล
  3.  องค์การบริหารส่วนตำบล
  4.  แขวงกรทาง
  5.  สำนักงานประปา
  6.  ที่ว่าการอำเภอ
  7.  หน่วยงานเอกชน
  8.  หน่วยงานของรัฐ
  9.  อื่นๆระบุ.....
2. รูปแบบการประมูลครั้งล่าสุด
  1.  ประมูลแบบปิดราคา (Sealed Bid Auction) ทราบผู้เสนอราคาแต่ไม่ทราบราคาที่เสนอ
  2.  ประมูลแบบเปิดราคา (English Reverse Auction) ทราบราคาต่ำสุดแต่ไม่ทราบผู้เสนอราคา
3. ลักษณะงานประมูลครั้งล่าสุด
  1.  e - Auction ซื่อ
  2.  e - Auction จ้างก่อสร้าง
  3.  e - Auction จ้างเหมาบริการ
  4.  e - Auction เช่า
4. งบประมาณการประมูลครั้งล่าสุด
  1.  ไม่เกิน 2,000,000 บาท
  2.  2,000,001 - 10,000,000 บาท
  3.  10,000,001 - 25,000,000 บาท
  4.  สูงกว่า 25,000,000 บาท

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลส่วนบุคคล

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

5. เพศ
  1.  ชาย
  2.  หญิง
6. อายุ
  1.  ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี
  2.  26 - 35 ปี
  3.  36 - 45 ปี
  4.  46 ปีขึ้นไป

## 7. ระดับการศึกษา

1.  ต่ำกว่าปริญญาตรี                      2.  ปริญญาตรี  
3.  ปริญญาโท                                4.  ปริญญาเอก

## 8. ตำแหน่งงาน

1.  นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด                      2.  นายกเทศมนตรีตำบล  
3.  นายกองค้การบริหารส่วนตำบล                      4.  ปลัด  
5.  เลขานุการ    6.  หัวหน้ากอง  
7.  พนักงานเอกชน    8.  พนักงานรัฐบาล  
9.  อื่นๆ ระบุ.....

**ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e - Auction)**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ในช่องที่ตรงกับความคาดหวังและการรับรู้ของท่านมากที่สุดเพียงข้อละ 1 คำตอบ

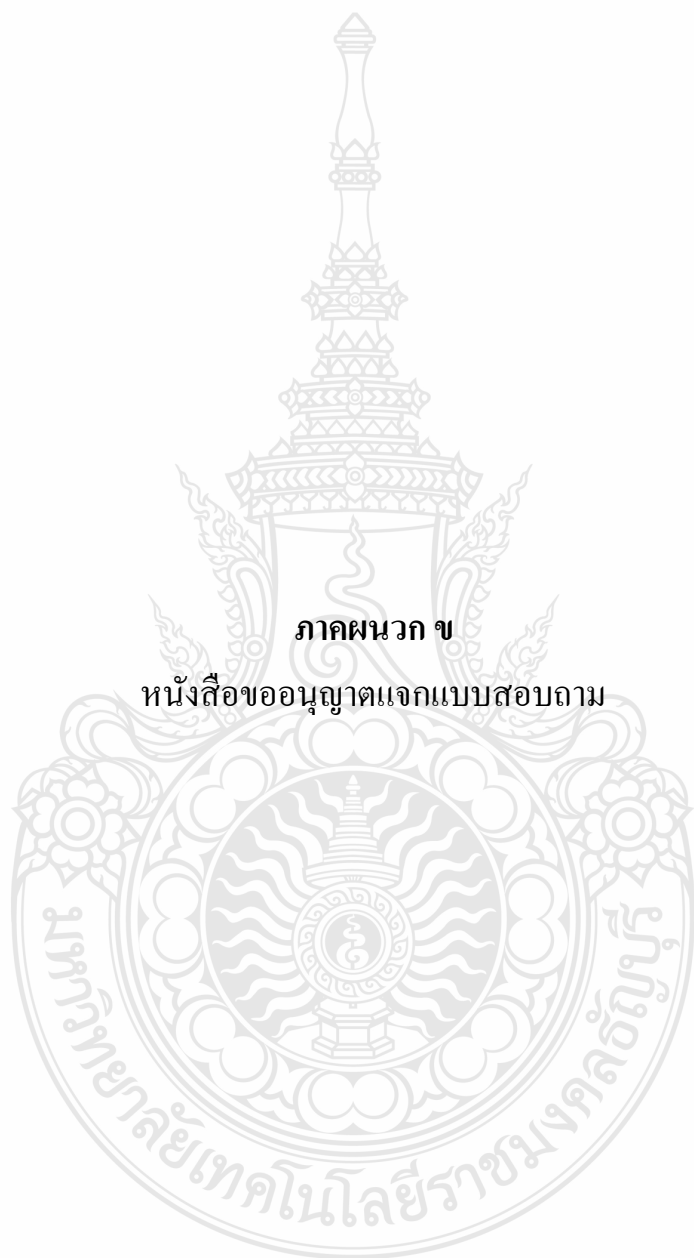
คุณภาพการบริการต่อ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)							การรับรู้บริการ (ภายหลังได้รับบริการ)						
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง							ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
<b>ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)</b>														
1.1 บริษัทฯมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประมูลที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ต	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของบริษัทฯมีพร้อมให้บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องอบรม	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.3 พนักงานมีความสุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.4 การบริการอาหารและเครื่องดื่มช่วงการประมูลและการอบรมผู้ค้ำมี คุณภาพ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.5 การตกแต่งบริษัทฯ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวง่ายต่อการจดจำ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.6 การบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมอบรมและหน่วยงาน รวดเร็ว ปลอดภัย	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.7 เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพการให้บริการแบบมืออาชีพ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1



<b>คุณภาพการบริการต่อ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด</b>	<b>บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)</b>							<b>การรับรู้บริการ (ภายหลังได้รับบริการ)</b>						
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง							ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
<b>ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability)</b>														
1.1 บริษัทฯ ให้บริการการประมวลตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างเท่าเทียมกัน	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.2 เมื่อลูกค้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.3 บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.4 บริษัทฯ สามารถดำเนินการประมวลตามเวลาที่ให้สัญญาไว้	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.5 บริษัทฯ ไม่มีประวัติในการทำการประมวลผิดพลาด	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.6 การให้บริการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อไม่สามารถเชื่อมต่อเข้าระบบได้อย่างรวดเร็ว	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.7 เจ้าหน้าที่มีความชำนาญในการฝึกอบรมและการปฏิบัติงานในขณะดำเนินการประมวล	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.8 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการประมวลของเจ้าหน้าที่ให้บริการละเอียดชัดเจน	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
<b>การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)</b>														
1.1 เจ้าหน้าที่แจ้งกำหนดการ วัน เวลา สถานที่อบรมและวันประมวลอย่างชัดเจน	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.2 การตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ชัดเจน	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาค	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.4 เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญเป็นส่วนตัวกับลูกค้าไม่ก้าวท้าวเกินหน้าที่	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.5 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.6 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลทุกขั้นตอนจนกระทั่งสิ้นสุดการประมวล	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.7 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.8 เจ้าหน้าที่สรุปผลและประกาศผู้ชนะทันทีหลังเสร็จสิ้นการประมวล	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
<b>การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)</b>														
1.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการขณะดำเนินการประมวลและหลังเสร็จสิ้นการประมวลด้วยความรวดเร็ว	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.2 ผู้ให้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1

คุณภาพการบริการต่อ บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	บริการที่คาดหวัง (ก่อนได้รับบริการ)							การรับรู้บริการ (ภายหลังได้รับบริการ)						
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง							ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.3 บริษัทมีการรักษาความลับที่ดีโดยใช้ชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) ในการเข้าสู่ระบบการประมวล	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.4 เจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้า	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.5 การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานผู้ค้าและผู้ให้บริการทำได้อย่างรวดเร็ว	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.6 เจ้าหน้าที่คอยแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
<b>ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)</b>														
1.1 เจ้าหน้าที่ที่ทุ่มเทร่างกาย แรงใจ มีความเสียสละขณะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.2 บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ช่วยให้งานหน่วยงานประหยัคงบประมาณ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.3 บริษัทฯ เปิดทำการในวัน เวลาที่สะดวกสำหรับผู้ต้องมาใช้บริการ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.4 บริษัทฯ คำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของหน่วยงานและผู้ค้าเพื่อความอยู่รอดและบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกำไร	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.5 เจ้าหน้าที่เอาใจใส่การบริการหน่วยงานและผู้ค้าทุกขั้นตอนการประมวล	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.6 บริษัทฯ คำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยการให้เครดิต 30 วันและการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวด ๆ	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.7 บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าบริการและค่าเดินทางเป็นธรรมเหมาะสมกับทุกหน่วยงาน	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1
1.8 บริษัทฯ อำนวยความสะดวกการชำระเงิน เช่น เงินสดและเช็ค	7	6	5	4	3	2	1	7	6	5	4	3	2	1

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

หนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถาม

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๒๖๗๙



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน คุณภักดี สอนทอง ผู้จัดการ

ด้วย นางสาวนภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวนภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๖๖๓๕



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน นายกเทศมนตรี

ด้วย นางสาวนภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวนภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๖๖๘๘



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน นายกองคํการบริหารส่วนจังหวัด

ด้วย นางสาวนภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษณา ดําพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวนภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๑๖๖๗



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน นายกองคํการบริหารส่วนตำบล

ด้วย นางสาวภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขออนุญาตเผยแพร่ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง "คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด"

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขออนุญาตเผยแพร่ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๑๑๗๕



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานแขวงการศึกษา

ด้วย นางสาวนภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา รายวิชา ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวนภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๒๒๐๐



คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง  
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒ มีนาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน คุณเป็ยรินทร์ สอนทอง ผู้จัดการ

ด้วย นางสาวนภาพร สุวรรณวร นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “คุณภาพการบริการตลาดกลางประมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) : กรณีศึกษา บริษัทอินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น เซอร์วิส จำกัด”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา ตำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๔๙๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๔๙๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวนภาพร สุวรรณวร

โทร. ๐๘๖-๘๐๕-๔๒๓๘



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวนภาพร สุวรรณวร
วัน เดือน ปีเกิด	18 พฤษภาคม 2526
ที่อยู่	6/3 หมู่ 2 ตำบลโคกหล่อ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง 92000
การศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต ศาลาฯ พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร พ.ศ. 2554 กำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2554
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2549-2550 บริษัท อินเทลลิเจนท์ โซลูชั่น แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการ พ.ศ. 2551-2552 บริษัท ฟู โท จำกัด ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการ พ.ศ. 2552-2553 โรงเรียนไทยบริหารธุรกิจและพาณิชย์การ ตำแหน่ง อาจารย์สอน พ.ศ. 2553-ปัจจุบัน บริษัท ฟู โท จำกัด ตำแหน่ง ผู้จัดการ
เบอร์โทรศัพท์	08-6805-4238
E-mail	napa-2188@hotmail.com