

50000

ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัด
สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

นายสุเทพ มงคลปทุมรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารรัฐกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

Customer Satisfaction in Service of the Regional Postal Bureau (Region 6)

Nakhon Sawan

Mr. Suthep Mongkolpathumrat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Public Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2008

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการ ไปรษณีย์ในสังกัด
สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

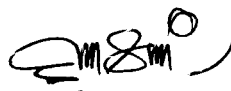
ชื่อและนามสกุล นายสุเทพ มงคลปทุมรัตน์

แขนงวิชา บริหารรัฐกิจ

สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช


อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.เสนห์ จุ้ยโต
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ชินรัตน์ สมสืบ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว



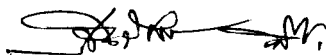
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เชาวลิต)



กรรมการ

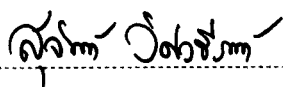
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสนห์ จุ้ยโต)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชินรัตน์ สมสืบ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชา
บริหารรัฐกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ วิศวธีรานนท์)

วันที่ 12 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552

ชื่อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัด

สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ผู้วิจัย นายสุเทพ มงคลปทุมรัตน์ **ปริญญา** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. เสน่ห์ จุ้ยโต (2) รองศาสตราจารย์ ดร.ชินรัตน์

สมสืบ ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ (2) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) ศึกษาปัญหาและแนวทางการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้มาใช้บริการ ณ ที่ทำกรไปรษณีย์จำนวน 105 ที่ทำกรจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการทดสอบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความพึงพอใจในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ในภาพรวม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการจัดสถานที่ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก (2) เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ที่มารับบริการมีความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) สำหรับปัญหาที่ผู้ใช้บริการต้องการให้แก้ไขส่วนใหญ่เป็นปัญหาช่องบริการรับฝากมีน้อย การให้บริการล่าช้า มีการประชาสัมพันธ์น้อย สถานที่บริการอากาศร้อน สถานที่คับแคบโดยเสนอแนะควรเพิ่มช่องให้บริการให้มากขึ้นกว่าเดิม เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝากสำหรับบริการใหม่ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ทางทีวี ควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ควรขยายอาคารให้กว้างกว่าเดิม

คำสำคัญ ความพึงพอใจของลูกค้า การให้บริการไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

Thesis title: Customer Satisfaction in Service of the Regional Postal Bureau (Region 6)
Nakhon Sawan

Researcher: Mr.Suthep Mongkolpathumrat **Degree:** Master of Public Administration

Thesis advisors: (1).Dr. Saneh Juito, Associate Professor; (2) Dr. Chinnarat Somsueb,
Associate Professor **Academic year:** 2008

ABSTRACT

The objectives of this study were to (1) study the satisfaction of post office customers in postal services at the Regional Postal Bureau (Region 6) Nakhon Sawan; (2) compare the satisfaction of post office customers based on personal factors; (3) study the service problems and the appropriate solution approaches for the Regional Postal Bureau (Region 6) Nakhon Sawan.

Samples comprised of 400 customers who received the services from 105 postal offices in Region 6. Instrument used was questionnaires. Data was collected incidentally and was analyzed using frequency, percentage, mean standard deviation, t-test and F-test as statistical tools.

The results showed that: (1) the overall customer satisfaction was high in all 4 services included processes of service system, postal service personnel, management of service area, and public relation system of Regional Postal Bureau (Region 6) Nakhon Sawan; (2) when compared satisfaction of customers, it was found that customers with different sex, ages, marital status, educational level, income, frequency of services received, had no significant differences in their satisfaction on services; as for customers with different occupations, difference in satisfaction was found at .05 level of significance; (3) major problems customers needed to see them solved were inadequate service counters, slow services, less public relations, too warm and too narrow service areas; customers' suggestions were: more service counters and service staff should be provided, new services should be communicated via television screen, air condition should be installed, and building facilities should be expanded.

Keywords: Customer Satisfaction, Postal Service, Regional Postal Bureau (Region 6)

Nakhon Sawan

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก
รองศาสตราจารย์ ดร.เสน่ห์ จุ้ยโต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
และ ดร.ประพฤทธิ์ เขียวสิทธิพร ผู้อำนวยการศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ศูนย์การศึกษาสุโขทัย ดร.เยาวลักษณ์ จันทร์บาง ภาควิชาศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้ข้อคิดเห็นมาโดย
ตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
ไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ที่ร่วมสอนและเขียนตำราเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้วิจัย
ได้นำมาอ้างอิงในการวิจัยและขอขอบคุณคุณสุทธิชัย คุณครูสมพร สนิสมุทฺร และคุณครูกรรณิกา
อุดมกิตติกุล คุณปรานี ชาวจันทร์ที่ช่วยให้คำแนะนำสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่ทำการไปรษณีย์สุโขทัยทุกท่านที่ให้การสนับสนุน
เป็นกำลังใจ พร้อมทั้งกลุ่มเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์ ที่ได้ร่วมศึกษาพร้อม
กันมาตั้งแต่ต้นและเป็นกำลังใจให้แก่กันและกันเสมอมา ผ่านพ้น ปัญหา อุปสรรค ย้ายสถานที่
ศึกษาจากนครสวรรค์ กำแพงเพชร จนถึงสุโขทัยโดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา

พระมหาบุญมี ฐานงุโร พ.ต.ท.สุรวุฒิ พงศ์ทัศนธาดา คุณฐิติญาร์ สิงห์โตทอง
คุณเพิ่ม ภักดีการ คุณวิศิษฎ์ ติบงา คุณสายันต์ ยีดวงษ์ จนถึงวันที่พบกับความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบคุณกำลังใจที่ได้รับจากสมาชิกในครอบครัว คุณพรรณมา นางสาวนภภัทร์
เด็กชายพศวีร์ มงคลปทุมรัตน์ ที่ได้สนับสนุนส่งเสริม ร่วมกันคว้าข้อมูล ร่วมกิจกรรมการเรียน
ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิดที่อบรม สั่งสอน เลี้ยงดูให้ได้รับ
การศึกษาแต่แรกเริ่ม จนได้รับโอกาสเจริญก้าวหน้าในทุกวันนี้

ด้วยรักและกตัญญูรู้คุณบิดา มารดา และครูบาอาจารย์

สุเทพ มงคลปทุมรัตน์

ตุลาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	11
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	12
แนวคิด ทฤษฎีของการให้บริการและกลยุทธ์ตลาดบริการ.....	21
บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.....	38
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
กลุ่มตัวอย่าง.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	61
2 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน สังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์.....	64
3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	70
4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์.....	81
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	91
สรุปการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก.....	112
ก ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม).....	114
ข แบบสอบถาม.....	124
ประวัติผู้วิจัย.....	134

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจงใจตามทฤษฎีของ เฮอร์สเบอร์ก..... 16
ตารางที่ 3.1	แสดงจำนวนประชากรซึ่งจำแนกเป็นแต่ละที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดมี ลูกค้ามาใช้บริการในเดือน มกราคม 2551..... 55
ตารางที่ 3.2	แสดงจำนวนผู้ใช้บริการในเดือน มกราคม 2551 และและกลุ่มตัวอย่าง ของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์..... 56
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง..... 61
ตารางที่ 4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงาน ไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์โดยภาพรวม ในแต่ละด้าน..... 64
ตารางที่ 4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อ การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงาน ไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ในด้านกระบวนการให้บริการ..... 65
ตารางที่ 4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อ การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงาน ไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ..... 66
ตารางที่ 4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อ การให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ในด้านการประชาสัมพันธ์..... 68
ตารางที่ 4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ ในด้านสถานที่ให้บริการ..... 69
ตารางที่ 4.7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าที (t-test) ในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีจำนวนตามตัวแปรเพศ.... 70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอายุ.....	71
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันด้านกระบวนการให้บริการ.....	72
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ มีจำนวนตามตัวแปรสภาพ.....	73
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงาน ไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ มีจำนวนตามตัวแปรระดับการศึกษา.....	74
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอาชีพ	75
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันด้านประชาสัมพันธ์.....	77
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรรายได้.....	78
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์จำแนกตามตัวแปรความถี่ในการใช้บริการ.....	79
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test)ในการ เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรสถานที่ใช้บริการ.....	80
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านกระบวนการให้บริการ.....	81
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านกระบวนการให้บริการ.....	82
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ.....	83
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ.....	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์.....	85
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์.....	86
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการ.....	87
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการ.....	88
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านอื่น ๆ.....	89
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านอื่นๆ..	90

๖

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ภาพที่ 2.1	เปรียบเทียบทฤษฎีจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการของทฤษฎีต่างๆ.....	17
ภาพที่ 2.2	ปัจจัยกระทบกลยุทธ์การตลาดบริการ.....	37

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการไปรษณีย์กำเนิดขึ้นในประเทศไทยตรงกับสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ครั้งแรกเมื่อวันเสาร์ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 9 ปีมะแม เบญจศก 1245 ซึ่งตรงกับ วันเสาร์ที่ 4 สิงหาคม 2426 ได้มีการประกาศเปิดกิจการไปรษณีย์อย่างเป็นทางการแจ้งให้ประชาชนทราบว่าเปิดเดินหนังสือในกรุงเทพฯภายในอาณาเขต ดังนี้

ด้านเหนือ	ถึง	สามเสน
ด้านใต้	ถึง	บางคอแหลม
ด้านตะวันออก	ถึง	สระประทุม
ด้านตะวันตก	ถึง	ตลาดพลู

การพัฒนาการไปรษณีย์ในประเทศไทยระยะแรก พ.ศ.2428–2453 เป็นการเปิดที่ทำการขยายบริการต่าง ๆ มากขึ้นและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขด้านต่าง ๆ เพื่อให้กิจการไปรษณีย์มีรากฐานที่มั่นคงสามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ดีและทั่วถึงยิ่งขึ้นมีการเปิดทำการไปรษณีย์เพิ่มขึ้นทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

ในเรื่องของการให้บริการมีการเพิ่มประเภทสิ่งของรับฝากและบริการต่างๆคือมีการรับฝากตัวอย่างสินค้า (ของตัวอย่าง) และพัสดุไปรษณีย์ ส่วนบริการพิเศษนั้นมีการรับลงทะเบียนและการขอตอบรับแต่การคิดอัตราค่าฝากส่งก็ยังคงแยกเป็นสองอัตราอยู่เหมือนเดิม คือฝากส่งถึงในกรุงเทพมหานครอัตราหนึ่ง และฝากส่งไปยังจังหวัดอื่นๆ อีกอัตราหนึ่ง

ส่วนในเรื่องพระราชบัญญัติไปรษณีย์โทรเลขและโทรศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ในทรงเห็นว่าล้าสมัย จึงให้ร่างพระราชบัญญัติซึ่งก็เป็นเหตุให้มีพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2477 ที่ยังคงใช้ต่อมาทุกวันนี้

ในปี พ.ศ.2471 ทางรัฐบาลให้โอนกิจการออมสินจากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติมาให้กรมไปรษณีย์โทรเลขจัดการและกิจการออมสินก็ได้เจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว (จนกระทั่งปี พ.ศ.2489 จึงได้แยกออกไปตั้งเป็นธนาคารออมสิน)

การเปลี่ยนแปลงระบบบริหารกิจการไปรษณีย์โทรเลขตามความในพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทยนั้นแยกกรมไปรษณีย์โทรเลขออกและมีหน่วยงาน 4 หน่วยงาน

ส่วนหน่วยงานที่เหลือซึ่งเป็นหน่วยงานด้านปฏิบัติการ และการให้บริการต่าง ๆ นั้นให้โอนมาเป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทยมีประกาศรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมในราชกิจจานุเบกษาจัดตั้งการสื่อสารแห่งประเทศไทยขึ้นเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2520 โดยมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจซึ่งได้มีการปรับปรุงพัฒนาบริการให้เจริญก้าวหน้ามาโดยตลอดจนเป็นรัฐวิสาหกิจชั้นนำมีศักยภาพ เครื่องมือและประสิทธิภาพ คุณภาพบริการระดับมาตรฐานสากล เนื่องจากรัฐบาลที่ต้องการแปรสภาพรัฐวิสาหกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่าเอกชนซึ่งการสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจหนึ่งในหลายรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลดังกล่าว และเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรสภาพการสื่อสารแห่งประเทศไทยตามแผนแม่บทพัฒนากิจการ โทรคมนาคมและพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการเป็น 2 บริษัทคือ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท.) ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการปฏิรูประบบโครงสร้างใหม่ ปรับปรุงบริการ และการให้บริการไปรษณีย์แก่ประชาชนทั่วไป และพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจ เพื่อให้ ปณท.ก้าวไกลทันสมัย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการแข่งขันด้านการสื่อสารของภาคธุรกิจเอกชน มีความทันสมัย ความสะดวกรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นบริการด้านอินเทอร์เน็ต การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บริการรับฝากส่งจดหมาย พัสดุภัณฑ์ของบริษัทเอกชน บริการโอนเงินผ่านตู้โอนเงินอัตโนมัติของธนาคารต่าง ๆ และการโอนเงินผ่านร้านสะดวกซื้อหรือกิจการโทรคมนาคมที่ทันสมัยรวดเร็ว ทำให้การใช้บริการไปรษณีย์เช่น การส่งจดหมาย การส่งธนาคัติ การใช้บริการโทรเลขของประชาชนลดลง เนื่องจากมีความล่าช้ากว่าบริการของภาคอื่น ๆ ทำให้บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ต้องประสบปัญหาการขาดทุนได้หากไม่มีการพัฒนาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของระบบทุนนิยมและธุรกิจของบริษัทข้ามชาติ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดจึงได้มีการวางแผนการตลาดแบบเน้นการตลาดเชิงรุก เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของบริษัท โดยมีการวางแผนงานต่าง ๆ อาทิเช่น (1) โครงการระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์รับฝาก โดยการติดตั้งและพัฒนาระบบโปรแกรมเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติทั่วประเทศเปิดให้บริการในรูปแบบ One Stop Service ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกประเภทในทุกช่องบริการ (2) แผนงานปรับปรุงระบบนำจ่ายไปรษณีย์ระยะที่ 2 เพื่อพัฒนาระบบนำจ่ายไปรษณีย์ และยกระดับคุณภาพบริการไปรษณีย์ รวมทั้งขจัดปัญหาไปรษณีย์ตกร้าง โดยการปรับปรุงระบบการนำจ่ายไปรษณีย์ของ

ที่ทำการไปรษณีย์ต่างๆ (3) แผนพัฒนาระบบไปรษณีย์ออนไลน์ปรับเปลี่ยนระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศกับศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดจากระบบออฟไลน์ผ่านคู่สายโทรศัพท์ที่เป็นระบบออนไลน์ผ่านเครือข่ายความเร็วสูง (4) แผนพัฒนาระบบติดตามและตรวจสอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ (Track & Trace) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและตรวจสอบสิ่งของต่าง ๆ ที่จัดส่งทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะได้ว่าอยู่สถานที่ใด และคาดหมายกำหนดวันส่งถึงมือผู้รับได้ และสามารถติดตามตรวจสอบผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา (5) แผนส่งเสริมการให้บริการรับชำระเงิน PAY AT POST เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับเป็นตัวแทนรับชำระเงินให้แก่หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานธุรกิจต่างๆมากขึ้น (6) แผนติดตั้งตู้จำหน่ายหอยออนไลน์เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการซื้อหอยออนไลน์ โดยที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศเป็นเครือข่ายของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำหน่ายหอยออนไลน์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย เนื่องจากมีเครือข่ายทั่วประเทศมีความพร้อมด้านสถานที่และระบบเครือข่ายออนไลน์ (7) แผนจัดตั้ง เฟรนไชส์ไปรษณีย์เพื่อให้บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีสาขาในการให้บริการเพิ่มขึ้นอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยให้เอกชนมามีส่วนร่วมให้บริการไปรษณีย์ในรูปแบบธุรกิจเฟรนไชส์ไปรษณีย์ ซึ่งจะออกแบบให้มีรูปแบบทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะ (8) แผนพัฒนาการให้บริการรับส่งสิ่งของพร้อมเก็บเงินที่บ้านเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการในการส่งสิ่งของ สินค้าไปให้แก่ผู้รับปลายทาง ซึ่งที่ทำการไปรษณีย์จะนำสิ่งของสินค้าไปส่งพร้อมเก็บเงินถึงบ้าน โดยไม่ต้องเดินทางไปรับสิ่งของและจ่ายเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ รวมถึงเป็นการเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าชุมชน 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์และสินค้าอื่น ๆ ของผู้ประกอบการให้มีช่องทางในการจำหน่ายได้สะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้นในการส่งสิ่งของ สินค้า และเก็บเงินปลายทาง (9) แผนการจำหน่ายสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล (10) แผนพัฒนาการให้บริการธนาณัติ WESTERN UNION ระบบออนไลน์เพื่อให้บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถโอนเงินระหว่างประเทศทั่วโลกด้วยระบบออนไลน์ โดยเชื่อมระบบการรับ-จ่ายเงินธนาณัติกับ WESTERN UNION (11) การรับ-ส่งเอกสาร วัสดุครุภัณฑ์ แบบพิมพ์ และBANK NOTE ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ทั่วประเทศ ในอัตราหมาจ่ายเป็นรายปี

ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ประกอบด้วย
 ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 18 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดอุทัยธานี
 จำนวน 9 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 11 ที่ทำการ
 ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดตากจำนวน 8 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสุโขทัย

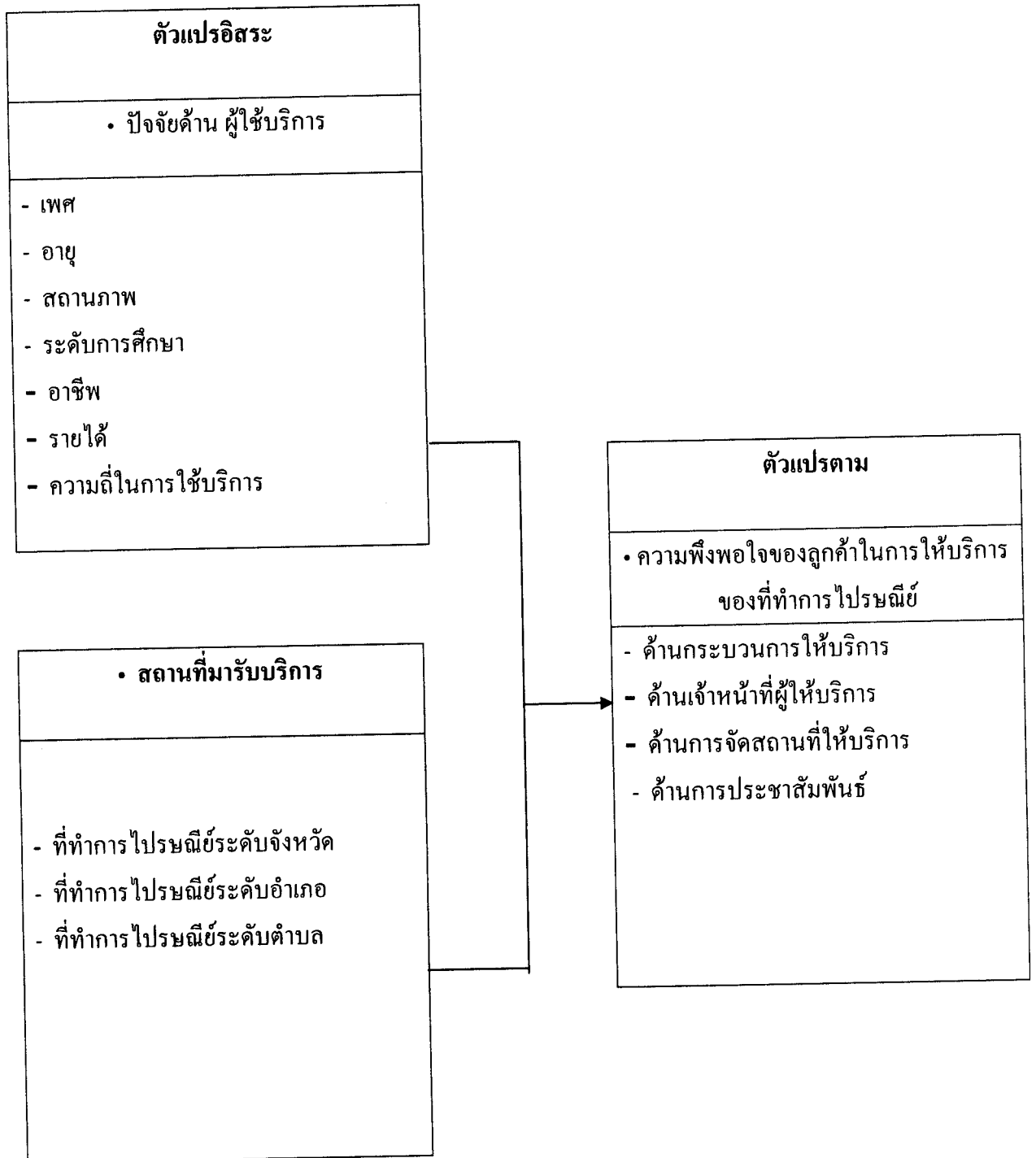
จำนวน 13 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 15 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดพิจิตรจำนวน 13 ที่ทำการ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 18 ที่ทำการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 105 ที่ทำการ จากสภาพในปัจจุบันธุรกิจไปรษณีย์เสมือนว่ามีการให้บริการไปรษณีย์ผูกขาดเพียงหน่วยงานเดียว แต่แท้จริงแล้วธุรกิจไปรษณีย์เอกชนได้พัฒนารูปแบบการให้บริการที่เข้ามามีส่วนแบ่งในธุรกิจไปรษณีย์ มีการช่วงชิงลูกค้าในธุรกิจไปรษณีย์ไปมีใช้น้อย อีกทั้งความต้องการของลูกค้ามีมากขึ้น การตอบสนองความต้องการของลูกค้าการสร้างคามพึงพอใจในการให้บริการที่รวดเร็วมาตรฐานคุณภาพบริการเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำนวน 105 ที่ทำการ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์
- 2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.3 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทางทฤษฎี และแนวคิดการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับเรื่องที่ทำกรวิจัยและผลงานวิจัยบางเรื่องที่สำคัญ ๆ มาพิจารณาซึ่งมีตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อการทดสอบไว้ดังนี้

- 4.1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.3 ลูกค้ำที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.6 ลูกค้ำที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.7 ลูกค้ำที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน
- 4.8 ลูกค้ำใช้บริการต่างสถานที่รับบริการ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้คือ

5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ทำการวิจัยเฉพาะประชากรที่เป็นกลุ่มลูกค้ำผู้มาใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์จำนวน 8 จังหวัด 105 ที่ทำการ

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยยึดกรอบแนวคิดวิธีบริการที่ประทับใจและสร้างความ

พึงพอใจในการใช้บริการ โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

5.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่คุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และความถี่ในการใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

5.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ครอบคลุม 4 ด้าน คือ

- 1) ด้านกระบวนการให้บริการ
- 2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- 3) ด้านการจัดสถานที่ให้บริการ
- 4) ด้านการประชาสัมพันธ์

5.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการวิจัยคือ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2551-ตุลาคม 2551 โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วจัดส่งออกสอบถามในระหว่างเดือน สิงหาคม 2551-กันยายน 2551

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์จำนวน 105
ที่ทำการ

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ความถี่ในการมาใช้บริการ
- ที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัด
- ที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ
- ที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล

ตัวแปรตาม ได้แก่

- ด้านกระบวนการให้บริการ
- ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- ด้านการจัดสถานที่ให้บริการ
- ด้านการประชาสัมพันธ์

6. ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์และในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งผลการศึกษาวิจัย จึงเป็นเพียงข้อสรุปในช่วงเวลาดังกล่าวสำหรับที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ เท่านั้น

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) หมายถึงความรู้สึกของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นความประทับใจ หรือไม่ประทับใจ ภายหลังจากการใช้สินค้าหรือใช้บริการ โดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีต่อสินค้าหรือบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

7.2 บริการ (Service) หมายถึงกิจกรรมหรือกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่งของที่ทำกรไปรษณีย์ในอันที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ

7.3 ลูกค้า (Customer) หมายถึงประชาชนที่ใช้บริการและได้รับบริการในรูปแบบต่าง ๆ ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

7.4 กระบวนการให้บริการ หมายถึง การเตรียมการก่อนการให้บริการ การแนะนำช่องทางให้บริการ การจัดการให้บริการก่อนหลัง การเคลียร์คิว ความพร้อมของอุปกรณ์ในการให้บริการ ระยะเวลารอคอยการใช้บริการหรือขั้นตอนการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

7.5 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง การจัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการรวมถึงพฤติกรรม การให้บริการของเจ้าหน้าที่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

7.6 การจัดสถานที่ให้บริการ หมายถึง ตกแต่งอาคาร และบริเวณโดยรอบ รวมถึง วัสดุอุปกรณ์และสิ่งปลูกสร้างเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการของที่ทำการ ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

7.7 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดแผนประชาสัมพันธ์ ประกาศ การแจ้งการ สื่อสารด้วยวิธีการอื่นใดเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ได้ทราบข่าวสารที่เกี่ยวกับการให้บริการ

7.8 ความถี่ในการให้บริการ หมายถึง จำนวนครั้งที่มาติดต่อใช้บริการของที่ทำการ ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยใช้ระยะเวลาในหนึ่งเดือนจำนวน กี่ครั้ง

7.9 ที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัด หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งขึ้นในจังหวัด นั้น ๆ ที่มีการให้บริการตามที่บริษัทไปรษณีย์ จำกัด ได้กำหนด โครงสร้างและระบบงานที่แตกต่าง จากที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอและที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล

7.10 ที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งขึ้นในอำเภอ นั้น ๆ ที่มีการให้บริการตามที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้กำหนด โครงสร้างและระบบงานที่ แตกต่างจากที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัด และที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล

7.11 ที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งขึ้นในตำบลนั้น ๆ ที่มีการให้บริการตามที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้กำหนด โครงสร้างและระบบงานที่แตกต่าง จากที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัดและที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ

7.12 ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 105 ที่ทำการในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 18 ที่ทำการ, จังหวัด อุทัยธานีจำนวน 9 ที่ทำการ, จังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 11 ที่ทำการ, จังหวัดตากจำนวน 8 ที่ทำการ, จังหวัดสุโขทัยจำนวน 13 ที่ทำการ, จังหวัดพิษณุโลกจำนวน 15 ที่ทำการ, จังหวัดพิจิตร จำนวน 13 ที่ทำการ, จังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 18 ที่ทำการ

7.13 ไปรษณีย์จังหวัดนครสวรรค์ หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์นครสวรรค์, ที่ทำการไปรษณีย์สวรรค์วิถี, ที่ทำการไปรษณีย์จิระประวัตติ, ที่ทำการไปรษณีย์หนองบัว, ที่ทำการไปรษณีย์ชุมแสง, ที่ทำการไปรษณีย์พยุหะคีรี, ที่ทำการไปรษณีย์ตาลดี, ที่ทำการไปรษณีย์ ลาดยาว, ที่ทำการไปรษณีย์ท่าตะโก, ที่ทำการไปรษณีย์โกรกพระ, ที่ทำการไปรษณีย์บรรพตพิสัย, ที่ทำการไปรษณีย์ตากฟ้า, ที่ทำการไปรษณีย์ช่องแค, ที่ทำการไปรษณีย์ไพศาลี, ที่ทำการไปรษณีย์ แก้วเลี้ยว, ที่ทำการไปรษณีย์หนองเบน, ที่ทำการไปรษณีย์ทับกฤช, ที่ทำการไปรษณีย์จันเสน

7.14 ไปรษณีย์จังหวัดอุทัยธานี หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์อุทัยธานี, ที่ทำการไปรษณีย์หนองฉาง, ที่ทำการไปรษณีย์ทัพทัน, ที่ทำการไปรษณีย์หนองขาหย่าง,

ที่ทำการไปรษณีย์บ้านไร่, ที่ทำการไปรษณีย์สว่างอารมณ์, ที่ทำการไปรษณีย์ลานสัก,
ที่ทำการไปรษณีย์เขาบางแกรก, ที่ทำการไปรษณีย์เมืองกาฐัง

7.15 ไปรษณีย์จังหวัดกำแพงเพชร หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์กำแพงเพชร,
ที่ทำการไปรษณีย์พรานกระต่าย, ที่ทำการไปรษณีย์คลองขลุง, ที่ทำการไปรษณีย์จามจุรลักษ์บุรี,
ที่ทำการไปรษณีย์สลกบาตร, ที่ทำการไปรษณีย์ไทรงาม, ที่ทำการไปรษณีย์ปากคอง,
ที่ทำการไปรษณีย์ลานกระบือ, ที่ทำการไปรษณีย์คลองลาน, ที่ทำการไปรษณีย์ทุ่งทราย,
ที่ทำการไปรษณีย์ระหาน

7.16 ไปรษณีย์จังหวัดตาก หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ตาก, ที่ทำการไปรษณีย์แม่สอด
ที่ทำการไปรษณีย์บ้านตาก, ที่ทำการไปรษณีย์สามเงา, ที่ทำการไปรษณีย์แม่ระมาด,
ที่ทำการไปรษณีย์ท่าสองยาง, ที่ทำการไปรษณีย์พบพระ, ที่ทำการไปรษณีย์อุ้มผาง

7.17 ไปรษณีย์จังหวัดสุโขทัย หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์สุโขทัย, ที่ทำการไปรษณีย์
สวรรคโลก, ที่ทำการไปรษณีย์ศรีสำโรง, ที่ทำการไปรษณีย์ศรีสัชชาลัย,
ที่ทำการไปรษณีย์บ้านด่านลานหอย, ที่ทำการไปรษณีย์ทุ่งเสลี่ยม, ที่ทำการไปรษณีย์คีรีมาศ,
ที่ทำการไปรษณีย์กงไกรลาศ, ที่ทำการไปรษณีย์ศรีนคร, ที่ทำการไปรษณีย์ท่าชัย,
ที่ทำการไปรษณีย์เมืองเก่า, ที่ทำการไปรษณีย์บ้านสวน, ที่ทำการไปรษณีย์บ้านใหม่ไชยมงคล

7.18 ไปรษณีย์จังหวัดพิษณุโลก หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์พิษณุโลก,
ที่ทำการไปรษณีย์อรุณภูมิ, ที่ทำการไปรษณีย์บางกระทุ่ม, ที่ทำการไปรษณีย์นครไทย,
ที่ทำการไปรษณีย์วังทอง, ที่ทำการไปรษณีย์บางระกำ, ที่ทำการไปรษณีย์พรหมพิราม, ที่ทำการ
ไปรษณีย์วัดโบสถ์, ที่ทำการไปรษณีย์ชาติตระการ, ที่ทำการไปรษณีย์หนองตม, ที่ทำการไปรษณีย์
เนินมะปราง, ที่ทำการไปรษณีย์เนินกุ่ม, ที่ทำการไปรษณีย์แก่งโสภา, ที่ทำการไปรษณีย์วัดพริก,
ที่ทำการไปรษณีย์ชุมแสงสงคราม

7.19 ไปรษณีย์จังหวัดพิจิตร หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์พิจิตร, ที่ทำการไปรษณีย์
ตะพานหิน, ที่ทำการไปรษณีย์บางมูลนาก, ที่ทำการไปรษณีย์โพทะเล, ที่ทำการไปรษณีย์สามง่าม,
ที่ทำการไปรษณีย์ทับคล้อ, ที่ทำการไปรษณีย์สากเหล็ก, ที่ทำการไปรษณีย์หัวดง, ที่ทำการไปรษณีย์
วังทรายพูน, ที่ทำการไปรษณีย์โพธิ์ประทับช้าง, ที่ทำการไปรษณีย์วังตะกู,
ที่ทำการไปรษณีย์กำแพงดิน, ที่ทำการไปรษณีย์เขาทราย

7.20 ไปรษณีย์จังหวัดเพชรบูรณ์ หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์เพชรบูรณ์, ที่ทำการ
ไปรษณีย์หล่มสัก, ที่ทำการไปรษณีย์หล่มเก่า, ที่ทำการไปรษณีย์วิเชียรบุรี,
ที่ทำการไปรษณีย์หนองไผ่, ที่ทำการไปรษณีย์ชนแดน, ที่ทำการไปรษณีย์บึงสามพัน,
ที่ทำการไปรษณีย์ศรีเทพ, ที่ทำการไปรษณีย์พยุหะ, ที่ทำการไปรษณีย์คางชุม,

ที่ทำการไปรษณีย์วังชมพู, ที่ทำการไปรษณีย์นาเกลือ, ที่ทำการไปรษณีย์วังพิบูล,
 ที่ทำการไปรษณีย์วังโป่ง, ที่ทำการไปรษณีย์ท่าพล, ที่ทำการไปรษณีย์น้ำหนาว, ที่ทำการไปรษณีย์
 เขาค้อ, ที่ทำการไปรษณีย์แคมป์สน

8. ประโยชน์ที่จะได้รับ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้คือ

8.1 ทำให้เกิดกรอบแนวความคิดในการนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้กิจการไปรษณีย์ของไทยสามารถแข่งขันได้และดำรงอยู่ของธุรกิจตลอดไป

8.2 ทำให้ได้ทราบแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและบุคลากรในปัจจุบันของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้นำไปประยุกต์ใช้กับที่ทำการไปรษณีย์แห่งอื่น ๆ ต่อไป

8.3 ทำให้ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับที่ทำการไปรษณีย์อย่างต่อเนื่องต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของ
ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีของการให้บริการและกลยุทธ์ตลาดบริการ

ตอนที่ 3 บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

3.1 ความเป็นมาของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

3.2 วิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด

3.3 แนวทางการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทไปรษณีย์ไทย

จำกัด

ตอนที่ 4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามพจนานุกรมด้านพฤติกรรมศาสตร์กล่าวว่า
เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคล ที่มีความสุขความอึดอ้อมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจได้รับ
การตอบสนอง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามพจนานุกรมด้านจิตวิทยาเป็นความรู้สึก
ในขั้นแรกเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์และความรู้สึกขั้นสุดท้าย เมื่อบรรลุถึงจุดหมายโดยมีแรงกระตุ้น
ตามหลักจิตวิทยา (Social Psychology) ความพึงพอใจจัดเป็นทัศนคติที่ต้องผ่าน
กระบวนการรับรู้และตีความของบุคคล (สถิต, 2529 : 193)

ไพบูลย์ เจริญพานิช (2539 : 6) ให้ความเห็นว่าความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้าน
ความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของ

กระบวนการประเมินโดยบ่งบอกทิศทางของการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉยๆต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นได้

Minn และคณะ (อ้างในประชัย, 2531: 56) กล่าวว่ากระบวนการรับรู้ตีความของบุคคล รวมทั้งการพัฒนาการของทัศนคติของบุคคล ย่อมแตกต่างกันไปตามภูมิหลัง และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในการประเมินสิ่งที่ได้รับรู้นั้นเป็นสำคัญด้วยเหตุนี้ บุคคล 2 คนอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันและภายใต้สถานการณ์เดียวกันจึงมักเกิดความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ต่างกันได้

Michael R. Solomon (1996: 323) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้าตัดสินได้จากความรู้สึก หรือทัศนคติโดยรวมของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหลังจากได้ซื้อหรือได้ใช้บริการไปแล้ว

การมีความรับผิดชอบ การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการในทุกกรณี จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่น

ฟิทซ์เจอร์ลด์ และคูรานท์ (Fitzgerald and Duraut, 1980: 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับเกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วยโดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบการบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

กันด์แลช และเนลสัน (Gundlach and Nelson 1983: 41) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังการพบปะกัน พฤติกรรมการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า หลังจากได้รับบริการเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

ชนะ กล้าชิงชัย (2541: 7) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนะของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจซึ่งจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล

หลุย จำปาเทศ (2533: 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความต้องการ (Need)

ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข จะสังเกตได้จาก สายตา คำพูด และการแสดงออก

วิลลิสท์ ทรายางกูร (2526, อ้างถึงใน ฝ่ายแผนงานและประเมินผล กองวิชาการและแผนงาน กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม 2543:11) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ ว่าเป็น การให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่า ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2542: 19) และอนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 169) ให้ความหมายที่สอดคล้องกันว่า “ความพึงพอใจ” มีความหมายโดยทั่ว ๆ ไปว่าระดับ ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทฤษฎีความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์

พูนศิริ วัจนะภูมิ (2542: 149-156) กล่าวว่าทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการจูงใจ ที่ผู้ประกอบการดำเนินงานบริการความรู้ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความพึงพอใจพนักงาน และผู้ซื้อบริการ ทฤษฎีเหล่านี้ได้แก่ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ ทฤษฎีความต้องการของแมคคิลเลนด์ ทฤษฎีการจูงใจของเซอร์เบอร์ก ทฤษฎีความคาดหวังของรูม และทฤษฎีการเสริมแรง

1.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow s hierarchy of needs)

อับราฮัม มาสโลว์ ได้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการของคนจะเป็นจุดเริ่มต้นของ กระบวนการจูงใจ และความต้องการจะแบ่งออกเป็นระดับ ๆ กัน โดย Maslow ได้ตั้งข้อสมมติฐาน เกี่ยวกับความต้องการของบุคคลว่า

1. คนมีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด เมื่อต้องการสิ่งใดได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นต่อไปเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้น
2. ความต้องการของคนไม่ได้รับการตอบสนอง จะยังเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับความตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป
3. ความต้องการของคนจะเรียงตามลำดับความสำคัญ เมื่อความต้องการขั้นใดได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการในขั้นสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ

มาสโลว์ (Maslow) ได้จัดลำดับขั้นความต้องการของคนไว้ 5 ขั้นดังนี้

- ขั้นที่ 1 ความต้องการทาง ด้านร่างกาย
- ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย-มั่นคง
- ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม-ความรัก

ขั้นที่ 4 ความต้องการความยกย่องนับถือ

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จ

1.2 ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's modified need hierarchy theory)

เคลย์ตัน แอลเดอร์เฟอร์ (Clayton Alderfer) เรียกว่าทฤษฎี อี.อาร์.จี (ERG) existence-relatedness-growth Theory โดยแบ่งความต้องการของบุคคลเป็น 3 ประการคือ

1. ความต้องการมีชีวิตอยู่ (existence need) เป็นความต้องการที่ตอบสนองเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป ได้แก่ ความต้องการทางกาย และความต้องการความปลอดภัย

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น (Relatedness needs) เป็นความต้องการของบุคคล ที่จะมิมีมิตรสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างอย่างมีความหมาย

3. ความต้องการเจริญก้าวหน้า (Growth need) เป็นความต้องการสูงสุดรวมถึงความต้องการได้รับการยกย่องและความสำเร็จในชีวิต

ทฤษฎี อี.อาร์.จี เป็นความต้องการที่มีจำนวนน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของทฤษฎีมาสโลว์ และเน้นถึงการทำให้เกิดความพอใจในความต้องการของมนุษย์ โดยไม่ได้คำนึงถึงความต้องการที่เกิดขึ้นของมนุษย์ จะเป็นไปตามลำดับขั้นเช่นเดียวกับทฤษฎีมาสโลว์เพราะความต้องการหลาย ๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน

1.3 ทฤษฎีการจูงใจของเฮอรัลด์เบิร์ก (Frederick Herzberg) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากนักบริหาร ทฤษฎีนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อด้วยกันคือ ทฤษฎีสองปัจจัย (two-factor theory) หรือ ทฤษฎีการจูงใจและชำระรักษา (motivation-maintenance theory) หรือทฤษฎีการจูงใจ-สุขอนามัย (motivation-hygiene theory)

ทฤษฎีนี้ พัฒนามาจากผลการวิจัย ซึ่งเฮอรัลด์เบิร์กและคณะ ได้ทำการศึกษาวิจัยวิศวกรและนักบัญชีโดยสอบถามความรู้สึกเกี่ยวกับความพอใจในการทำงาน ซึ่งสรุปได้ว่า ความพอใจในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานนั้นแตกต่างกัน การที่บุคคลมีความพอใจในการทำงาน ไม่ได้หมายความว่าเขาคงต้องมีแรงจูงใจในการทำงานเสมอไป ความพอใจในการทำงานจะมีผลให้บุคคลทำงาน โดยไม่คิดจะลาออกจากงานหรือนักหยุดงาน แต่แรงจูงใจในการทำงานจะทำให้บุคคลเข้าทำงานด้วยความมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรมของพนักงาน จึงมีอยู่ 2 ประเภท

1. ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation factor) เป็นปัจจัยก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน

2. ปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factor) เป็นปัจจัยที่มีใช้สิ่งจูงใจโดยตรงในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ตาราง 2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจตามทฤษฎีของ เฮอรัสเบอร์ก

ปัจจัยกระตุ้น	ปัจจัยสุขอนามัย
งานที่ท้าทาย	สถานภาพ(ตำแหน่ง)
ความสำเร็จ	ความสัมพันธ์ในหน่วยงาน
ความเจริญก้าวหน้า	(ผู้บังคับบัญชา/ผู้ใต้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน)
ความรับผิดชอบ	การบังคับบัญชา
การเป็นที่ยอมรับ	นโยบายองค์การและการบริหาร
ความเป็นอิสระในการแสดงออก	ความมั่นคงของงาน
การมีส่วนร่วมในการวางแผน	เงินเดือน
กำหนดนโยบายและบริหาร	

ทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด์ (McClelland 's acquired-need theory) แมคคลีแลนด์ ได้ศึกษาไว้ว่า ความต้องการไม่ใช่สิ่งที่ถ่ายทอดทางกรรมพันธุ์แต่เป็นสิ่งที่แต่ละคนจะต้องเรียนรู้และแต่ละคนจะมีความต้องการที่แตกต่างกันโดยได้เน้นถึงความต้องการ 3 ประการคือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) คนที่ต้องการความสำเร็จจะมีคุณลักษณะที่ชอบงานท้าทายแข่งขัน มีผลงานเป็นของตัวเองได้ ต้องการข้อมูลป้อนกลับอย่างแรงกล้า เพื่อประเมินผลงานที่มีทักษะในการวางแผนการดำเนินงานในระยะยาวและมีความรับผิดชอบในสิ่งที่ทำเสมอ
2. ความต้องการความผูกพัน (The need for affiliation) เป็นความต้องการยอมรับเป็นพวกมีความผูกพันกับกลุ่มคนในสังคม มีการติดต่อสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นอย่างเป็นมิตร

3. ความต้องการมีอำนาจ (The need power) เป็นความต้องการที่จะใช้อำนาจสร้างอิทธิพลและครอบงำผู้อื่น การมีอำนาจเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้นำจากการวิจัยพบว่าผู้จัดการขายที่ต้องการอำนาจจะมีความสามารถผลักดันให้ได้ผลงานมากกว่าผู้จัดการที่ต้องการความผูกพัน

Maslow Herzberg	McClelland
ความต้องการ ความสำเร็จปัจจัยกระตุ้น	ความต้องการ ความสำเร็จ
ความต้องการยกย่องนับถือ	ความต้องการอำนาจ
ความต้องการทางสังคม	ความต้องการความผูกพัน
ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย	ปัจจัยสุขอนามัย
ความต้องการทางร่างกาย	

ภาพที่ 2.1 เปรียบเทียบทฤษฎีจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการของทฤษฎีต่าง ๆ

ที่มา : Courtland L. Bovee and Others Management, 1993: 446 (อ้างถึง พูนศิริ วัจนะภูมิ 2542 ; 154) การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประทับใจผู้รับบริการ สำหรับผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ดังนี้ (รัฐธนา เนาวนุตตร, 2544: 6-8)

1. ผู้ให้บริการความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการให้บริการ โดยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากตัวผู้ให้บริการเป็นสำคัญลำดับแรกเพราะความรู้สึกที่ผู้รับบริการมีต่อพนักงาน และทำที่ทัศนคติพนักงานที่มีต่อภารกิจของตนและต่อผู้มาติดต่อ ถ้าหากจุดนี้ล้มเหลวก็เป็นการยากที่จะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้คุณสมบัติของผู้ให้บริการประกอบด้วย

1.1 ความยิ้มแย้มแจ่มใส เพราะคงไม่มีใครอยากจะทำติดต่อกับคนหน้าตาบูดบึ้งทำทางไม่รับแขก การยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นการยื่นไมตรีหรือให้การต้อนรับที่ดีที่สุดเมื่อคนเราพบหน้ากันไม่ว่าจะอารมณ์ปลอดโปร่งได้ตลอดเวลาจะมีเรื่องนั้นเรื่องนี้เข้ามารบกวนให้อารมณ์ขุ่นมัวได้ ด้วยเหตุนี้หากเรามีหน้าที่พบปะติดต่อกับผู้รับบริการ จึงจำเป็นต้องรู้จักควบคุมจิตใจและอารมณ์ให้เป็นปกติอย่าปล่อยให้ออกมาทางหน้าตาที่ทำให้คนอื่นเห็นแล้วอยากหลีกเลี่ยงให้ห่าง

1.2 การมีจิตวิญญาณของการให้บริการ จิตใจนั้นเป็นสิ่งกำหนดที่ทำและพฤติกรรมของคนเรานั้น หากตั้งความคิดว่าเราอยากให้คนอื่นได้รับความพึงพอใจแบบนี้ก็จะให้เกิดการบริการที่ดีมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจได้ แต่มีเป็นจำนวนไม่น้อยที่ผู้ให้บริการไม่มีจิตวิญญาณของการให้บริการ ตั้งความคิดหรือมีความรู้สึกว่าเป็นการทำงานเพราะเป็นหน้าที่ที่เข้าไปให้เสร็จ ๆ ไปวันหนึ่ง ๆ จึงทำหน้าที่อย่างแล้งน้ำใจและไร้ความรู้สึกที่จะคำนึงถึงจิตใจของผู้รับบริการว่าเป็นอย่างไร จริงอยู่แม้งานนั้นจะแล้วเสร็จแต่คงไม่สร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการแต่อย่างใด

1.3 ความกระตือรือร้นหรือการต้อนรับขับสู้ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญเพราะหากพนักงานมีท่าทีเช่นนั้นย่อมทำให้ผู้มาติดต่อรู้สึกอบอุ่นจากการยินดีต้อนรับให้คำแนะนำให้บริการที่ดีอย่างสุดความสามารถอย่างนี้ใคร ๆ ก็จะประทับใจเมื่อมาติดต่อ

1.4 มีมนุษยสัมพันธ์ การมีโอกาสปราศรัย การทักทายด้วยไมตรีจิตเป็นคุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งของผู้ให้บริการ

1.5 การมีศิลปะในการพูด หมายรวมถึงการใช้ถ้อยคำวาจาโดยสุภาพอ่อนน้อม การใช้น้ำเสียงเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความประทับใจ

1.6 บุคลิกภาพดี หมายรวมถึง การแต่งตัว เสื้อผ้า เครื่องประดับ สีสัน แบบหรือลวดลายทั้งหมดที่อยู่บนตัวเรา ควรเหมาะสมกับกาลเทศะ ภาระหน้าที่ ตำแหน่งงาน การแต่งตัวจะหมายรวมถึงในรายละเอียดมากมายตั้งแต่ทรงผม การแต่งหน้า ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เมื่อรวมกันแล้วหากเราศึกษาหาความรู้เราก็จะแต่งตัวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ทำให้ส่งเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีต้องตาต้องใจผู้ที่ได้พบเห็น หลายคนคิดว่าการทำงานคงดูกันที่ผลงาน ไม่น่าจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพสักหน่อย แต่ถ้าเป็นงานให้บริการแล้ว เรื่องบุคลิกภาพจะมีความสำคัญอย่างยิ่งทีเดียว เรื่องนี้เป็นเรื่องที่เราทุกคนต้องหมั่นศึกษาและปรับปรุงตัวเราให้ดีขึ้นเสมอและตลอดชีวิต เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้คนเรามีความสุขและประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

2. การให้บริการ การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยังพอใจของผู้รับผู้ให้บริการจำเป็นต้องสำรวจตนเองว่าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้หรือไม่ เพียงใด อย่างเช่น

2.1 ความรอบรู้ในงานที่รับผิดชอบ คนที่จะบริการที่ดีจำเป็นต้องเข้าใจรายละเอียดของงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี เพื่อที่จะแนะนำ ตอบคำถามให้คำปรึกษากับผู้รับบริการ ได้อย่างถูกต้อง

2.2 ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร หมายความว่า มีวิธีการพูด การอธิบาย การตอบข้อซักถามการแนะนำผู้รับบริการเข้าใจได้ตรงกันและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง มีบางครั้งที

การสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการมีปัญหาเข้าใจไม่ตรงกัน ทำให้เกิดความขัดแย้ง ความไม่พึงพอใจจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่าย อย่างไรก็ตามการบริการที่ประทับใจย่อมเกิดขึ้นไม่ได้

2.3 กริยามารยาทที่สุภาพอ่อนน้อม เรื่องนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนว่าขอบเขตควรจะเป็นอย่างไรวิธีปฏิบัติควรเป็นแบบไหน อาจพูดได้กว้างๆ ว่า การแสดงออกในอิริยาบถต่างๆ ของคนเราอย่างเช่น การนั่ง การยืน การเดิน การพูด การทักทาย ล้วนจะต้องระมัดระวังให้ถูกต้องเหมาะสมกับบุคคลและกาลเทศะ ซึ่งเราควรปฏิบัติกับผู้สูงอายุ เด็ก ลูกน้อง เจ้านาย เพื่อนร่วมงานในลักษณะที่แตกต่างกัน แต่ถึงอย่างไรก็จะมีมาตรฐานสำหรับค่านิยมในสังคม เช่นการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ ผู้มีตำแหน่งในงานในสังคมควรต้องเป็นไปโดยยกย่องให้เกียรติและสุภาพในขณะที่การปฏิบัติต่อบุคคลที่อายุใกล้เคียงกันอาจจะเป็นไปโดยสุภาพอ่อนโยนก็เพียงพอ สิ่งเหล่านี้ควรต้องสนใจ สังเกตและศึกษาหาความรู้เราก็จะปรับปรุงตัวเองและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

2.4 การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ เช่น เร่งรัดให้การดำเนินการให้คุณค่ากับเวลาของผู้รับบริการ แข็งให้ทราบว่าจะแล้วเสร็จเมื่อใดโดยประมาณ ถ้าขาดหลักฐานเอกสารใดและจะต้องนำมาเพิ่มเติม ก็ควรแจ้งให้ชัดเจนหรือนัดวันทำงานนั้นจะแล้วเสร็จ สิ่งใดก็ตามที่ผู้ให้บริการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการอำนวยความสะดวก เห็นคุณค่าเวลา ย่อมทำให้ผู้รับบริการประทับใจทั้งสิ้น

พสุ เศรษฐรินทร์ (2550: ไม่ปรากฏหน้า) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะให้ประโยชน์อะไร ปัจจุบันคงจะสังเกตเห็นความตื่นตัวในภาคธุรกิจและราชการเกี่ยวกับการวัดหรือการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากันมากขึ้น องค์กรชั้นนำจำนวนมากต่างมีกระบวนการในการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าตัวอย่างเช่น ในร้านอาหารชื่อดังหลายแห่งที่มักจะมีกระดาษแผ่นเล็กๆ เอาไว้สอบถามความพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของอาหารและการบริการหรือเวลาเราไปพักตามโรงแรมต่างๆ ก็มักจะมีกระดาษหนึ่งแผ่นให้ผู้เข้าพักได้ตอบถึงความพอใจต่อการให้บริการของโรงแรม องค์กรส่วนใหญ่มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ ในขณะเดียวกันก็มองว่าข้อมูลในเรื่องของความพึงพอใจลูกค้าเป็นสิ่งที่จะช่วยบอกให้องค์กรได้ทราบถึงรายได้หรือกำไรที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันผู้บริหารส่วนใหญ่จะมีสมมติฐานแล้วว่าถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจย่อมจะนำไปสู่รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นจริงๆ แล้วสมมติฐานดังกล่าวก็ไม่น่าจะผิดพลาดหรือจนกระทั่งผู้บริหารขององค์กรที่มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าได้ลองถามคำถามตัวเองดูบ้างไหมครับว่า ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าได้ถูกนำกลับมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรอย่างทันเวลามากน้อยเพียงใด และในขณะเดียวกันมีสิ่งใดที่จะมาพิสูจน์ได้หรือไม่ว่าการเพิ่มขึ้นของระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะนำไปสู่รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นของ

องค์กรจริง ๆ ถ้าจะมีการสำรวจอะไรก็แล้วแต่ที่เกี่ยวกับลูกค้า ผู้บริหารของแต่ละองค์กรควรจะต้องย้อนถามตัวเองก่อนในหลายๆ ประเด็น อาทิเช่น ในธุรกิจของท่านความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด ถ้าจะพิสูจน์ให้ได้ อย่างชัดเจนก็ควรที่จะนำหลักการทางสถิติมาพิสูจน์ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจลูกค้าและรายได้ขององค์กรแล้วท่านผู้อ่านอาจจะแปลกใจที่จะเห็นว่าในบางอุตสาหกรรมหรือบางธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้าไม่ได้นำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ขออนุญาตยกตัวอย่างในอเมริกาที่เขามีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากันตลอดเวลา พบว่าในการสำรวจระดับชาติ (American Consumer Satisfaction Index หรือ AC SI) คำนีความพึงพอใจของร้าน Kmart (เป็นร้านที่มีลักษณะคล้ายๆ กับ Test co Lotus) มีอัตราเพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน Kmart กำลังประสบกับปัญหาการลดลงของยอดขาย และสุดท้ายต้องเข้าสู่ภาวะของการล้มละลาย

ระดับความพอใจที่ระดับใดจึงเป็นระดับที่เหมาะสม เนื่องจากหลายองค์กรที่ต้องการให้ลูกค้าพอใจทั้ง 100% แต่ท่านเคยทำการวิเคราะห์หรือไม่ว่าระดับความพอใจของลูกค้าที่แท้จริงแล้วอาจจะอยู่ที่ระดับหนึ่งเท่านั้นโดยไม่จำเป็นต้องลงทุน หรือใช้ความพยายามในการทำให้ลูกค้าพอใจเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด เช่น การเพิ่มระดับความพอใจของลูกค้าจากระดับ 90% สู่ 100% อาจจะไม่ได้ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด

วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการได้มาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้ามีความเหมาะสมหรือไม่ ความเหมาะสมในที่นี้ครอบคลุมทั้งในเรื่องของต้นทุน ความสลับซับซ้อน การที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด และข้อมูลที่กลับเข้ามามีความทันสมัยและรวดเร็วเพียงใด เคยพบในองค์กรจำนวนมากที่มีเครื่องมือในการสำรวจความพอใจของลูกค้าที่สลับซับซ้อนมาก (ส่วนใหญ่มักจะมาจากคำแนะนำของที่ปรึกษา) และกว่าผลที่ได้รับจะนำมาใช้ประโยชน์ได้ก็ใช้เวลาพอสมควร จนข้อมูลที่ได้มาไม่มีความทันสมัยอีกต่อไป

ความพอใจคือสิ่งเดียวกับการกลับมาใช้ซ้ำหรือไม่บางที่ผู้บริหารมักจะมองอยู่ที่แค่ความพอใจเพียงอย่างเดียว โดยลืมคิดต่อไปอีกว่าการที่ลูกค้าพอใจแสดงว่าลูกค้าจะต้องกลับมาซื้อสินค้าและบริการซ้ำอีกหรือไม่หลายๆ ครั้งที่เมื่อลูกค้าตอบว่าพอใจในแบบสอบถามที่เราถาม แต่ไม่ได้หมายความว่าลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำหรือกระทั่งแนะนำให้ผู้อื่นมาซื้อ ดังนั้นความพอใจจึงไม่ได้หมายถึงการกลับมาซื้อซ้ำเสมอไป

การกลับมาใช้ซ้ำคือสิ่งเดียวกับความภักดีใช่หรือไม่จากคำถามก่อนหน้านี้ก็ต้องถามตัวเองต่อไปว่าการกลับมาซื้อหรือใช้ซ้ำนั้นแสดงว่าลูกค้ามีความภักดีหรือไม่ ซึ่งในหลายๆ กรณีก็ไม่จำเป็นอีกเสมอไป หลายครั้งที่ลูกค้ามีการกลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำนั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากความภักดีที่ลูกค้ามี แต่อาจจะเกิดจากลูกค้าไม่มีทางเลือก หรือเกิดขึ้นจากความเคยชินก็เป็นได้ถ้าลูกค้า

ให้ความสนใจหรือมีทางเลือกอื่นอีก ก็ไม่ได้หมายความว่าลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำเสมอไปเนื่องจากการซื้อซ้ำไม่ได้หมายถึงความภักดีเสมอไป

กฤษฎिका คงสมพงษ์ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จทั้งนี้การอยู่รอดด้วยการสร้างความประทับใจนั้นทำได้หลายอย่างบางคนลองผิดลองถูกอยู่นาน ก็ยังไม่มีความชัดเจนว่าทำอย่างไร ถึงจะชนะใจผู้บริโภค นำเอากลยุทธ์และข้อคิดในการสร้างความประทับใจ ปรับปรุงบริการก่อนปรับปรุงร้าน เมื่อธุรกิจนั้นมียอดขายที่ไม่ค่อยสู้ดีนัก ในขณะที่คู่แข่งนั้นมีสาขาใหม่ๆ เกิดขึ้นผู้ประกอบการบางคนได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกิจการ เช่น ตกแต่งสถานที่ใหม่ให้สวยงามกว่าเดิม ด้วยเงินลงทุนมากกว่าเดิม ความหรรษาที่คาดว่าจะดึงดูดลูกค้าให้กลับมาอาจใช้ไม่ได้ผล หากความจริงที่เกิดขึ้นกับยอดขายนั้นอยู่ที่หัวใจของการให้บริการ ดังนั้น ก่อนที่จะปรับปรุงสถานที่จะต้องมีการทบทวนเรื่องมาตรฐานการทำงานด้านบริการ ต้องมีการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการให้บริการฝึกฝนพนักงานให้มีความจริงใจและใส่ใจกับการให้บริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานเห็นความสำคัญว่าหากลูกค้าไม่พึงพอใจแล้ว อะไรจะเกิดขึ้น และถ้าสามารถปลูกฝังให้พนักงานทุกคนเข้าใจว่าลูกค้าคือผู้ที่จ่ายเงินเดือนตัวจริง ก็น่าจะช่วยให้ความตั้งใจในการทำงานนั้นดีขึ้นไม่น้อย คุณภาพที่ดีต้องมาพร้อมกับบริการที่ดี มีสินค้าแบรนด์ต่างๆ ที่มีความได้เปรียบเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และอยู่ในความต้องการของตลาดว่าการมีชื่อเสียงถือว่าเป็นต้นทุนที่ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้า ใครก็ตามที่คิดว่าตนเองมีคุณภาพดีอยู่แล้วก็ไม่ควรมองข้ามบริการที่ดีด้วย เพราะหากทะนงตัวว่ามีชื่อได้เปรียบอยู่แล้วจึงไม่ต้องพัฒนาด้านบริการมากนัก โอกาสที่คู่แข่งจะตีตื้นก็เป็นไปได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น ธุรกิจร้านตัดผมที่กำลังแข่งขันในขณะนี้ บางร้านพนักงานต้องนั่งรอลูกค้า และบางร้านลูกค้าต้องมานั่งรอคิว เป็นเพราะอะไร อย่าลืมว่าร้านที่มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับก็ไม่ต้องลืมนึกถึงเรื่องการบริการใช้ว่ามีพนักงานตัดผมเก่งแต่หน้าตาไม่รับแขกไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โอกาสที่ลูกค้าจะเปลี่ยนใจก็มีอยู่สูง ขอฝากไว้ว่าคุณภาพและมีมือที่ดีนั้น จะต้องมาพร้อมกับบริการที่สอดคล้อง

ตอนที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีของการให้บริการและกลยุทธ์ตลาดบริการ

ความหมายของการให้บริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2525 (พจนานุกรมนักเรียนฉบับเฉลิมพระเกียรติ 2531: 158) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 42) กล่าวว่า การบริการนั้นเป็นกระบวนการของการปฏิบัติ เพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ทำให้การบริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวก และทำตน เพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

สุมนา อยู่โพธิ์ (2536:3) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ บริการหมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า ตัวอย่างเช่น โรงงานอุตสาหกรรมได้ผลิตอุปกรณ์ชิ้นมาขึ้นหนึ่งแล้วขายผ่านผู้ค้าปลีกในแง่ของการ บริการที่จะต้องเกี่ยวกับวิธีการขายอุปกรณ์ชิ้นนั้น ได้แก่ การติดตั้ง การซ่อม การให้เช่า การฝึกอบรมคนให้รู้จักวิธีใช้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการขายต่อ เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2537: 142) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

ศุภนิศย์ โชครัตนชัย (2536:13) กล่าวว่า การบริการ “เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่ เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความ สะดวกรวดเร็วให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค” ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับถ้า เป็นการบริการที่ดีเมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ เกิดความชื่นใจหรือ เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

คอตเลอร์ (Kotler 1988:477) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆที่ กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของ ความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

เลทเทิน(Lehtinen 1983:21) ได้อธิบายการบริการ คือกิจกรรมหนึ่ง หรือชุดของ กิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล หรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์(Gronroos 1990:27) ได้ขยายคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้นไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อยจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณี เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และ/หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ/หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วย ผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

สแตนตัน (Stanton 1981:441) การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ ใดๆที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่

จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้า หรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผู้ใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

เทียน ทองแก้ว (2550 ไม่ปรากฏหน้า) การบริการ คือ ผู้มาติดต่อหรือลูกค้าว่าทำอย่างไรให้เขาพึงพอใจกลับไป โดยถือว่าลูกค้ามีความสำคัญจนมีคำพูดว่า “Customer is King” มาช่วยกันปฏิบัติตนให้เกิดผลโดยถือหลักง่าย ๆ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” ทำให้สิ่งที่เขาต้องการให้สำเร็จให้ได้ด้วยยุทธศาสตร์เริ่มต้นง่าย ๆ คือ “ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทาย ช่วยเหลือ ด้วยความเต็มใจ โดยเร็วและมีคุณภาพ” ถ้าสร้างคุณลักษณะดังกล่าวให้เกิดได้จะเกิดพลังสำคัญ คือ “การบอกต่อ” ที่เรียกว่า “ปากต่อปาก” จะทำให้เกิดผลรับกลับคืนมากกว่า หรือใครว่าไม่จริงลองปฏิบัติดู แล้วติดตามผลดูความสำเร็จจากจุดเริ่มต้นที่ทุกคนในองค์กรมีหัวใจให้บริการมีผลกระทบมากมายมีแต่ได้กับได้ท่านเชื่อหรือไม่การมีหัวใจบริการคือปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กร

ดังนั้นการให้บริการสรุปได้คือ กระบวนการของการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย ที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ ไม่สามารถจับต้องได้อาจจะรวม หรือไม่รวมอยู่กับสินค้า ถ้าเป็นบริการที่ดีผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างมาก

ลูกค้าคืออะไร

ลูกค้า ความหมายตามพจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานนั้นเป็นคำนาม หมายความว่า ผู้ที่ติดต่อซื้อสินค้าจากผู้ขาย

ส่วนในความหมายของการขายและบริการ คำว่า “ลูกค้า” ได้รับความหมายหลากหลาย และกว้างขวางดังนี้

1. ผู้ที่ซื้อสินค้าเรา
2. ผู้ที่ซื้อบริการเรา
3. ผู้ที่ดำเนินธุรกิจติดต่อกับเรา
4. ผู้ที่นำประโยชน์ให้เรา
5. ผู้ที่อาจกำหนดิขมสินค้าและบริการได้
6. ผู้มีอิทธิพลที่จะเลือกอะไรก็ได้
7. กระบวนการหลังการขาย
8. พระราชา

9. ผู้ที่เป็นฝ่ายถูกเสมอ

10. ผู้ที่มีอุปการคุณ

11. เป็นผู้ที่ทำให้ธุรกิจของเราอยู่ได้

ท่านมหาตมะ คานธี ได้กล่าวถึงความสำคัญของลูกค้า ซึ่งในหลายๆ องค์กรก็ยังคงใช้
อยู่ที่ว่า....

ลูกค้าคือคือบุคคลที่สำคัญที่สุดที่มาเยือนเราในสถานที่นี้

เรามีได้พึ่งเรา เราต่างหากที่จำเป็นต้องพึ่งเขา

เรามีได้จัดจ้งหะการทำงานของเรา

หากแต่การรับใช้เขา คือ วัตถุประสงค์ของงานเรา

เขามีใช้บุคคลภายนอก

เขาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจนั้นทีเดียว

ในการรับใช้เขา

เรามีได้ช่วยอะไรเขาเลย

เขาเป็นฝ่ายช่วยเหลือเรา

โดยให้โอกาสแก่เรารับใช้เขา

ประเภทของลูกค้า

ลูกค้าขององค์กรนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ลูกค้าภายนอก ได้แก่ บุคคลภายนอกหน่วยงานที่ติดต่อเพื่อสอบถามใช้บริการ

ติดต่อธุรกิจกับตน

2. ลูกค้าภายใน คือ บุคคลภายในองค์กรทุกท่าน ทุกระดับตำแหน่ง ทุกแผนก-ฝ่ายที่

ทำงานร่วมกัน

สาเหตุที่ลูกค้ามาติดต่อ

สาเหตุต่างๆ ที่มีบุคคลเข้ามาติดต่อกับองค์กร หรือคนในองค์กร เราอาจจะบอกกล่าว
ได้ว่ามีหลายสาเหตุดังนี้

1. มาเป็นแขกเพื่อพบบุคลากรต่างๆ ในองค์กร

2. มาติดต่อธุรกิจของตน หรือฐานะขององค์กรกับบุคคลภายในองค์กร
3. มาขอรับ ขอใช้บริการ ขอคำแนะนำหรือขอคำปรึกษา
4. มาแลกเปลี่ยนอะไหล่ ซ่อมแซม ปรับแต่ง เพื่อให้เกิดความเป็นปกติของเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ
5. มาดำเนิน ต่อว่า ร้องเรียนถึงเรื่องของสินค้าและบริการที่ได้รับ
6. มาเยี่ยมชมกิจการ หรือหน่วยงานที่มีบุคลากรที่มีความที่มีความสามารถในการ สร้างชื่อเสียงให้องค์กร
7. มาซื้อสินค้าหรือบริการ
8. มาทดลอง หรือประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร หรือสมรรถภาพของ สินค้าที่ซื้อ

เมื่อเราได้ทราบถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่บุคคลจะเข้ามาติดต่อกับบุคคลในองค์กรว่ามี หลากหลายสาเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่เราในฐานะผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นพนักงาน หรือผู้บริหารก็ตาม จำเป็นต้องรู้ถึงธรรมชาติของงานบริการ เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำหน้า ที่ การงานของเรา

ความต้องการ/คาดหวัง ของลูกค้า

จากความหมายของคำว่า ลูกค้าคือใคร และธรรมชาติของมนุษย์ คราวนี้ลองหันมา มองดูความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า กับพฤติกรรมของมนุษย์ที่เราสามารถตอบสนองได้คือ

1. ต้องการความเป็นมิตร (Friendliness) จากผู้ให้บริการเช่นการยิ้มการทักทาย ฯลฯ
2. ต้องการความสะดวก (Convenience) คือไม่ต้องคอยนานบริการรวดเร็ว
3. ต้องการความสบาย (Comfort) เช่นสถานที่ไม่แออัดมีสถานที่รอคอย ที่มีสภาพแวดล้อมดี
4. ต้องการความถูกต้อง (Correctness) เช่น การเบิกรับส่งสินค้า หรือทอนเงิน
5. ต้องการความมีอัธยาศัย (Courtesy) เช่น ความจริงใจ ความช่วยเหลือ ความเป็นกันเอง

พฤติกรรมที่สามารถตอบสนองได้

จากความต้องการหรือความคาดหวังข้างต้น สิ่งที่ทำให้การบริการสามารถตอบสนองลูกค้าได้คือ

1. ความสุภาพ
2. ความนุ่มนวล
3. การยอมรับ
4. ความตื่นตัวในการเอาใจใส่
5. ความมีอัธยาศัย

ความต้องการพื้นฐานของลูกค้าโดยทั่วไป

ความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้าทั่ว ๆ ไปดังที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นความต้องการซึ่งผู้ให้บริการต้อนรับและบริการควรจะเข้าใจ โดยความต้องการที่เป็นนิสัยธรรมชาติของคนทั่ว ๆ ไปมีดังต่อไปนี้

1. ชอบหรืออยากได้ของฟรี ของแถม ของราคาถูก จำนวนมาก และมีคุณภาพดี
2. ชื้อหรือมีความต้องการตามกัน เข้าทำนองที่ว่า “ซื้อตามผู้นำ”
3. อยากได้โดยการลัดคิวผู้อื่น
4. ต้องการความสะดวกสบายในการได้รับบริการได้นั่งสบาย และไม่ต้องออกแรงมาก
5. ชอบขั้นตอนการบริการที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน
6. ต้องการได้รับการต้อนรับ การบริการที่มีไมตรีจิต จริงใจ และได้รับเกียรติ
7. ต้องการที่จะให้จำชื่อ รายละเอียด ประวัติการสั่งซื้อสินค้า หรือรายละเอียดเดิมของเขาได้
8. ต้องการได้รับการบริการที่ดีกว่า หรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าคนอื่น ๆ
9. ชอบที่จะได้พบเห็นหรืออยู่ในบรรยากาศที่สะอาด สว่าง สงบ ปลอดภัยและเป็นระเบียบ
10. ต้องการข่าวสารข้อมูลที่ตีเข้าใจง่าย และทันเวลา
11. ต้องการได้ซักถาม ได้แสดงความคิดเห็นของตน หรือได้มีโอกาสระบายความอัดอั้นของตน

นักบริการควรที่จะต้องเข้าใจในความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้าโดยทั่วไปเพื่อจะได้
ไม่รู้สีกกกดดัน ดึงเครียด หรือแสดงอาการโมโหโกรธา เมื่อเราได้ทำหน้าที่ให้บริการ

หลัก 7 ย. ในการต้อนรับและบริการ

หลัก 7 ย. ในการปฏิบัติงานกับผู้ร่วมงานและลูกค้า เพื่อให้เกิดการต้อนรับและ
บริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีดังนี้

- | | | |
|--------------|--------|----------------|
| 1. ยิ้มแย้ม | ไม่ใช่ | ช่วยวน |
| 2. ยืดหยุ่น | ไม่ใช่ | ยุ่งยาก |
| 3. ยอมแพ้ | ไม่ใช่ | ย่อหย่อน |
| 4. ยกย่อง | ไม่ใช่ | ขอดแยะ/ขอดขุ่น |
| 5. ยืนหยัด | ไม่ใช่ | โยกโย้ |
| 6. แยกแยะ | ไม่ใช่ | ชักชอก |
| 7. เยือกเย็น | ไม่ใช่ | ยั่ว (ใจร้อน) |

และที่สำคัญจากหลัก 7 ย. นี้สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ต้องนำมาใช้ประกอบ คือ ความ
อดทน และอดกลั้น

ในการต้อนรับส่วนหน้า ผู้ที่จะกระทำหน้าที่นี้ส่วนใหญ่เป็นสตรีมากกว่าบุรุษ ซึ่ง
ผู้เขียนขอฝากบทกลอนเพื่อสอนใจหญิงจากสุภาษิตพระร่วง

อันนารีรูปงามทราชมสวาท	ถ้าแม่นไรร่มารยาทอันงามสม
คงไม่มีชายใดจะอบรม	ตั้งแต่ชมเพื่อพลาถแล้วร้างไป

การแก้ไขปัญหาการรอคอยจากลูกค้า

เมื่อใดก็ตามที่มีการรอคอยจากลูกค้าเกิดขึ้นนั้นกำลังแสดงถึงความนิยมชมชอบใน
สินค้าหรือบริการจากกิจการของเรา ซึ่งก็หมายถึงความรุ่งเรืองของกิจการนั่นเอง ถ้าหากพนักงาน
ผู้ให้บริการ หรือผู้บริหารสามารถแก้ไขปัญหาในการรอคอยของลูกค้าได้โดยใช้ศาสตร์และศิลป์
เพื่อรักษาลูกค้าเก่าไว้ และสร้างอาณาจักรให้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการ

บริการที่จะสร้างความประทับใจแล้ว ย่อมส่งผลให้ได้รับความสำเร็จที่น่าภาคภูมิใจ โดยทั่ว ๆ ไป
 คนเราไม่ชอบการรอคอยอยู่แล้ว แต่ข้อเท็จจริงของการใช้บริการอาจจะมีเหตุการณ์ที่มีผู้ใช้บริการ
 จำนวนมากพร้อมๆกัน เช่น ในช่วงของเทศกาล วันหยุด วันสำคัญต่าง ๆ ฯลฯ ดังนั้น จึงจำเป็นที่
 จะต้องมีการรอคอยเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาการรอคอยของลูกค้า อาจกระทำได้โดย

1. ถ้าหากสามารถนัดมาใช้บริการล่วงหน้าตามลำดับก่อนหลังได้จะเป็นการดีกว่า
 ปล่อยให้มาแออัดในวันสุดท้ายของการให้บริการ
2. เพิ่มจำนวน คือ เพิ่มจำนวนวัน หรือเวลาในการทำงานเพื่อบริการได้เต็มที่ หรือเพิ่ม
 จำนวนผู้ใช้บริการ โดยเพิ่มจุด สาขา หน่วยที่ให้บริการ หรือเพิ่มอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จะให้การ
 บริการ
3. ใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ เช่น ตู้เอทีเอ็มของธนาคารต่าง ๆ โดยจะช่วยลดปัญหาใน
 การให้บริการด้านการฝากถอนเงินจากธนาคารในวันหยุดได้
4. ลดขั้นตอนที่มีหลายขั้นตอน ซึ่งทำให้ล่าช้า หรือยุ่งยากในการให้บริการซึ่ง
 บางองค์กรถึงกับจะต้องปรับปรุงโครงสร้างขององค์กร หรือลดขั้นตอน หรือกระบวนการ
 บางอย่างที่ยุ่งยากลงไป ทั้งนี้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการได้อย่างเต็มที่
5. เมื่อลูกค้าต้องรอนจริงๆ ให้จัดสถานที่ที่รอคอย ที่สร้างบรรยากาศ มีความประทับใจ
 หรือสร้างภาพพจน์ที่ดี เช่น มีห้องให้สำหรับลูกค้าคอยมีเพลงฟัง โทรทัศน์ มีวีดีโอ หนังสือ หรือ
 เอกสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์
6. นำหลักจิตวิทยามาใช้เพื่อบรรเทาปัญหาในการรอคอย

หลักจิตวิทยาในการแก้ไขปัญหาการรอคอย

ซึ่งผู้บริหาร และผู้บริการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาในการรอคอย
 ได้ มีดังต่อไปนี้

1. ให้สร้างความประทับใจตั้งแต่เริ่มแรก แสดงความกระตือรือร้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้า
 ฟังพอใจ ไม่เบื่อก่อนที่จะรอคอยหลังจากได้เห็นความกระตือรือร้นจากเรา
2. หาอะไรให้ลูกค้าทำ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและผ่อนคลายในระหว่างการรอ
 คอย เช่น มีร้านอาหาร มีส่วนหย่อม มีห้องสำหรับนั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีตู้เกมส์ ฯลฯ

3. ถือกคิดว่า การให้บริการบางส่วนบางเรื่องไปบ้าง ดีกว่าที่จะให้ลูกค้ารอโดยยังไม่ได้ให้บริการเลย
4. อย่าให้ลูกค้าเกิดความไม่แน่ใจว่า จะได้รับการบริการเท่ากันกับผู้อื่นหรือไม่เกิดการแซงคิวหรือไม่
5. ถ้าต้องให้คอยควรบอกเวลาที่ต้องคอย โดยประมาณเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อการช่วยการบริหารเวลาให้ลูกค้าสามารถไปทำธุระอื่นได้
6. บอกปัญหา หรือสาเหตุ ที่ต้องทำให้ลูกค้ารอคอยว่าเพราะสาเหตุใด
7. อย่าให้ลูกค้าเห็นว่า ผู้ให้บริการคนอื่น ๆ ไม่ตั้งใจทำงาน ไม่ทำงาน หรืออุ้งงานเป็นอันขาด
8. อย่าให้ลูกค้ามองเห็นการถูกลัดคิว ถูกแซงคิว
9. จงคำนึงว่า ลูกค้าที่มาขอรับบริการสินค้าที่มีคุณภาพสูงหรือจำนวนมาก จะเต็มใจรอนานกว่าลูกค้าที่มาขอรับบริการสินค้าที่มีคุณภาพทั่วไปหรือมีจำนวนน้อยขึ้น
10. จงคำนึงไว้เสมอว่า การรอเพียงคนเดียวจะรู้สึกว่ายานานกว่าการรอกันเป็นหมู่คณะ

ความสำคัญของการให้บริการ

ความสำคัญของการให้บริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้
(จิตตินันท์ เศษะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพุลศิริ วัจนะภูมิ 2542; 9)

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่างๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลา ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไป ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่เห็นขณะนี้มีอยู่มาก ในรูปแบบของการจัดการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภทซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญาและจิตใจผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจแต่ละประเภท และเปรียบเทียบดูแลคุณภาพบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล
2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร จำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากขึ้นเพื่อให้การดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่นๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

- 2.1.1. ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ
- 2.1.2. ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ
- 2.1.3. ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ
- 2.1.4. ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการต่างๆ มากมาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภคซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

- 2.2.1 ช่วยให้มีอาชีพและรายได้
- 2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย

ความสำคัญในการให้บริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ซึ่งผู้เกี่ยวข้องกับการบริการจำเป็นต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบริการอย่างจริงจัง นอกจากนี้การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการในการสร้างผลกำไรและภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการรวมทั้งทำให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีอาชีพที่มีรายได้ และสามารถสร้างโอกาสในการเผชิญหน้าติดต่อกับลูกค้า

ลักษณะของการให้บริการ

ลักษณะของการบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปเมื่อเกี่ยวพันการดำเนินการธุรกิจ ซื่อขายสินค้าและบริการ (พิมพ์ชนก คັນสนีย์ 2540; 5-6) ดังนี้

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการเกิดขึ้นผู้ซื้อ หรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมบริการจะเกิดขึ้น

2. สิ่งที่ยึดจับไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้นได้

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆ ได้ การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษา หรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-Ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้นซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไป ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภทเพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น

จากลักษณะของการให้บริการที่กล่าวมาแล้วพอสรุปได้ว่า ลักษณะของการให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ไม่อาจสัมผัสได้ก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้แม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ รวมทั้งการบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2542: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้กล่าวว่าการจัดการระบบบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยให้ผู้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและความคาดหวังให้มีการตอบสนอง ความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ที่ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว ดังนั้น คุณภาพของการบริหารการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการนับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้อง สอดคล้องกับความคาดหวัง

ของผู้รับบริการ และการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี ได้แก่ การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการ รวมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีคุณลักษณะ การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ ให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยสำหรับให้บริการ แก่ผู้มาใช้บริการรวมทั้งบุคลากร ผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการ ที่สร้างความรู้สึกที่ดี และความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์การหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนไข้ที่รอให้แพทย์มาตรวจเช็คอาการป่วยย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถวเพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนไข้รู้สึกไม่สบายก็จะคาดหวังให้ได้รับการบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่อย่างดีเป็นพิเศษ ผู้ให้บริการควรมีการวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการ การรับรู้ การจงใจ และเจตคติ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการ คาดหวังจากงานบริการหรือความต้องการการบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของ การบริการให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการ ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ เช่น เมื่อลูกค้าเข้าไปร้านเสริมสวย เพื่อทำผม หากเจ้าของร้านปล่อยให้ลูกค้าต้องรออยู่เป็นเวลานานเกินกว่าเหตุ เพราะมีช่างและอุปกรณ์น้อยต้องทำให้ทีละคนจนเสร็จ จึงจะลงมือทำให้คนต่อไปได้ ย่อมทำให้ลูกค้าเบื่อและไม่อยากมารับบริการอีก

ต่อไป ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Value) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบ และถูกใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กัน และมีวิธีการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่ง พนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ รับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้อง ไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกัน มีเสียงดนตรีเบา ๆ ภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัย ไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อย หลังจากจ่ายเงินค่าบริการลูกค้าไม่มีความรู้สึกเสียดายเงินที่จ่ายไป และตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีก เพราะอาหารอร่อยและบริการดีเยี่ยมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับคุณค่าจากการบริการอย่างเต็มเปี่ยม

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาใจใส่เฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดีแต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้านั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้ และอาจไม่พอใจที่จะมาเป็นลูกค้าอีกต่อไปได้

ดังนั้น การปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ถูกนำมาขอรับบริการพร้อมกันหลายคน ควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่ใครมาก่อนจะได้รับการบริการก่อน โดยไม่ด่วนตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปโฉมหรือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้ พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหิยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิก สง่างาม มีชีวิตชีวา ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ มีทักษะ และจิตสำนึกของการให้บริการ

นอกจากนี้การพิถีพิถันจัดการสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้กับผู้รับบริการ เช่น การช่วยหิ้วกระเป๋าหรือถือสิ่งของที่ลูกค้าหอบพะรุงพะรัง การเรียกชื่อแขกที่มาพักในโรงแรมได้ถูกต้องการจัดวางดอกไม้หรือการ์ดอวยพรเล็ก ๆ เขียนคำขวัญวางไว้บนหมอน การยื่นของให้แขกด้วยกิริยานอบน้อมสุภาพ และการเสิร์ฟน้ำเย็น ๆ หรือบริการผ้าเย็นสำหรับต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้แสดงถึงความเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด และด้วยน้ำใจของการบริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างมีระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” (Service Theme) หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบ และปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การตรวจสอบ และการปรับปรุง การดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ และความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์การตลาดบริการ

1. ความสำคัญและความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ

1.1 ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดบริการ

กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy) เกี่ยวข้องกับแนวคิดการตลาดอย่างมาก เนื่องจากการแข่งขันรุนแรงขึ้น ประกอบกับลูกค้ามีการคาดหวังและเปลี่ยนแปลงมากกว่าอดีต อีกทั้งสภาพแวดล้อม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติ และต้นทุน การผลิตสินค้าและบริการที่องค์กรจำนวนมากไม่สามารถควบคุมได้ การปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์และการบริหารงานแนวใหม่ที่ประสานกลมกลืนได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากองค์กรต้องการอยู่รอดและประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การตลาดได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในองค์กรธุรกิจนับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เมื่อบริษัทเจเนเนอโรลติอิเล็กทริก (GE) ในสหรัฐอเมริกาได้จุดประกายให้ผู้บริหารคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักเพื่อบริหารการตลาดให้ประสบความสำเร็จ ทำนองเดียวกันกลยุทธ์การตลาดบริการก็เริ่มขึ้นจากแนวคิดการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นหัวใจของเป้าหมายและกิจกรรมขององค์กรทั้งหมดโดย Regan (1963) เป็นผู้บุกเบิกและปฏิบัติแนวคิดการตลาดบริการในต้นทศวรรษ 1960 เพื่อให้มีความชัดเจนและมีลักษณะเฉพาะแยกออกจากการตลาดทั่วไป จนกระทั่งปลายทศวรรษ 1970 งานวิจัยด้านบริการมีมากขึ้น โดยเน้นการศึกษาการมีส่วนร่วมและความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะรวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนกบริการกับการตลาดและงานในองค์กรส่วนอื่นๆ ต้นทศวรรษ 1980 การศึกษาเน้นพัฒนารูปแบบบริการใหม่และการบริการครบวงจร Parasuraman et al. (1985, 1988) ได้สร้างแนวคิด และทฤษฎีใหม่เพื่อสร้างบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นด้วยการเสนอเทคนิควิธีการวัดคุณภาพบริการ (SERQUAL) ซึ่งเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก ทศวรรษ 1990 เริ่มมีการดัดแปลงแบบจำลอง “SERQUAL” ที่สามารถประยุกต์ใช้ในสถานที่แตกต่างกันมากขึ้น และต้นทศวรรษ 2000 บริการกลายเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างศักยภาพการแข่งขันและรักษาลูกค้าที่ทำการให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องท่ามกลางวิกฤติเศรษฐกิจและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์

การตลาดบริการ จึงก้าวเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาคมในสังคมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะในประเทศพัฒนา อย่างเช่นสหรัฐอเมริกาภาคบริการมีมูลค่ามากกว่า 90 % ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของชาติ (GDP) เช่นเดียวกับประเทศไทยนับจากปี 2539 เป็นต้นมา ภาคบริการมีสัดส่วนสูงสุดคิดเป็น 50 % ของ GDP ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วน 39 % และภาคเกษตรมีสัดส่วน 11 % เท่านั้น ซึ่งนับวันภาคบริการจะมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ และกลายเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระดับชาติ อย่างเช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งในภาคบริการอย่างต่อเนื่อง แม้ในภาวะวิกฤติและมีฐานะเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาตลอด

นอกจากนี้ กิจกรรมบริการหลายประเภทกลายเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญ เพราะส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้คนเป็นหลัก (People Oriented) อีกทั้งมีความสำคัญยิ่งต่อการสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น บริการสาธารณสุข บริการรักษาสุขภาพ บริการทางการเงิน และการค้าปลีก ที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการสร้างทักษะความสามารถของมนุษย์ เช่น บริการการศึกษา และการสื่อสาร ตลอดจนการสร้างความสุขหรือคุณค่าในชีวิต เช่น การท่องเที่ยว ศิลปะ และการกุศลต่างๆ

การปรับปรุงธุรกิจบริการให้มีศักยภาพในการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value-Added) สนองความพึงพอใจลูกค้า และสามารถแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อมีส่วนสร้างคุณภาพชีวิตและรายได้ให้กับประเทศอย่างมั่นคงสืบไป จึงเป็นงานท้าทายที่ยิ่งใหญ่และจะบรรลุเป้าหมายได้ต้องอาศัยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดบริการที่ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และคงความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

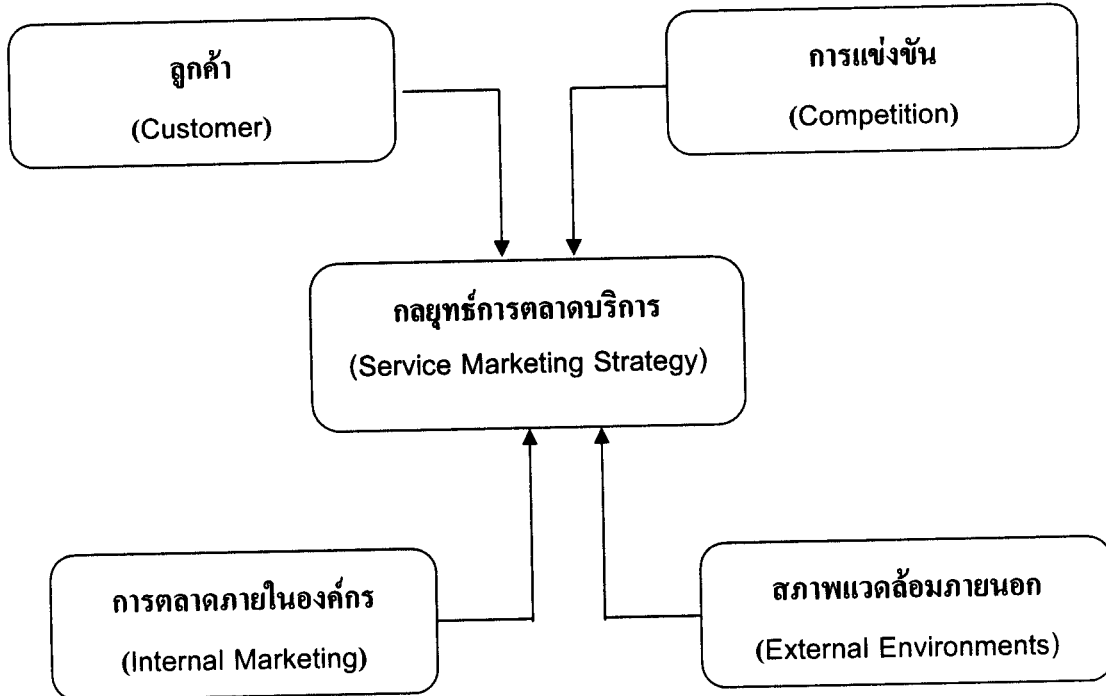
1.2 ความหมายของกลยุทธ์การตลาดบริการ

กลยุทธ์การตลาดบริการ หมายถึง วิธีการด้านการตลาดบริการอันสอดคล้องกันที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป้าหมาย สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง

จะเห็นว่ากลยุทธ์การตลาดบริการเกี่ยวข้องกับหลักสำคัญ 4 ประการ หลักอันแรกต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก (Customer Oriented) คือ ลูกค้าเป็นใหญ่ในแผ่นดินเป็นพระราชารักราชินีที่นักธุรกิจต้องคอยสืบเสาะค้นหาความต้องการ และวิธีการที่เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการนั้นจนกระทั่งลูกค้าได้รับความพอใจตามที่คาดหวังไว้

สาเหตุสำคัญที่สุดที่แนวคิดการตลาดเข้ามามีอิทธิพลต่อแนวคิดกลยุทธ์ก็คือการตระหนักว่าแผนกลยุทธ์ที่ดีจะไม่มีคุณค่า ถ้าองค์กรไม่สามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้าเพื่อสร้างความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและหรือบริการอย่างต่อเนื่อง หากไม่มีความสามารถดังกล่าว โอกาสความสำเร็จในระยะยาวก็ไม่มี

ปัจจัยกระทบกลยุทธ์การตลาดบริการ



ภาพที่ 2.2 ปัจจัยกระทบกลยุทธ์การตลาดบริการ

ที่มาคิดแปลงจาก schnasser Steven p.(1991) *marketing strategy: customers and competition, second revised and updated edition*. New York: the free press. 14

หลักการอันดับที่สอง ต้องมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)

การเลียนแบบผู้ประกอบการใหม่หรือที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันตลอดจนบริการที่สามารถทดแทนกันได้ส่งผลกระทบต่อศักยภาพและสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ องค์กรจึงจำเป็นต้องคอยสอดส่องถึงกิจกรรมและปฏิกิริยาตอบโต้ของคู่แข่งด้วยเพื่อมิให้แผนการตลาดและกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ไม่สามารถประยุกต์ใช้งานอย่างได้ผลตามที่กำหนดไว้ขณะเดียวกันการแข่งขันรุนแรงขึ้นเนื่องจากผลของการค้าเสรีในยุคไร้พรมแดนและการคาดหวังสินค้าและบริการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทศวรรษที่ผ่านมาทำให้องค์กรต้องแข่งขันและบริหารงานเร็วขึ้น เพื่อให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

หลักการอันที่สาม ต้องมีความสามารถในการจัดสรรและใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด (RESOURCE ALLOCATION AND UTILIZATION)

องค์กรที่สามารถสนองความพอใจลูกค้าและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีทรัพยากรเพียงพอในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะคุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการ รวมทั้งความรู้ความสามารถในการบริหารงานให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ยิ่งในปัจจุบันบุคลากรที่ดี มีความสามารถ และมีคุณธรรมหาได้ยากยิ่ง อีกทั้งไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย ๆ เหมือนเครื่องจักรอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีลักษณะมองไม่เห็น หรือไม่มีตัวตนเป็นส่วนใหญ่ บุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่จะสร้างความโดดเด่นและความสำเร็จอย่างแท้จริงให้กับองค์กร

หลักการสุดท้ายต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์แนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการผันแปรของสภาพแวดล้อม

เพราะกลยุทธ์ที่เคยประสบความสำเร็จในวันนี้ อาจไม่เหมาะสมหรือใช้ไม่ได้ดีกับสถานการณ์ในอนาคตหรือสถานการณ์ใหม่ยิ่งในกรณีของสินค้าบริการที่ไม่สามารถสร้างมาตรฐานการให้บริการได้ง่ายเหมือนสินค้าทั่วไป อีกทั้งเป็นสิ่งที่ยังมองไม่เห็นก่อนจะตัดสินใจซื้อ ทำให้ต้องอาศัยชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ข่าวสาร และหรือกระบวนการให้บริการที่ชัดเจน ตลอดจนสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวข้องและการบอกต่อของบุคคลที่เคยใช้บริการหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับบริการมาแล้วเป็นองค์ประกอบร่วมในการพิจารณาตัดสินใจใช้บริการ เมื่อปัจจัยและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องข้างต้นเปลี่ยนแปลง ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดบริการให้เหมาะสมโดยเร็ว มิฉะนั้นจะไม่สามารถหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพไว้ได้

ตอนที่ 3 บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

3.1 ความเป็นมาของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

หน่วยงานไปรษณีย์นับเป็นหน่วยงานเก่าแก่มา ๆ หน่วยงานหนึ่งที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2426

ดังนั้นถึงปัจจุบันมีอายุมากกว่า 125 ปี คำว่า คนไปรษณีย์ หรือ นูรุษไปรษณีย์จึงเป็นที่รู้จักดีในชุมชน ถ้าไปในต่างถิ่นไม่เชื่อวชานาญทาง หากบ้านใครไม่พบหากแะที่ทำการไปรษณีย์จะไม่ผิดหวังเพราะคนไปรษณีย์รู้จักประชาชนดีทุกหลังคาเรือน

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2520 มีการปรับเปลี่ยนองค์กรของหน่วยงานไปรษณีย์เพื่อเปลี่ยนแปลงให้ทันความก้าวหน้าของโลก และสถานการณ์ในประเทศการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการให้บริการมากกว่าที่เป็นกรมไปรษณีย์โทรเลขจากสถานะรัฐพาณิชย์ปรับเปลี่ยนเป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทย สถานะรัฐวิสาหกิจภายใต้พระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 สังกัดกระทรวงคมนาคมโดยการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีภารกิจในการบริหารจัดการและให้บริการไปรษณีย์และโทรคมนาคม

มองย้อนไป ณ จุดแรกเริ่มของการเป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีแต่คน สิ่งของ และเครื่องมือ โดยมีเงินทุนติดตัวมา 1,800 ล้านบาท ส่วนที่ดินและอาคารที่มีมาแต่เดิมตกไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมธนารักษ์ตามพรบ.ที่ราชพัสดุพ.ศ. 2518 ซึ่งทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายเช่าอาคาร และที่ดินที่ใช้ในกิจการจากกรมธนารักษ์ แต่การดำเนินการของ กสท. ก็เจริญงอกงามใหญ่โตขึ้นตามลำดับ

ด้วยความเป็นหน่วยงานที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับนโยบายการพัฒนาประเทศเพื่อให้ประชาชนมีการติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึงรวมถึงในการโทรคมนาคมก็ต้องทำให้ประเทศไทยติดต่อกับทั่วโลก จึงมีการลงทุนทั้งด้านไปรษณีย์และโทรคมนาคม

“หน่วยงานของเราตั้งแต่เมื่อยังเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข

จนเป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทย ผู้บริหารที่เป็นผู้นำแต่ละคนมีแนวคิดในการพัฒนาเครือข่ายสื่อสารของประเทศอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเรื่องที่ดี เพราะการมองการณ์ไกลของท่านเหล่านั้นคือรากฐานที่มีความสำคัญแก่กิจการในวันนี้” ชีระพงษ์ สุทธิพนธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่คนแรกของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดเล่าให้ฟัง

ที่มาของการขยายเครือข่ายของไปรษณีย์ เริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับแรกในปี 2504 ที่ต้องเปิดที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขปีละ 40-50 แห่งทุกปีเครือข่ายงานไปรษณีย์ก็เติบโตตามลำดับในขณะที่มีการพัฒนาระบบงานควบคุม คู่กันไปด้วย ตั้งแต่การสร้างศูนย์ไปรษณีย์ กำหนดรหัสไปรษณีย์ เพื่อเป็นกำหนดพื้นที่เขตจ่าย เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายที่ทำการไปรษณีย์และส่งผลให้การนำจ่ายไปรษณีย์ภัณฑ์ถึงมือผู้รับได้ในเวลารวดเร็ว

สำหรับการขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศจริง ๆ เริ่มในปี 2525 ซึ่งเป็นนโยบายของกระทรวงคมนาคมที่มีคำสั่งให้ขยายที่ทำการไปรษณีย์ให้ครอบคลุมทั่วประเทศซึ่ง

รวมถึงการจัดตั้งที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตเอกชนด้วย จึงทำให้ในปัจจุบันมีที่ทำการไปรษณีย์อยู่ทั่วประเทศ 1, 176 แห่ง และไปรษณีย์อนุญาตเอกชน (ปณอ.) มากกว่า 3, 000 แห่ง

ในขณะที่เป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทยสถานะกิจการในภาพรวมมีกำไรปีละหลายพันล้านบาทซึ่งเป็นผลมาจากบริการโทรคมนาคม ส่วนบริการไปรษณีย์เป็นบริการสาธารณะที่ต้องจัดให้มืออย่างทั่วถึง โดยไม่ต้องคำนึงถึงค่าบริการที่คุ้มทุน โดยรัฐบาลได้อาศัยผลกำไรจากบริการโทรคมนาคมช่วยสนับสนุนทำให้ไปรษณีย์พัฒนาเครือข่าย รวมถึงการพัฒนาคุณภาพบริการไปรษณีย์เป็นไปได้อย่างดี มีการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น เครื่องจักรคัดแยกจดหมาย เครื่องจักรคัดแยกพัสดุไปรษณีย์ เคนเตอร์บริการที่ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการปฏิบัติงาน จนถึงการนำคุณภาพของบริการสู่มาตรฐาน ISO9002 ของบริการ EMS ส่งด่วนพิเศษในประเทศ เพื่อความเชื่อมั่นของบริการไปรษณีย์ นอกจากนี้เริ่มที่จะมองถึงการให้บริการเชิงรุกธุรกิจมีแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าการดูแลลูกค้า ซึ่งบุคลากรทุกระดับได้รับกระแสความคิดนี้ และมีการปรับปรุงงานบริการกันมาโดยตลอดในส่วนที่เกี่ยวกับการแปรสภาพกิจการเป็นนโยบายมาตั้งแต่ปี 2540 แต่มาดำเนินการแปรสภาพกิจการของ กสท. ได้สำเร็จจริง ๆ ในปี 2546 ซึ่งก็นับว่าเป็นประโยชน์ต่อกิจการไปรษณีย์เช่นกัน เพราะทำให้บุคลากรไปรษณีย์มีการเตรียมความพร้อมได้มากขึ้น ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานแนวคิดในการทำงาน และมีการบริการจัดการภายในที่มองตัวเลขผลการดำเนินงาน ต้นทุนของบริการ จัดทำกลยุทธ์ และแผนธุรกิจ ฯลฯ โดยเฉพาะการที่ขาดทุนของกิจการไปรษณีย์

การจัดตั้งบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในวันที่ 14 สิงหาคม 2546 ถือเป็นอีกครั้งของการปรับเปลี่ยนองค์กรจากที่เป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็น บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยแม้ยังคงมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสารอยู่เช่นเดิมแต่สถานภาพการทำงานต้องเปลี่ยนไปเหมือนกับบริษัทเอกชนทั้งหลาย เพียงแต่เป็นบริษัทที่รัฐโดยกระทรวงการคลังถือหุ้นทั้งหมดไว้

คนไปรษณีย์ทุกคนรู้อยู่เต็มอกว่า บริการไปรษณีย์มีค่าบริการต่ำกว่าค่าใช้จ่ายจริงซึ่งเป็นผลที่ทำให้กิจการไปรษณีย์ต้องตกอยู่ภายใต้ภาวะการณ์ขาดทุนมาโดยตลอด ฉะนั้นหากมีการปรับอัตราค่าบริการบ้างเพื่อให้พอสอดคล้องกับต้นทุน หาโอกาสสร้างรายได้เพิ่มจากเดิมการขายบริการใหม่ ๆ และควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม สักวันหนึ่งไปรษณีย์ก็คงไม่ขาดทุนเพราะฉะนั้นแผนธุรกิจที่ทำไว้จึงตั้งเป้าหมายหลักอยู่ที่จะฟื้นภาวะการณ์ขาดทุนและให้เลี้ยงตนเองได้ในปี 2550

3.2 วิสัยทัศน์ การกิจ วัตถุประสงค์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ด้วยคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานสากล และเป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็น ผู้ให้บริการรับ-ส่งข่าวสาร สิ่งของ บริการการเงินและบริการตัวแทน ที่มีเครือข่ายกว้างขวางและ เชื่อถือได้มากที่สุด

ภารกิจ (Mission)

- 1) ให้บริการไปรษณีย์และบริการการเงินที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ
- 2) ขยายขอบเขตของบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางขึ้น
- 3) ขยายขอบเขตการให้บริการสู่บริการในลักษณะหรือรูปแบบใหม่ๆ
- 4) พัฒนาบริการและการบริหารงานของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

วัตถุประสงค์ (Objectives)

- 1) เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และแสวงหาโอกาสในการดำเนิน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
- 2) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในองค์กรทุกระดับมีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้
- 3) เพื่อวางรากฐานการพัฒนาองค์กรในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้าให้สามารถดำเนิน ธุรกิจภายใต้ภาวะ การแข่งขันได้อย่างมั่นคง โดยพัฒนาบุคลากรให้สามารถเรียนรู้และทำงานใน รูปแบบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบาย (Policies)

ด้านการให้บริการ ให้บริการไปรษณีย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่อง ที่มีคุณภาพดี รวดเร็ว ตรงเวลา ในอัตราค่าบริการเหมาะสม

- 1) ด้านการตลาดมุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกระดับ
- 2) ด้านการเงิน และการลงทุนดำเนินการให้พึ่งตนเองได้ในด้านการเงินและสามารถ ลงทุนขยายงานต่อไปในอนาคต
- 3) ด้านบุคลากร บริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้มีสวัสดิการด้าน ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
- 4) ด้านการบริหารและการจัดการ พัฒนาการบริหารจัดการให้เอื้อประโยชน์ต่อการ ดำเนินงานในเชิงธุรกิจ

3.3 แนวทางการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด

บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด (ปณท) ได้กำหนดกลยุทธ์ในการปรับแผนธุรกิจให้สามารถ คู่กับการแข่งขันในภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน โดยมีพันธกิจในการรักษาความเป็นผู้นำในการบริการ

ไปรษณีย์ รวมทั้งขยายขอบเขตการให้บริการให้รองรับความต้องการของลูกค้า โดยยกระดับการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล เพื่อให้องค์กรอยู่ในสถานะที่แข็งแกร่งได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการ

1.1 แผนงานปรับปรุงรูปลักษณ์ (Facelift) ที่ทำการไปรษณีย์

มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงรูปลักษณ์ที่ทำการไปรษณีย์ให้มีความสวยงามทันสมัย สะท้อนภาพลักษณ์ใหม่ของ ปณท (Corporate identity) พร้อมกำหนดแนวทางการทำธุรกิจหรือการให้บริการอื่นนอกเหนือจากบริการไปรษณีย์ตามปกติของที่ทำการไปรษณีย์แต่ละแห่ง โดยคำนึงถึงการใช้พื้นที่ภายในอาคาร และภายนอกอาคาร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งในปีที่ ปณท. ได้ดำเนินการคัดเลือกที่ทำการไปรษณีย์พร้อมกำหนดแนวทางปรับปรุงรูปลักษณ์ใหม่ จำนวน 25 แห่ง ทั้งนี้ให้กระจายอยู่ในส่วนกลางและภูมิภาค โดยกำหนดแนวทางการปรับปรุงรูปลักษณ์ที่สะท้อนใหม่ขององค์กรให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

1.2 แผนการจัดตั้งศูนย์ไปรษณีย์และที่ทำการไปรษณีย์สุวรรณภูมิ

มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการจัดตั้งท่าอากาศยานกรุงเทพแห่งใหม่ โดยการเช่าใช้ที่ดินภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิขนาด 3 ไร่เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารศูนย์ไปรษณีย์สุวรรณภูมิขนาดพื้นที่ใช้สอย 4,000 ตารางเมตร สำหรับเป็นสถานที่ปฏิบัติงานคัดแยก และส่งต่อไปรษณีย์ภัณฑ์ และพัสดุไปรษณีย์ทางอากาศ และจะเช่าพื้นที่ภายในอาคารผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 3 แห่ง เพื่อจัดตั้งที่ทำการไปรษณีย์สำหรับให้บริการไปรษณีย์แก่หน่วยงานต่าง ๆ ผู้ปฏิบัติงานและผู้โดยสารทั้งขาเข้าและขาออกภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิดังกล่าว ซึ่งในปีที่ ปณท. ได้ดำเนินการก่อสร้างศูนย์ไปรษณีย์สุวรรณภูมิเสร็จเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2549 ส่วนที่ทำการไปรษณีย์สุวรรณภูมิได้ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จเดือนกันยายน 2549 ซึ่งที่ทำการทั้ง 2 แห่ง ปณท. ได้เปิดทำการพร้อมกับการเปิดทำการของสนามบินสุวรรณภูมิเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2549

1.3 โครงการจัดสร้างศูนย์คัดแยกพัสดุไปรษณีย์ (แห่งใหม่) ทดแทนศูนย์ไปรษณีย์

กรุงเทพ

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีสถานที่ปฏิบัติงานที่ศูนย์กลางในการคัดแยกและส่งต่อพัสดุไปรษณีย์แทนอาคารศูนย์ไปรษณีย์หัวลำโพงเดิม ซึ่งจะหมดอายุการเช่าใช้ที่ดินในปี 2554 สำหรับรองรับปริมาณงานบริการไปรษณีย์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการเพิ่มช่องทางการหารายได้ให้กับปณท. ดำเนินการโดยให้บริษัทเอกชน/หน่วยงานของรัฐเช่าใช้พื้นที่ในอาคาร ตามระเบียบวิธีปฏิบัติของปณท. เพื่อเป็นศูนย์กลางรองรับบริการพิเศษต่าง ๆ ด้าน

ไปรษณีย์ (Logistic warehouse) โดยใช้ระบบเครือข่ายไปรษณีย์ที่มีอยู่ซึ่งการดำเนินการในปี
ปณท. ได้ทำการถมดินเพื่อเตรียมแยกได้ภายในเดือนตุลาคม 2552

ปณท. ได้กำหนดกลยุทธ์ในการปรับแผนธุรกิจให้สามารถสู้กับการแข่งขันใน
ภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน โดยมีพันธกิจในการรักษาความเป็นผู้นำในบริการไปรษณีย์

1.4 แผนศึกษาและกำหนดทิศทางการดำเนินงานสำหรับแต่ละตลาดธุรกิจในระยะยาว

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อสภาพการดำเนินธุรกิจของปณท. ใน
อนาคตวิเคราะห์ช่องว่างเชิงกลยุทธ์และพิจารณาหาทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อกำหนดนโยบายการพัฒนา
กิจการระยะยาว พร้อมจัดทำและติดตาม/ประเมินผลแผนพัฒนากิจการต่าง ๆ ให้สามารถรองรับ
การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในอนาคตได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที ซึ่งในปีนี้ ปณท. ได้
จัดทำร่างกลยุทธ์การพัฒนากิจการ ปณท. ระยะยาว 2550-2554 เสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้รับ
อนุมัติจากคณะกรรมการ ปณท. เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2549

1.5 แผนสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ให้ได้มาซึ่ง
ข้อมูลความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์และนำผลที่ได้มาปรับปรุง
ประสิทธิภาพการให้บริการของปณท. ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการ ซึ่งการดำเนินการ
ในปีนี้ ปณท. ได้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยจำแนกเป็นด้านการรับฝาก การปฏิบัติงาน
ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสถานที่ให้บริการ การรับรู้บริการและข่าวสารของปณท. ของลูกค้าที่มาใช้
บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตนครหลวงและภูมิภาครวมทั้งข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของ
ลูกค้า จากการสรุปผลการสำรวจปรากฏว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง-พอใจ
มาก

2. แนวทางในอนาคต

ปณท. มีนโยบายที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการบริหาร
จัดการและการให้บริการ เพื่อให้การดำเนินงานได้มาตรฐานสากล โดยมีแนวทางการดำเนินงาน
ในอนาคตดังนี้

2.1 การพัฒนาระบบบัญชีและการเงิน

ปณท. มีเป้าหมายที่จะพัฒนาระบบบัญชีและการเงินให้เป็นระบบมาตรฐานสากล
โดยได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกแบบระบบบัญชีให้เป็นระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งระบบบัญชี
การเงินระบบบัญชีเพื่อจัดการระบบออกใบแจ้งหนี้ และระบบงบประมาณ เพื่อให้รายงาน
ทางการเงินที่จัดทำขึ้นเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีไทย (Thai GAAP) มาตรฐานการบัญชีระหว่าง
ประเทศ (IAS) และประมวลรัษฎากรรวมทั้งข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.2 การวางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปณท มีนโยบายที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจ ปณท และเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การดำเนินงานธุรกิจอย่างมืออาชีพและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการนี้ ปณท ได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาที่มีความชำนาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นที่ปรึกษาวางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำเนินการศึกษาวเคราะห์ระบบสารสนเทศของ ปณท ในการวางแผนและจัดทำแผนแม่บทและแผนด้านกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งจัดทำข้อกำหนดในการจัดหาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ

2.3 การปรับโครงสร้าง ปณท

ปณท มีนโยบายที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นธุรกิจเชิงรุก โดยมีแผนการดำเนินงานปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ เพื่อรองรับการดำเนินงานธุรกิจให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยได้ว่าจ้างศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโครงสร้างองค์กรใหม่ให้กับ ปณท มีการแบ่งส่วนงานและหน้าที่รับผิดชอบใหม่ให้เป็นธุรกิจที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ปณท. ได้ประกาศใช้โครงสร้างใหม่ เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2549

2.4 พัฒนาการให้บริการ EMS

ปณท มีแผนงานที่จะพัฒนาคุณภาพบริการให้รวดเร็วกว่าบริการ EMS ในประเทศ เพื่อตอบสนองสภาพธุรกิจ ที่ต้องการนำส่งสิ่งของโดยเร่งด่วน แบบวันเดย์วาล์ว หรือรวดเร็วกว่า 24 ชั่วโมง ซึ่งในปี 2550 ปณท มีแผนการที่จะเปิดให้บริการ EMS Plus โดยในขั้นแรกจะให้บริการกับสถานที่หรือจังหวัดที่มีสายการบินในการขนส่ง เพื่อสร้างมาตรฐานการนำจ่ายภายในวันเดียวกัน กำหนดเวลาส่งก่อน 12.00 น. ผู้รับปลายทางจะได้รับภายใน 18.00 น. ของวันเดียวกัน และกำหนดเวลาส่งหลังเวลา 12.00 น. ผู้รับปลายทางจะได้รับภายใน 12.00 น. ของวันรุ่งขึ้น

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และการบริหารงานเชิงรุก พร้อมมุ่งพัฒนาบริการให้ดีขึ้น เพื่อก้าวสู่ปีที่ 5 คาดว่าสิ้นปี 2550 สามารถทำกำไรได้เกินพันล้านบาท และร่วมมือสร้างพันธมิตรบริการลูกค้าพร้อมเปิดตู้ ปณ.999 รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาให้ ปณท. ให้ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินงานของปณท. ในช่วงครึ่งแรกของปี 2550 สามารถทำรายได้สูงกว่าช่วงเดียวกันของปี 2549 ประมาณ 1.4% ขณะที่รายจ่ายเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ลดลง ทำให้ผลกำไรสุทธิคิดเป็นเงิน 584 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันปีที่แล้วเกือบ 1% แต่ทั้งนี้สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 32.6%

ปีนี้จะเป็นปีแรกที่ไปรษณีย์ไทยจะมีกำไรถึง 1 พันล้านบาท โดยรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นนั้นส่วนหนึ่งจะมาจากบริการหลักคือ รับ-ส่งไปรษณีย์ และรับชำระเงิน (เพย์เอทโพสต์) รวมทั้งบริการอื่นๆ เช่น การจำหน่ายแสตมป์ บริการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ยังมีบริการเสริมอื่นๆ เช่น ส่งร่างรัฐธรรมนูญและบัตรเลือกตั้ง บริการทั่วประเทศ การให้เช่าและส่งจดความรามเทพ เป็นต้น ซึ่งเป็นบริการที่ทำรายได้ให้ไปรษณีย์อย่างมากเหมือนกับที่ก่อนหน้านี้ได้จัดส่งหนังสือพลังแห่งชีวิต และไปรษณียบัตรบอลโลก

โดยในช่วงครึ่งปีหลัง คาดการณ์ว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากบริการหลักต่างๆ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้รายได้ตลอดปี 2550 ของปณท.มากกว่า 15,100 ล้านบาทมีรายจ่ายประมาณ 13,100 ล้านบาททำให้กำไรสุทธิหลังหักภาษีจะอยู่ที่ 1,200 ล้านบาท

ซึ่งนับเป็นรายได้สูงสุดในระยะเวลา 4 ปี ของปณท. นับตั้งแต่แปลงสภาพจากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาเป็นบริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัด

การเจรจากับกลุ่ม ทู คอรัป เพื่อให้บริการเติมเงินโทรศัพท์ระบบทรูมูฟผ่านนุษย์ไปรษณีย์ได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกมากขึ้น และเป็นการขยายช่องทางเติมเงินของทรูมูฟให้เข้าถึงผู้ใช้บริการตามบ้าน จากเดิมที่การเติมเงินจะค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในย่านชุมชนเท่านั้น

ความร่วมมือดังกล่าวเป็นการพัฒนาต่อยอดจากบริการสื่อสารครบวงจร (Total Mail Solution) ที่ไปรษณีย์ได้ทำให้บริษัทในกลุ่มทรูอยู่แล้ว โดยรับหน้าที่พิมพ์ข่าวสารพับใส่ซองและส่งให้กับลูกค้าทรูทั้งหมดถือเป็นบริการใหม่ที่จะช่วยให้ไปรษณีย์มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังอยู่ระหว่างการเจรจา กับกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์หรือซี.พี. ผู้ให้บริการร้านค้าเซเว่น-อีเลฟเว่นในการเป็นผู้ทำหน้าที่กระจายสินค้าให้ 7-11 ทั่วประเทศเนื่องจากปัจจุบันกลุ่มซี.พี.ยังไม่มีศูนย์พักสินค้าในภาคต่าง ๆ จึงต้องการเอ้าท์ซอร์สไปรษณีย์ทำผ่านบริการรับส่งสินค้าขนาดใหญ่ (โลจิสติกส์) ซึ่งไปรษณีย์มีศูนย์ขนาดใหญ่เพื่อรองรับสินค้าในทุกภาคประมาณ 20 แห่ง

นอกจากนั้นแล้วปณท.ยังได้มีการเปิดตัว ตู้ ปณ.999 เพื่อการพัฒนาที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างแบรนด์ของปณท. ซึ่งโครงการนี้ได้มีการเริ่มมาตั้งแต่เมื่อ 2 ปีที่แล้วมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไว้รับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานบริการของ ปณท.ให้ดียิ่งขึ้น โดยทุกความคิดเห็นที่ส่งเข้ามาจะได้จัดให้มีการรวบรวมประเมินทุกเดือน เพื่อที่จะนำข้อคิดเห็นต่างๆของลูกค้ามาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงงานของปณท. ให้ตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ทั้งหมดก็เพื่อให้เป็นไปตามคำมั่นสัญญาของแบรนด์

ปณท. ที่ จะเป็น “ผู้เชื่อมโยงคนไทยที่ดีที่สุด” โดยมีเป้าหมายอยู่ที่ความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

ชาติรี ผึ้งบางแก้ว ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริการโทรศัพท์สาธารณะของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ในเขตพื้นที่ส่วนบริการลูกค้าจังหวัดกำแพงเพชร วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 2547 พบว่า

1. ความเหมาะสมของโทรศัพท์สาธารณะแบบใช้บัตรและแบบหยอดเหรียญอยู่ในระดับปานกลางปัญหาการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะอยู่ในระดับปานกลาง ความต้องการการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะอยู่ในระดับมาก
2. จุดแข็งของบริการโทรศัพท์สาธารณะได้แก่ มีระบบไร้สายคือระบบ 1900 MHz มีขั้นตอนในการใช้เครื่องโทรศัพท์สะดวก ทำเลที่ตั้งและจำนวนเครื่องมาก พนักงานมีความเชี่ยวชาญ เป็นที่รู้จักของลูกค้ามานาน ค่าใช้จ่ายถูก จุดอ่อนได้แก่ตู้โทรศัพท์ถูกทุบทำลาย ตู้โทรศัพท์ฯ ไม่สามารถป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกได้ เครื่องฯ ใส่เหรียญและบัตรเต็มแล้ว ไม่รับเหรียญหรือบัตรมีการแก้ไขช้า พนักงานขาดประสบการณ์ทางการตลาดเชิงรุก โอกาสได้แก่ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความต้องการใช้โทรศัพท์สาธารณะอยู่

3. กลยุทธ์ที่สำคัญของการบริการโทรศัพท์สาธารณะได้แก่ เพิ่มจำนวนเครื่องโทรศัพท์สาธารณะให้เหนือคู่แข่งด้านด้านราคาที่ถูกกว่า การพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่องทำการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ทำการประชาสัมพันธ์ให้กับเยาวชนให้ตระหนักถึงประโยชน์ด้านสาธารณะสมบัติ การพัฒนาเทคโนโลยีโทรศัพท์สาธารณะแบบไร้สายและการพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะคู่โครงการของรัฐ

รัชนิพร สุขสม กลยุทธ์การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2546

ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย พบว่า (1) ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของรูปแบบและคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์สูงกว่าด้าน

อื่น ๆ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านราคา (2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในกลุ่มธนาคารต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มธนาคารรัฐมีความคิดเห็นทางด้านรูปแบบและคุณภาพการให้บริการรวมทุกด้านแตกต่างไปจากกลุ่มธนาคารเอกชน ผู้ใช้บริการกลุ่มธนาคารรัฐมีความคิดเห็นทางด้านราคาแตกต่างไปจากกลุ่มธนาคารเอกชนและกลุ่มธนาคารลูกครึ่ง ผู้ใช้บริการกลุ่มธนาคารเอกชนมีความคิดเห็นทางการส่งเสริมการขายแตกต่างไปจากกลุ่มธนาคารรัฐและกลุ่มธนาคารลูกครึ่ง และผู้ให้บริการกลุ่มธนาคารรัฐมีความคิดเห็นทางการประชาสัมพันธ์แตกต่างไปจากกลุ่มธนาคารลูกครึ่ง (3) ธนาคารพาณิชย์ไทยต้องเร่งปรับกลยุทธ์การดำเนินงานทุกด้านเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและการดำรงอยู่รอดของธุรกิจ พร้อมทั้งนำเสนอรูปแบบและคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมุ่งสร้างความพอใจให้กับลูกค้าเพื่อเกิดความประทับใจและมีความจงรักภักดีต่อธนาคาร

คุณมณ อัครมนีสิน ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดปัตตานี วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ผลงานวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา และความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกัน สำหรับปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นปัญหาการปฏิบัติงานล่าช้าเจ้าหน้าที่มีน้อย ประชาสัมพันธ์น้อยไม่ทั่วถึง โดยเสนอแนะให้เพิ่มช่องบริการ เพิ่มเจ้าหน้าที่บริการและประชาสัมพันธ์บริการให้ทั่วถึง เห็นควรให้ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริการ โดยการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์บริการให้ทั่วถึงด้วยวิธีการแจกจ่ายเอกสาร แผ่นพับแนะนำบริการให้ผู้บริการที่มาติดต่อใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์และแจกจ่ายโดยพนักงานไปรษณีย์ที่ไปให้บริการถึงที่อยู่ของผู้บริการเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ

ทรงศณ พูลสวัสดิ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับบริการที่จุดชำระเงินของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2546

พบว่า ผู้ใช้บริการที่ไปรษณีย์มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมในระดับมาก ส่วนผู้ใช้บริการที่เซเว่น อีเลฟเว่นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการที่ไปรษณีย์มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, บริการ, สื่อสารการตลาดในระดับมาก มีเพียงด้านช่องทางการให้บริการเพียงด้านเดียวที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการที่เซเว่น อีเลฟเว่น มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการในระดับมาก ส่วนด้านราคา ช่องทางการให้บริการ สื่อสารการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการที่ไปรษณีย์ที่เป็นชายพึงพอใจในราคาสูงกว่าช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในราคาสูงที่สุด และสภาพหย่า/หม้าย พึงพอใจต่อปัจจัยในภาพรวมและปัจจัยด้านบริการช่องทางการให้บริการ สื่อสารการตลาด ส่วนผู้ใช้บริการที่เซเว่น อีเลฟเว่นที่เป็นโสดพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สูงที่สุด และอาชีพที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พึงพอใจในราคาสูงที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฉวีวรรณ สิริเขมาภรณ์ ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านจุดบริการ pay at post ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตจังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการชำระเงินผ่านจุดบริการ pay at post ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เป็นเพศชายกับเพศหญิงใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 20-34 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐและมีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท (2) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อกลุ่มบริการทั้ง 8 กลุ่มอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 5 ด้านพบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (3) ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการ 5 ด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและสถานที่และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันและผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการ 5 ด้านต่างกัน โดยผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการระดับอำเภอมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ใช้บริการระดับจังหวัด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล สูงกว่าผู้ใช้บริการระดับตำบล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่และด้านบุคคล (4) ปัญหาที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประสบคือ สื่อประชาสัมพันธ์ไม่พอเพียง จำนวนช่องให้บริการมีน้อยและปัญหาความล่าช้าของการให้บริการ

วินัย รำพรรณ ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน
กรณีศึกษาสำนักงานใหญ่ วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา 2546

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ผลการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน
สำนักงานใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทุกด้านคือ ด้านบุคลิกภาพการให้บริการของ
พนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านประเภทที่
ให้บริการ ส่วนผลการศึกษาเปรียบเทียบสภาพความพึงพอใจ ด้านบุคลิกภาพการให้บริการของ
พนักงาน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านประเภทที่
ให้บริการใช้บริการที่จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาของการใช้บริการ
รายได้ต่อเดือนประเภทของบริการที่ใช้ พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตามผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่าบางคู่
ไม่มีความแตกต่างกัน

ธนวัฒน์ ประกอบศรีกุล ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อ
การให้บริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัด
เชียงราย วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 2548

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ด้านเกษตรกรลูกค้าเงินกู้และลูกค้าเงินฝาก พบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการการทำคำขอกู้เงินของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อการบริการด้าน
สถานที่ของสำนักงานธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก
เช่นเดียวกัน ด้านสหกรณ์การเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการ
เงินกู้ ของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับ
มาก และมีความพึงพอใจกับระเบียบในการกำหนดสัดส่วนเงินกู้ที่ ธ.ก.ส.ให้สหกรณ์ชำระคืนอยู่ใน
ระดับมากเช่นเดียวกัน

ธนาวุฒิ เลิศเอกธรรม ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลมหาราชนคร
การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2546

ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า (1) พนักงานโรงพยาบาลมหาราชนครมีระดับความพึงพอใจใน
การทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 (2) ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ
สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ความ
พึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลมหาราชนคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ระดับ 0.05

โหมยงค์ ทองกนกสินศิริ ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพ การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า (1) ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพ อยู่ในระดับปานกลางในด้านการบิน สำหรับการให้บริการข้อมูลเที่ยวบิน ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก การรักษาความปลอดภัยและการรักษาความสะอาด และในเชิงพาณิชย์ สำหรับบริการของร้านสินค้าปลอดอากร ภัตตาคารทุกประเภท และสถานที่แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (2) ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จะมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพและการใช้บริการท่าอากาศยานกรุงเทพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

อารมณีย์ ปานภักดี ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช วิทยานิพนธ์ปริญญาโทการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2547

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้รับบริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านกายภาพและด้านคุณภาพบริการในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านสังคมอยู่ในระดับปานกลาง (2) ผู้ให้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านการจัดองค์การในระดับมาก ส่วนด้านสภาพการทำงานและด้านผลประโยชน์เกือบ อยู่ในระดับปานกลาง (3) ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดชแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) ผู้ให้บริการที่มีเพศ และตำแหน่งในหน่วยงานต่างกันมีความพึงพอใจในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชวลิต นิवासวัต ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครสวรรค์ การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2546

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 ปีจนถึง 30 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาและประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม (2) กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมและเป็นรายด้าน 3 ด้านคือด้านพนักงานและด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านธุรกรรมการเงินอยู่ในระดับปานกลาง (3) กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเพศและอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมและเป็นรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ โดยภาพรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 51 ปีจนถึง 60 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุอื่น ๆ และกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาคต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

ประเทืองทิพย์ ธีรเวชเจริญชัย ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการที่มีต่อการให้บริการของกรมบัญชีกลาง วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการ (1) มีความพึงพอใจในสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการรองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการให้บริการและระยะเวลา และด้านสถานที่และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ (2) มีความคาดหวังสูงกว่าปัจจุบันที่ได้รับอยู่โดยคาดหวังในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนในการให้บริการและระยะเวลาและด้านสถานที่และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกลำดับที่ (3) เปรียบเทียบความพึงพอใจในสภาพปัจจุบันและความพึงพอใจที่คาดหวังพบว่า เจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของกรมบัญชีกลางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) มีข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและจัดให้มีศูนย์กลางการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบมีการจัดตั้ง Call center และเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์จำนวนเจ้าหน้าที่ สถานที่จอดรถ และที่นั่งรอรับบริการให้สอดคล้องกับจำนวนผู้มารับบริการ

ปิ่นมณี สิทธิชัย ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกรมสรรพากร : กรณีศึกษาเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยพึงพอใจกิจกรรมการให้บริการคืนภาษีเป็นลำดับสูงสุด (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

ความพึงพอใจของผู้เสียภาษี ได้แก่ อายุ สถานะของแบบ ช่องทางการยื่นแบบ และกิจกรรมการให้บริการ นอกจากนี้กรณียื่นแบบโดยใช้แบบแสดงรายการยังมีปัจจัยอื่นเพิ่มเติมด้วยคือสถานภาพการสมรส และอาชีพ (3) ปัญหาและอุปสรรคของผู้เสียภาษีคือ การขาดความรู้ความเข้าใจการกรอกแบบและคำนวณภาษี เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการทั่วไป รวมถึงข้อกฎหมายใหม่ ระเบียบและแนวทางในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่ผู้เสียภาษีเสนอแนะให้ประชาสัมพันธ์ข้อกฎหมายใหม่และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และปรับปรุงการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กาวินท์ พานเทียนทอง ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดสงขลา ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านระบบการให้บริการอยู่ในระดับมาก (2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกันตนพบว่า ผู้ประกันตนที่มีอาชภูระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่เคยรับบริการและประเภทกองทุนที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ประกันตนที่มีเพศ และผู้ประกันตนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ผู้ประกันตนที่มีความต้องการที่เพิ่มเติมในด้าน จำนวนเงินที่ได้รับจากการจ่ายประโยชน์ทดแทนเพิ่มขึ้น รองลงมาคือ บริการน้ำดื่มที่สะอาดระหว่างรอรับบริการ (4) ปัญหาที่ผู้ประกันตนพบมากที่สุดในการให้บริการคือ ความเข้าใจของผู้ประกันตนในด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเพราะซับซ้อนเกินไป รองลงมาได้แก่ปัญหาด้านที่นั่งคอยและที่จอดรถไม่เพียงพอ ตามลำดับ

ปิยะพร จิตรบำรุง ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)สาขาสำนักงานใหญ่สีลม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2548

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา อยู่ที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการธนาคาร พบว่า ใช้บริการด้านเงินฝากมากที่สุด เป็นลูกค้าของธนาคารมานานประมาณ 5-10 ปี และมีความถี่ในการใช้บริการธนาคารน้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุวันที่มาใช้บริการได้ ในด้านปริมาณการใช้หน้าเคาน์เตอร์

ธนาคารมีปริมาณการใช้บริการ 1 รายต่อครั้งมากที่สุด สำหรับช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการธนาคารมากที่สุดคือช่วงเวลา 11.31 - 13.00 น. และเหตุผลที่มาใช้บริการธนาคารคือใกล้ที่ทำงาน ด้านพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนใหญ่เกือบทุกด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ประเด็นเดียวมีความพึงพอใจระดับปานกลางจากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของ ธนาคารแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ซึ่งมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ประชากร
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

รายละเอียดในการดำเนินงานมี ดังนี้

1. ประชากร

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นผู้มาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีทั้งสิ้น 8 จังหวัดจำนวน 105 ที่ทำการมีวิธีการขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือถึงผู้จัดการฝ่ายควบคุมบำรุงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ปณท. เพื่อขอข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการจากที่ทำการไปรษณีย์ 8 จังหวัดในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ เป็นสถิติการให้บริการในเดือนมกราคม 2551

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้รับข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ 8 จังหวัดได้แก่ 1. ไปรษณีย์จังหวัดนครสวรรค์ 2. ไปรษณีย์จังหวัดอุทัยธานี 3. ไปรษณีย์จังหวัดกำแพงเพชร 4. ไปรษณีย์จังหวัดตาก 5. ไปรษณีย์จังหวัดสุโขทัย 6. ไปรษณีย์จังหวัดพิษณุโลก 7. ไปรษณีย์จังหวัดพิจิตร 8. ไปรษณีย์จังหวัดเพชรบูรณ์จะได้ข้อมูลเป็นจำนวนของประชากรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษิตามรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรซึ่งจำแนกเป็นแต่ละที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดมีลูกค้า
มาใช้บริการในเดือน มกราคม 2551

ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด	จำนวนลูกค้ามาใช้บริการ
นครสวรรค์	18,246
อุทัยธานี	8,723
กำแพงเพชร	16,781
ตาก	15,288
สุโขทัย	11,821
พิษณุโลก	25,650
พิจิตร	12,191
เพชรบูรณ์	15,068
รวมจำนวนผู้ใช้บริการในเดือน มกราคม 2551 จำนวน 123,768 ราย	

2. กลุ่มตัวอย่าง

จำนวนผู้ใช้บริการของเดือนมกราคม 2551 ของไปรษณีย์จังหวัดนครสวรรค์จำนวน 18,246 ราย ไปรษณีย์จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 8,723 ราย ไปรษณีย์จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 16,781 ราย ไปรษณีย์จังหวัดตาก จำนวน 15,288 ราย ไปรษณีย์จังหวัดสุโขทัย จำนวน 11,821 ราย ไปรษณีย์จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 25,650 ราย ไปรษณีย์จังหวัดพิจิตร จำนวน 12,191 ราย ไปรษณีย์จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 15,068 ราย ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากจำนวนผู้ใช้บริการต่อเดือน ใช้สูตรคำนวณของยามานะ (tarto Yamane) ดังนี้

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความค่าเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

$$n = \frac{123768}{1 + 123768(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมด 400 คน จากจำนวนผู้ใช้บริการในหนึ่งเดือน 123,768 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบบังเอิญจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทุกที่ทำการในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์จำนวน 105 ที่ทำการ โดยมีรายละเอียดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์ ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการในเดือน มกราคม 2551 และกลุ่มตัวอย่างของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์

ชื่อที่ทำการไปรษณีย์	จำนวนผู้ใช้บริการใน 1 เดือน/คน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์/คน
นครสวรรค์	18,246	59
อุทัยธานี	8,723	28
กำแพงเพชร	16,781	54
ตาก	15,288	50
สุโขทัย	11,821	38
พิษณุโลก	25,650	83
พิจิตร	12,191	39
เพชรบูรณ์	15,068	49
รวมทั้งสิ้น	123,768	400

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมเชิงปริมาณที่เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะคำถามปลายเปิดแบบเลือกตอบ (Checklist) และแบบเติมคำ (full-in)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการใช้บริการและที่ทำการไปรษณีย์ที่ใช้บริการ มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบ ให้เลือก

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ 4 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการและด้านการประชาสัมพันธ์ บริการลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วน (Rating scale) ชนิด 5 ระดับ

พึงพอใจมากที่สุด	ได้	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	ได้	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ได้	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	ได้	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ได้	1	คะแนน

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ทศนะคติและความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด(Open ended form)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

สำหรับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารต่าง ๆ และบุคคลที่เกี่ยวข้องและศึกษารูปแบบสอบถามพร้อมทั้งกำหนดขอบเขตของข้อความจากตัวแปรที่จะศึกษาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. ปรับปรุงแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะและนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.เสน่ห์ ขี้โต | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุพร เสียนสลาย | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. ดร.ประพฤทธิ์ เขียรสิทธิพร | ผู้อำนวยการศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พิบูลย์สงคราม ศูนย์การศึกษาสุโขทัย |
| 4. นายสุรินทร์ คอนสลัด | ผู้จัดการฝ่ายไปรษณีย์เขต 6
นครสวรรค์ |

เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงถูกต้องด้านเนื้อหา (Content validity) ให้แบบสอบถามสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับประเด็นหลักของการวัดสภาพปัญหาความต้องการ ความพึงพอใจในการใช้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับลูกค้าที่มาใช้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์สุโขทัย จำนวน 30 คน

5. นำแบบสอบถามที่ได้ทดลองใช้มาตรวจสอบและทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ของครอนบาค (cronbach. 1970:161) ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือรวมทั้งฉบับ 0.96

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วใช้เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

4.1. นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแจ้งขอความร่วมมือในการวิจัยส่งถึงหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่งในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ส่งถึงกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาของแต่ละที่ทำการทุกวันของเดือนสิงหาคม – กันยายน 2551 รวมทั้งสิ้น 18 วัน จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

4.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม โดยทำการรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จากทั้งหมด 400 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาความต้องการความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ เป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ในส่วนที่เป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย การแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.3 รวบรวมปัญหาและข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะทัศนคติและความคิดเห็น ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์นำมาจัดกลุ่ม(Category) ใช้สถิติค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ พร้อมทั้งเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความถี่ในการใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และเพื่อศึกษาปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์
3. ผลจากการทดสอบสมมติฐาน
4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	210	52.5
หญิง	190	47.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	24	6.0
ตั้งแต่ 21-30 ปี	117	29.2
ตั้งแต่ 31-40 ปี	135	33.8
ตั้งแต่ 41-50 ปี	96	24.0
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	28	7.0
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	140	35.0
สมรส	249	62.2
หย่า/หม้าย	11	2.8
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า	16	4.0
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) หรือเทียบเท่า	34	8.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) หรือเทียบเท่า	79	19.7
ปวช./ปวส./อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	109	27.3
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	138	34.5
สูงกว่าปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	24	6.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	175	43.7
พนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน	95	23.7
นักเรียน นิสิตและนักศึกษา	28	7.0
ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย งานอิสระอื่นๆ ที่ไม่มีการกำหนดเงินเดือน)	67	16.8
เกษตรกรกรรม	21	5.3
อื่นๆ (โพรครระบุ)	14	3.5
รวม	400	100.0
6. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	184	46.0
ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท	112	28.0
ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท	39	9.7
ตั้งแต่ 30,001-40,000 บาท	22	5.5
ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาท	12	3.0
ตั้งแต่ 50,001 ขึ้นไป	18	4.5
ไม่ระบุ	13	3.3
รวม	400	100.0
7. ความถี่ในการใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้		
ใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน	103	25.7
ใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	92	23.0
ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	60	15.0
ใช้บริการ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง	62	15.5
4. ใช้บริการเดือนละครั้ง	72	18.0
5. อื่นๆ (โพรครระบุ)	11	2.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
8. สถานที่มารับบริการ		
ที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัด	100	25.0
ที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ	227	56.8
ที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล	72	18.0
ไม่ระบุ	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 52.5) รองลงมาคือเพศหญิง (ร้อยละ 47.5) ตามลำดับ
2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 31-40 ปี (ร้อยละ 33.8) รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 21-30 ปี (ร้อยละ 29.3) ตั้งแต่ 41-50 ปี (ร้อยละ 24.0) ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 7.0) และไม่เกิน 20 ปี (ร้อยละ 6.0) ตามลำดับ
3. สถานภาพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 62.3) รองลงมาคือสถานภาพโสด (ร้อยละ 35.0) และสถานภาพหย่า/หม้าย (ร้อยละ 2.8) ตามลำดับ
4. ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 34.5) รองลงมาคือ ปวช./ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 27.3) มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 19.8) มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 8.5) สูงกว่าปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 6.0) และประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 4.0) ตามลำดับ
5. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 43.8) รองลงมาคือ พนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน (ร้อยละ 23.8) ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย งานอิสระอื่นๆ ที่ไม่มีการกำหนดเงินเดือน) (ร้อยละ 16.8) นักเรียน นิสิตและนักศึกษา (ร้อยละ 7.0) เกษตรกรรม (ร้อยละ 5.3) และอื่นๆ (ร้อยละ 3.5) ตามลำดับ
6. รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 46.0) รองลงมาคือตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 28.0) ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 9.8) ตั้งแต่ 30,001-40,000 บาท (ร้อยละ 5.4) ตั้งแต่ 50,001 ขึ้นไป (ร้อยละ 4.5) และ

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ระบุรายได้ (ร้อยละ 3.3) ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาท (ร้อยละ 3.0) ตามลำดับ

7. ความถี่ในการใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน (ร้อยละ 25.8) รองลงมาคือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 23.0) ใช้บริการเดือนละครั้ง (ร้อยละ 18.0) ใช้บริการ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง (ร้อยละ 15.5) ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 15.0) และอื่นๆ (ร้อยละ 2.8) ตามลำดับ

8. สถานที่มารับบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มารับบริการที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ (ร้อยละ 56.8) รองลงมาคือมารับบริการที่ทำการไปรษณีย์ระดับจังหวัด (ร้อยละ 25.0) ที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล (ร้อยละ 18.0) และไม่ระบุสถานที่มารับบริการ (ร้อยละ 0.2) ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยภาพรวมในแต่ละด้าน

การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.97	0.78	มาก	2
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.13	0.88	มาก	1
3. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.91	0.78	มาก	3
4. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.91	0.84	มาก	4
รวม	3.98	0.82	มาก	

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าความความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย = 3.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากและเมื่อเรียงด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.13)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ในด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. จัดให้มีจำนวนช่องให้บริการเหมาะสมและเพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ	3.64	0.84	มาก	11
2. จัดวิธีการเข้าคิวใช้บริการเหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้บริการ	3.87	0.78	มาก	8
3. กำหนดเวลาทำการในวันทำการปกติตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.	4.27	0.69	มาก	1
4. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.02	0.79	มาก	6
5. สามารถให้บริการทุกชนิด/ประเภทได้เสร็จสิ้นในช่องบริการเดียว (One Stop Service)	4.23	0.78	มาก	2
6. ความสะดวกในการใช้แบบฟอร์มหรือต้องการปฏิบัติในการใช้บริการแต่ละครั้ง	3.98	0.72	มาก	7
7. ขั้นตอนการใช้บริการของไปรษณีย์โดยรวมใช้ง่ายสะดวกและรวดเร็ว	4.08	0.76	มาก	5
8. ระยะเวลาการรอคอยในการใช้บริการแต่ละครั้ง	3.69	0.84	มาก	9
9. มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	4.16	0.77	มาก	3
10. การอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการ	4.15	0.73	มาก	4
11. จัดช่องให้บริการพิเศษเพิ่มเติมในกรณีที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากหรือมีผู้ใช้บริการครั้งละจำนวนมาก	3.65	0.92	มาก	10
รวม	3.97	0.78	มาก	

จากตารางที่ 4.3 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในด้านกระบวนการให้บริการ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97) เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อเรียงข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือกำหนดเวลาทำการในวันทำการปกติตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. (ค่าเฉลี่ย = 4.27) สามารถใช้บริการทุกชนิด/ประเภทได้เสร็จสิ้นในช่องบริการเดียว (One Stop Service) (ค่าเฉลี่ย = 4.23) และมีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง (ค่าเฉลี่ย = 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.12	0.74	มาก	11
2. มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการท่านตามช่องบริการตลอดเวลาเปิดทำการ	4.14	2.63	มาก	10
3. เจ้าหน้าที่ต้อนรับท่านด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ	4.16	0.80	มาก	9
4. เจ้าหน้าที่ใช้วาจาแสดงกิริยามารยาททำทางสุภาพและให้เกียรติท่าน	4.17	0.80	มาก	7
5. เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเหมาะสมกับการเป็นผู้ให้บริการที่ดี	4.34	0.66	มาก	1
6. เจ้าหน้าที่มีการแนะนำที่ดีก่อนใช้บริการเพื่อให้ท่านสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ	4.10	0.79	มาก	12
7. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาและข้อสงสัยของท่านอย่างตั้งใจและเต็มใจ	4.06	0.79	มาก	13
8. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถให้แนะนำตอบข้อซักถามได้อย่างละเอียดชัดเจนเข้าใจง่าย	4.16	0.76	มาก	8

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
9. เจ้าหน้าที่ที่มีความสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.17	0.76	มาก	6
10. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อท่าน และผู้ใช้บริการทุกคนด้วยความเสมอภาค	4.17	0.75	มาก	5
11. ขณะให้บริการเจ้าหน้าที่พูดคุยหรือแสดงกริยาอย่างเป็นกันเอง	4.25	0.72	มาก	2
12. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการมุ่งใจให้บริการ	3.92	0.72	มาก	14
13. เจ้าหน้าที่ประพฤติปฏิบัติตนมีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจในการให้บริการ	4.20	0.68	มาก	4
14. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ	4.21	0.68	มาก	3
15. เสร็จสิ้นการให้บริการแล้วเจ้าหน้าที่กล่าวขอบคุณท่านที่มาใช้บริการ	3.85	0.90	มาก	15
รวม	4.13	0.88	มาก	

จากตารางที่ 4.4 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการในภาพรวมพบว่ามีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.13) และเมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อเรียงข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเหมาะสมกับการเป็นผู้ให้บริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ขณะให้บริการเจ้าหน้าที่พูดคุยหรือแสดงกริยาอย่างเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย = 4.25) และเจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย = 4.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. ได้ทราบและเข้าใจบริการของไปรษณีย์และสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ	3.84	0.76	มาก	5
2. มีแผนประชาสัมพันธ์แนะนำบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.83	0.77	มาก	6
3. ที่ทำการไปรษณีย์ติดประกาศกำหนดเวลาเปิด-ปิดให้เห็นอย่างชัดเจน	4.12	0.74	มาก	1
4. มีการเปลี่ยนแปลงประกาศประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	3.87	0.76	มาก	4
5. มีการแจกจ่ายแผ่นพับและเอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำบริการเป็นระยะๆ อย่างเหมาะสม	3.77	0.84	มาก	7
6. การติดต่อสอบถามบริการไปรษณีย์ทางโทรศัพท์ได้ด้วยความสะดวกและรวดเร็ว	4.06	0.75	มาก	2
7. การค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ของที่ทำการไปรษณีย์ได้สะดวกรวดเร็วเมื่อยามจำเป็นต้องติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการ	3.91	0.84	มาก	3
รวม	3.91	0.78	มาก	

จากตารางที่ 4.5 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 3.91) และเมื่อพิจารณาในรายการพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อเรียงข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ลำดับแรกคือที่ทำการไปรษณีย์ติดประกาศกำหนดเวลาเปิด-ปิดให้เห็นอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย= 4.12) ท่านสามารถติดต่อสอบถามบริการไปรษณีย์ทางโทรศัพท์ได้ด้วยความสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย= 4.06) และท่านสามารถค้นหา

หมายเลขโทรศัพท์ของที่ทำกรไปรษณีย์ได้สะดวกรวดเร็วเมื่อยามจำเป็นต้องติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ตามลำดับ
 ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในด้านสถานที่ให้บริการ

ด้านสถานที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. ท่าเลที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์มีความเหมาะสม การเดินทางสะดวก สามารถค้นหาได้ง่าย	4.08	0.90	มาก	1
2. บริเวณห้องโถงที่ใช้ให้บริการและที่เขียนหนังสือสำหรับผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.90	0.88	มาก	5
3. มีการจัดโต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่งรอรับบริการและที่เขียนหนังสือสำหรับผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.95	0.79	มาก	4
4. บริเวณพื้นที่ภายในที่ทำกรมีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม	4.00	0.79	มาก	3
5. มีการจัดตกแต่งภายในได้สัดส่วนที่เหมาะสมสวยงาม	3.89	0.78	มาก	6
6. ภายในที่ทำกรไปรษณีย์มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม	4.00	0.74	มาก	2
7. มีการจัดห้องสุขาที่สะอาดสำหรับผู้ใช้บริการ	3.54	1.01	มาก	7
รวม	3.91	0.84	มาก	

จากตารางที่ 4.6 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91) และเมื่อพิจารณาในรายการพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อเรียงข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ลำดับแรกคือท่าเลที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์มีความเหมาะสมการเดินทางสะดวก สามารถค้นหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.08) และลูกค้าพึงพอใจในระดับมากเท่ากัน คือ บริเวณพื้นที่ภายในที่ทำกรมีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม และภายในที่ทำกรไปรษณีย์มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ตามลำดับ

3. ผลจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าที (t-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีจำนวนตามตัวแปรเพศ

การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้	เพศ					
	ชาย		หญิง		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.53	4.02	0.56	-1.50	0.13
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.14	0.60	4.12	0.65	0.32	0.75
3. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.93	0.61	3.89	0.61	0.68	0.50
4. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.86	0.65	3.96	0.64	-1.45	0.15
รวม	3.97	0.51	4.00	0.55	-0.54	0.59

จากตารางที่ 4.7 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ใน สังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอายุ

การให้บริการของ ที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	ไม่เกิน 20 ปี		ตั้งแต่ 21-30 ปี		ตั้งแต่ 31-40 ปี		ตั้งแต่ 41-50 ปี		ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป		F	Sig
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.15	0.41	3.86	0.56	3.99	0.53	4.00	0.56	4.15	0.54	2.77	0.03
2. ด้านเจ้าหน้าที่ ให้บริการ	4.15	0.56	4.07	0.62	4.19	0.66	4.11	0.57	4.20	0.72	0.63	.064
3. ด้านการ ประชาสัมพันธ์	4.13	0.61	3.82	0.59	3.91	0.61	3.97	0.62	3.92	0.61	1.60	0.17
4. ด้านสถานที่ ให้บริการ	4.00	0.55	3.85	0.60	3.90	0.67	3.93	0.70	4.02	0.67	0.64	0.64
รวม	4.11	0.53	3.90	0.59	4.00	0.62	4.00	0.61	4.07	0.64	1.41	0.37

จากตารางที่ 4.8 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอายุพบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.9 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่การไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านกระบวนการให้บริการ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	ตั้งแต่ 21-30 ปี	ตั้งแต่ 31-40 ปี	ตั้งแต่ 41-50 ปี	ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป
1. ไม่เกิน 20 ปี		0.02	0.18	0.21	1.00
2. ตั้งแต่ 21-30 ปี	0.02		0.06	0.07	0.01
3. ตั้งแต่ 31-40 ปี	0.18	0.06		0.94	0.15
4. ตั้งแต่ 41-50 ปี	0.21	0.07	0.94		0.18
5. ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	1.00	0.01	0.15	0.18	

จากตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่อายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

ตาราง 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ มีจำนวนตามตัวแปรสถานภาพ

การให้บริการ ของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	สถานภาพ							
	โสด		สมรส		หย่า/หม้าย			
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.96	0.51	3.98	0.55	4.20	0.89	1.01	0.37
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.10	0.62	4.14	0.62	4.27	0.87	0.45	0.64
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.87	0.60	3.94	0.60	3.99	0.84	0.62	0.54
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.88	0.58	3.92	0.68	4.09	0.89	0.65	0.53
รวม	3.95	0.58	4.00	0.61	4.14	0.87	0.68	0.52

จากตารางที่ 4.10 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรสถานภาพ พบว่าภาพรวมกลุ่มลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ไม่แตกต่าง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทั้งทำกาการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างของพียงพอใจต่อการให้บริการของทั้งทำกาการไปรษณีย์ ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีจำนวนตามตัวแปรระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา

การให้บริการ

ของทั้งทำกาการไปรษณีย์แห่งนี้

	ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		อื่น ๆ	F	Sig
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D			
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.84	0.44	4.03	0.55	4.01	0.52	3.96	0.51	3.98	0.60	3.93	0.60	0.00	0.37	0.87
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	3.86	0.56	4.20	0.57	4.08	0.59	4.15	0.66	4.18	0.62	4.04	0.71	0.00	1.08	0.37
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.62	0.55	4.02	0.57	3.96	0.59	3.92	0.66	3.89	0.60	3.90	0.62	0.00	0.87	0.50
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.79	0.57	4.09	0.53	3.89	0.70	3.89	0.66	3.92	0.65	3.77	0.60	0.00	1.09	0.37
รวม	3.78	0.53	4.09	0.56	3.99	0.60	3.98	0.62	3.99	0.62	3.91	0.63	3.78	0.85	0.53

จากตารางที่ 4.11 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของทั้งทำกาการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำนวนตามตัวแปรระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทั้งทำกาการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ถูกค่าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของพหุปัจจัยต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์

ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอาชีพ

การให้บริการ ของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	อาชีพ												F	Sig
	ส่วนราชการ		เอกชน		นักเรียนนักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		เกษตรกร		อื่นๆ			
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.97	0.57	3.86	0.47	4.10	0.42	4.01	0.60	4.08	0.46	4.20	0.74	1.81	0.11
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.20	0.64	3.97	0.62	4.11	0.55	4.12	0.59	4.19	0.61	4.47	0.67	2.53	0.03
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.95	0.60	3.75	0.57	4.07	0.59	3.87	0.64	4.07	0.60	4.21	0.67	2.18	0.06
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.90	0.66	3.81	0.65	3.99	0.55	3.87	0.67	4.14	0.50	4.31	0.67	2.95	0.01
รวม	4.01	0.62	3.85	0.58	4.07	0.53	3.96	0.62	4.12	0.54	4.29	0.69	2.37	0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงความแตกต่างของพหุปัจจัยต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอาชีพ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.13 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

การให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	ส่วนราชการ	เอกชน	นักเรียนนักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	อื่นๆ
1. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ		0.00	0.49	0.36	0.94	0.12
2. พนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน	0.00		0.30	0.14	0.15	0.01
3. นักเรียน นิสิตและนักศึกษา	0.49	0.30		0.96	0.67	0.08
4. ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย งานอิสระอื่นๆ ที่ไม่มีกำหนดเงินเดือน)	0.36	0.14	0.96		0.65	0.06
5. เกษตรกรรม	0.94	0.15	0.67	0.65		0.19
6. อื่นๆ (โปรดระบุ)	0.12	0.01	0.08	0.06	0.19	

จากตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตาราง 4.14 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันด้านประชาสัมพันธ

การให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	ส่วนราชการ	เอกชน	นักเรียนนักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	อื่นๆ
1. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการ และลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ		0.01	0.32	0.34	0.38	0.13
2. พนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน	0.01		0.01	0.22	0.03	0.01
3. นักเรียน นิสิตและนักศึกษา	0.32	0.01		0.13	0.99	0.50
4. ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย งานอิสระอื่นๆ ที่ไม่มีกำหนดเงินเดือน)	0.34	0.22	0.13		0.17	0.06
5. เกษตรกรรม	0.38	0.03	0.99	0.17		0.53
6. อื่นๆ (ไปรษณีย์)	0.13	0.01	0.50	0.06	0.53	

จากตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านประชาสัมพันธ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการ และลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ นักเรียน นิสิตและนักศึกษา เกษตรกรรม และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 6 ถูกค่าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรรายได้

การให้บริการ ของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	รายได้												F	Sig
	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		50,001ขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.52	3.98	0.55	4.01	0.55	4.07	0.66	4.00	0.56	3.90	0.63	1.34	0.24
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.07	0.63	4.18	0.68	4.27	0.53	4.25	0.58	4.04	0.53	4.04	0.59	1.02	0.41
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.87	0.63	3.97	0.57	3.83	0.63	3.87	0.57	3.94	0.67	3.98	0.66	0.99	0.43
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.89	0.64	3.96	0.61	3.85	0.74	3.98	0.74	3.77	0.85	3.72	0.62	0.93	0.48
รวม	3.94	0.60	4.02	0.60	3.99	0.61	4.04	0.64	3.94	0.65	3.91	0.62	1.07	0.39

จากตารางที่ 4.15 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรรายได้ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 ถูกค่าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์จำแนกตามตัวแปรความถี่ในการใช้บริการ

การให้บริการ ของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้	ความถี่ในการใช้บริการ												F	Sig
	ทุกวัน/เกือบ ทุกวัน		สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง		สัปดาห์ละ 1 ครั้ง		2-3 สัปดาห์ครั้ง		เดือนละครั้ง		อื่นๆ			
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.03	0.61	3.87	0.59	3.95	0.53	4.03	0.46	3.98	0.49	4.18	0.43	1.47	0.20
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.22	0.62	4.08	0.72	4.12	0.57	4.18	0.57	4.04	0.61	4.18	0.48	0.87	0.50
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	4.04	0.64	3.84	0.60	3.83	0.67	4.00	0.55	3.85	0.56	3.79	0.56	0.60	0.70
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.96	0.71	3.81	0.61	3.90	0.71	3.91	0.57	3.94	0.60	3.96	0.78	1.84	0.10
รวม	4.06	0.64	3.90	0.63	3.95	0.62	4.03	0.54	3.95	0.57	4.03	0.56	1.19	0.38

จากตารางที่ 4.16 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัด สำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรความถี่ในการใช้บริการพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไปรษณีย์ในสังกัด สำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่าง เมื่อพิจารณมาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้ใช้บริการใช้สถานที่ที่มีบริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทั้งสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการให้บริการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรสถานที่ใช้บริการ

การให้บริการ ของที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้	สถานที่ให้บริการ							
	ระดับจังหวัด		ระดับอำเภอ		ระดับตำบล		F	Sig
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.93	0.42	3.97	0.58	4.06	0.60	0.88	0.45
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	3.98	0.55	4.17	0.64	4.23	0.64	2.95	0.03
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.70	0.61	3.98	0.58	4.01	0.64	0.71	0.55
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.83	0.58	3.93	0.65	3.94	0.75	5.77	0.00
รวม	3.86	0.54	4.01	0.61	4.06	0.66	2.58	0.26

จากตารางที่ 4.17 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการให้บริการของทั้งสำนักงานไปรษณีย์ในสังกัด สำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรสถานที่ที่มีบริการพบว่า กลุ่มใช้บริการสถานที่รับบริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไปรษณีย์ในสังกัด สำนักงานไปรษณีย์ เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่าง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

4.1 ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

4.1.1 ผลการประมวลปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับที่	ปัญหา (n=58)	ความถี่	ร้อยละ
1	ช่องบริการรับฝากมีน้อย	22	37.93
2	การให้บริการล่าช้า	15	25.86
3	ไม่มีบัตรคิว	11	18.97
4	เครื่องให้บริการ(CA POST)ขัดข้อง	3	5.17
5	เครื่องให้บริการยังติดตั้งอุปกรณ์ไม่สมบูรณ์	2	3.45
6	การชำระค่างวด(PAY AT POST)บางอย่างยังไม่เปิดให้บริการ	2	3.45
7	ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการหุ้มห่อ, ขายกล่องโดยเฉพาะ	2	3.45
8	วันเสาร์-อาทิตย์เจ้าหน้าที่ช่องบริการรับฝากมีน้อยไม่เพียงพอ	1	1.72
	รวม	58	100

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีปัญหาที่อยากจะให้ที่ทำกรไปรษณีย์ นำไปแก้ไข ปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการ มีความถี่สูงสุดคือ ช่องบริการมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.93 รองลงมาคือการให้บริการล่าช้าและไม่มีบัตรคิว, เครื่องใช้บริการ CA POST ขัดข้อง คิดเป็นร้อยละ 25.86, 18.97 และ 5.17 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการประมวลข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของ
 ที่ทำการ ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์
 ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ(n=56)	ความถี่	ร้อยละ
1	ควรเพิ่มช่องให้บริการให้มากขึ้นมากกว่าเดิม	30	53.57
2	ควรติดตั้งเครื่องกดบัตรคิว	11	19.64
3	ควรติดตั้งอุปกรณ์เครื่องให้บริการรับฝากได้ทุกบริการ	5	8.93
4	ควรมีการแก้ไขปัญหาเครื่องเสียให้รวดเร็ว	3	5.36
5	เปิดให้บริการชำระค่ามัดจำค่าบริการต่างๆ ได้ทุกชนิด	3	5.36
6	ควรจัดให้มีบริการหุ้มห่อให้ผู้ใช้บริการ	2	3.56
7	มีการผ่อนผันการชำระค่ามัดจำได้เกินกำหนดวันที่ต้องชำระ	1	1.79
8	ควรเพิ่มช่องให้บริการให้มากขึ้นกว่าเดิมในวันเสาร์-อาทิตย์	1	1.79
	รวม	56	100

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีข้อเสนอแนะที่อยากจะให้ที่ทำการไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ ควรเพิ่มช่องบริการให้มากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือควรติดตั้งเครื่องกดบัตรคิวและควรติดตั้งอุปกรณ์เครื่องให้บริการรับฝากได้ทุกบริการและควรมีการแก้ไขปัญหาเครื่องเสียให้รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 19.64, 8.93 และ 5.36 ตามลำดับ

4.2 ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ดังนี้

4.2.1 ผลการประมวลปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร
ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขตนครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ลำดับที่	ปัญหา (n=71)	ความถี่	ร้อยละ
1	เจ้าหน้าที่รับฝากมีน้อย	37	52.11
2	เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยยิ้มแย้มทักทายผู้ใช้บริการ	12	16.90
3	ไม่มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับช่วยเหลือแนะนำก่อนเข้ารับบริการ	12	16.90
4	ไม่มีเจ้าหน้าที่มาช่วยในช่วงเร่งด่วนที่มีผู้ใช้บริการมากๆ	6	8.45
5	เจ้าหน้าที่บางคนขาดความชำนาญ ไม่ถนัด ทำงานช้า	3	4.23
6	หากมีเจ้าหน้าที่ลาป่วยจะไม่มีผู้ปฏิบัติงานทดแทน	1	1.41
		71	100

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ที่อยากจะให้ที่ทำกรไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไข ปรับปรุงมีความถี่สูงสุดคือเจ้าหน้าที่รับฝากมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 52.11 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยยิ้มแย้ม ทักทายลูกค้า และไม่มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับช่วยเหลือแนะนำก่อนเข้ารับบริการ ไม่มีเจ้าหน้าที่มาช่วยในช่วงเร่งด่วนที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก ๆ คิดเป็นร้อยละ 16.90, 16.90 และ 8.45 ตามลำดับ

**4.2.2 ผลการประมวลข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร
ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ**

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้านักการให้บริการของ
ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านเจ้าหน้าที่
ให้บริการ

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ (n=92)	ความถี่	ร้อยละ
1	เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝาก	37	40.22
2	เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝากเสริมช่วงต้นเดือน หรือ ช่วงผู้ใช้บริการมากๆ	14	15.22
3	ควรจัดเจ้าหน้าที่ต้อนรับและให้คำแนะนำในการใช้บริการ	10	10.87
4	ขอให้เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสกับผู้ใช้บริการ	8	8.70
5	อยากให้เจ้าหน้าที่ดูแลผู้ใช้บริการด้วย	6	6.52
6	อยากให้เจ้าหน้าที่ใจเย็นๆกับผู้ใช้บริการเป็นกันเอง	5	5.43
7	ควรให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานทดแทนกันได้	4	4.35
8	ควรให้ผู้มีความรู้มาช่วยพัฒนาระบบการให้บริการ	3	3.26
9	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องพยายามให้มีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด	2	2.17
10	อยากให้มีเจ้าหน้าที่หญิงมากกว่านี้จะได้ดีดูแลลูกค้าหญิงด้วยกัน	2	2.17
11	ควรให้มีเจ้าหน้าที่หนุ่มๆ บ้าง	1	1.09
	รวม	92	100

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ
ส่วนใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีข้อเสนอแนะที่
อยากจะทำให้ที่ทำการไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการซึ่งมีความถี่
สูงสุดคือ เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝาก คิดเป็นร้อยละ 40.22 รองลงมาคือ เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝากเสริมช่วงต้น
เดือนหรือช่วงที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก ๆ ควรจัดเจ้าหน้าที่ต้อนรับ และให้คำแนะนำในการใช้
บริการ และขอให้เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.22, 10.87 และ 8.70
ตามลำดับ

4.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า
ต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านการ
ประชาสัมพันธ์ ดังนี้

**4.3.1 ผลการประมวลปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์
ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ด้านการประชาสัมพันธ์**

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้านักค้าต่อการใช้งานบริการของที่ทำกร
ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขตนครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์

ลำดับที่	ปัญหา (n=32)	ความถี่	ร้อยละ
1	มีการประชาสัมพันธ์น้อยไม่เคยพบเห็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ	20	62.5
2	ไม่ทราบว่าให้บริการใหม่ๆหรือว่ามีไปรษณีย์ก็มีการให้บริการด้วย	5	15.62
3	พื้นที่ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นสัดส่วนเท่าที่ควร	3	9.38
4	นักท่องเที่ยวมักจะไม่รู้ว่าไปรษณีย์ตั้งอยู่ที่ตรงไหน	3	9.38
5	แบบพิมพ์ต่างๆกรอกไม่ถูกต้อง	1	3.12
	รวม	32	100

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีปัญหา ที่อยากจะให้ที่ทำกรไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ มีการประชาสัมพันธ์น้อยไม่เคยพบเห็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ ไม่ทราบว่าให้บริการใหม่ๆ หรือว่ามีไปรษณีย์ก็มีการให้บริการด้วย, พื้นที่ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นสัดส่วนเท่าที่ควร และนักท่องเที่ยวมักจะไม่รู้จักว่าไปรษณีย์ตั้งอยู่ที่ตรงไหน คิดเป็นร้อยละ 15.62, 9.38 และ 9.38 ตามลำดับ

4.3.2 ผลการประมวลข้อเสนอแนะของลูกค้านักค้าต่อการใช้งานบริการไปรษณีย์ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ ด้านการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้านำต่อการให้บริการของ
 ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์
 ด้านการประชาสัมพันธ์

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ (n=46)	ความถี่	ร้อยละ
1	ขอให้มีการโฆษณาทางTVสำหรับบริการใหม่ๆ	14	30.43
2	ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ทางคลื่นวิทยุ	8	17.39
3	ควรมีพื้นที่ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	8	17.39
4	ควรจัดพื้นที่ประชาสัมพันธ์ออกมาเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน	7	15.22
5	ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกที่ตั้งของไปรษณีย์ให้นักท่องเที่ยว	6	13.04
6	ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำที่ไปรษณีย์	2	4.35
7	ควรมีเครื่องมือขยายเสียงประชาสัมพันธ์ที่ไปรษณีย์	1	2.18
	รวม	46	100

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีข้อเสนอแนะที่อยากจะให้ที่ทำการไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ ขอให้มีการ โฆษณาทาง TV สำหรับบริการใหม่ ๆ คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมาคือ ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ทางคลื่นวิทยุ, ควรมีพื้นที่ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้และควรจัดพื้นที่ประชาสัมพันธ์ออกมาเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 17.39, 17.39 และ 15.22 ตามลำดับ

4.4 ด้านสถานที่ให้บริการ ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้านำต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการดังนี้

4.4.1 ผลการประมวลปัญหาของลูกค้านำต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร
ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการ

ลำดับที่	ปัญหา (n=121)	ความถี่	ร้อยละ
1	สถานที่บริการอากาศร้อน	41	33.87
2	สถานที่คับแคบ	26	21.48
3	ที่นั่งมีไม่เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ	11	9.09
4	ที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ ไม่สะดวก	10	8.26
5	เป็นอาคารเก่า	6	4.96
6	ไม่มีห้องน้ำให้สำหรับลูกค้าใช้	5	4.13
7	พื้นที่ในการเขียนเอกสารมีน้อย	4	3.31
8	มีน้ำขังบริเวณลานจอดรถ	4	3.31
9	มีฝุ่นละอองจากถนนหน้าที่ทำการ	4	3.31
10	ไม่มีที่จอดรถที่มีหลังคากันแดดฝน	3	2.48
11	ไม่มีป้ายบอกที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์	3	2.48
12	แสงสว่างไม่เพียงพอ	1	0.83
13	ไม่มีน้ำดื่มให้กับผู้ใช้บริการ	1	0.83
14	ไม่มีหนังสือให้ผู้ใช้บริการอ่านขณะนั่งรอใช้บริการ	1	0.83
15	ที่ทำกรไปรษณีย์ตั้งอยู่ไกลตลาด	1	0.83
	รวม	121	100

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีปัญหา ที่อยากจะให้ที่ทำกรไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ สถานที่บริการอากาศร้อน คิดเป็นร้อยละ 33.87 รองลงมาคือ สถานที่คับแคบ, ที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการและที่จอดรถไม่เป็นระเบียบไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 21.48, 9.09 และ 8.26 ตามลำดับ

4.4.2 ผลการประมวลข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านสถานที่ให้บริการ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ
ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์
ด้านสถานที่ให้บริการ

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ (n=140)	ความถี่	ร้อยละ
1	ควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	42	30.00
2	ควรสร้างที่ทำการใหม่ให้ใหญ่กว่านี้เพราะเดิมคับแคบมาก	29	20.71
3	ควรจัดที่นั่งรอสำหรับผู้ใช้บริการเพิ่ม	12	8.57
4	ห้องโถงประชาชนบริเวณเคาน์เตอร์ควรปรับปรุงให้กว้างกว่านี้	11	7.86
5	ควรจัดสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าให้มีพื้นที่มากขึ้นเป็นระเบียบขึ้น	9	6.43
6	ควรจัดห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการ	6	4.29
7	ขอให้จัด คบแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงามกว่าเดิม	6	4.29
8	ควรจัดทำป้ายแสดงที่ตั้งไปรษณีย์ให้ชัดเจน	5	3.57
9	ควรรายที่ทำการไปรษณีย์ไปตั้งใกล้ตลาด หรือส่วนราชการ	5	3.57
10	ควรปรับปรุงลานบริเวณที่จอดรถให้เป็นปูนซีเมนต์	4	2.86
11	ควรปรับพื้นที่ให้สูงขึ้น หรือมีการระบายน้ำ มิให้น้ำขัง	4	2.86
12	ควรติดตั้งพัดลมให้มากขึ้น	3	2.14
13	เครื่องทำน้ำเย็นควรมีแก้วน้ำดื่มที่เป็นแก้วกระดาษ	2	1.43
14	ควรมีหนังสือที่เป็นแนวบันเทิง, สารคดี ให้ผู้ใช้บริการอ่านขณะรอรับบริการ	1	0.71
15	ควรจัดสินค้าที่จำหน่ายให้เป็นระเบียบเรียบร้อยเป็นหมวดหมู่	1	0.71
	รวม	140	100

จากตาราง 4.25 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ มีข้อเสนอแนะที่อยากให้ทำการไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ควรสร้างที่ทำการใหม่ให้ใหญ่กว่านี้เพราะเดิมคับแคบมาก, ควรจัดที่นั่งรอสำหรับผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น และห้องโถงประชาชนบริเวณเคาน์เตอร์ควรปรับปรุงให้กว้างกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 20.71, 8.57 และ 7.86 ตามลำดับ

4.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ดังนี้

4.5.1 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร
ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านอื่น ๆ

ลำดับที่	ปัญหา(n=14)	ความถี่	ร้อยละ
1	รูปแบบอาคารเก่าไม่เหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน	5	35.72
2	ไม่ส่งเสริมการใช้แสตมป์เพื่อการสะสม ใช้แต่แสตมป์ช้าง	4	28.57
3	กล่องมีขนาดไม่หลากหลาย	3	21.43
4	ประตูทางเข้า-ออกมีต้นไม้บังมองไม่เห็นรถมา	1	7.14
5	การเก็บค่าจอดรถของลูกค้าที่มาใช้บริการ	1	7.14
	รวม	14	100

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีปัญหา ที่อยากจะให้ที่ทำกรไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านปัญหาอื่น ๆ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ รูปแบบอาคารเก่าไม่เหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 35.72 รองลงมาคือไม่ส่งเสริมการใช้แสตมป์เพื่อการสะสม ใช้แต่แสตมป์ช้าง, กล่องมีขนาดไม่หลากหลาย, ประตูทางเข้าออกมีต้นไม้บังมองไม่เห็นรถมาและสุดท้าย การเก็บค่าจอดรถของลูกค้าที่มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 28.57, 21.43 และ 7.14ตามลำดับ

4.5.2 ผลการประมวลข้อมูลเสนอแนะอื่น ๆ ของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกร ไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการ
ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ด้านอื่นๆ

ลำดับ ที่	ข้อเสนอแนะ(n=5)	ความถี่	ร้อยละ
1	ขอให้ขยายเวลาการให้บริการ	6	28.57
2	ควรนำแสดมปีมาใช้ในการส่งจดหมายและเก็บสะสมมากกว่าการใช้แสดมปีข้าง	4	19.05
3	ควรมีการนำกล่องที่หลากหลายแข็งแรง มีจำหน่ายมากขึ้น	3	14.29
4	ควรมีถุงเพื่อใส่กล่อง ของ แสดมปี	2	9.53
5	ควรตัดแต่งกิ่ง ไม้ให้สวยงามไม่บังทางเข้า-ออก	1	4.76
6	ควรมีที่จอดรถให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยไม่เก็บค่าจอดรถ	1	4.76
7	ควรมีTVเปิดให้ลูกค้าได้ชมขณะรอรับบริการ	1	4.76
8	ควรมีการฝึกอบรมพฤติกรรมกรให้บริการที่ประทับใจ	1	4.76
9	ควรมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนหัวหน้าที่ทำการทุกๆ4-5ปี	1	4.76
10	การส่ง EMS ที่มีน้ำหนักมากหรือชิ้นใหญ่ควรใช้อัตราเหมาจ่าย	1	4.76
รวม		21	100

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์มีข้อเสนอแนะที่
อยากจะให้ที่ทำการไปรษณีย์นำไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุงด้านปัญหาอื่น ๆ ซึ่งมีความถี่สูงสุดคือ
ขอให้ขยายเวลาการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ ควรนำแสดมปีมาใช้ในการส่ง
จดหมายและเก็บสะสมมากกว่าการใช้แสดมปีข้าง, ควรมีการนำกล่องที่หลากหลายแข็งแรง
มีจำหน่ายมากขึ้น, ควรมีถุงเพื่อใส่กล่อง ของ แสดมปี คิดเป็นร้อยละ 19.05, 14.29, 9.53
ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน สังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ งานบริการนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจไปรษณีย์ในสภาพปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงและมี แนวโน้มที่จะต้องแข่งขันกันมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งที่ทำการไปรษณีย์จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทัน กับการเปลี่ยนแปลงและต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพ นำนวัตกรรมใหม่ๆ มาให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งต้องมีการบริหารจัดการที่ดีโดยยึดหลัก ธรรมมาภิบาลมีการกำหนดทิศทางการกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้กิจการไปรษณีย์ก้าวหน้า และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการและสังคมไทยตลอดไป อย่างยั่งยืน

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.1.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน สังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

1.1.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.3 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัด สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

1.2 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้

1.2.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.3 ลูกค้ำที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.6 ลูกค้ำที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.7 ลูกค้ำที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.2.8 ลูกค้ำใช้สถานที่ ที่มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

1.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นลูกค้ำที่มาติดต่อใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 105 ที่ทำการ จำนวน 400 คน คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน (Yamane) จากประชากรผู้ให้บริการในเดือน มกราคม 2551 โดยมีจำนวน 123,768 รายการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละที่ทำการไปรษณีย์ โดยใช้วิธีแบบโควต้า

1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป จำนวน 8 ข้อ ตอนที่ 2 สอบถามวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 40 ข้อ และตอนที่ 3 สอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ

1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของทุกที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ โดยวิธีแบบบังเอิญ

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) และวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่าที (t-test) และสถิติค่าเอฟ (f-test)

1.7 สรุปผลการวิจัย

1.7.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ทั้ง 4 ด้าน คือด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=3.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อเรียงในแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย=4.13)

1.7.2 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ดังนี้

1) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรเพศ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกัน

2) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอายุต่างกันต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรอายุ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า

กลุ่มลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรสถานภาพ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

4) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกัน

5) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกันจำแนกตามตัวแปรอาชีพ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ นักเรียน นิสิตและนักศึกษา เกษตรกรรม และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกันจำแนกตามตัวแปรรายได้ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกัน

7) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีระดับความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ที่แตกต่างกันจำแนกตามตัวแปรความถี่ในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกัน

8) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีสถานที่ ที่ให้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกันจำแนกตามตัวแปรสถานที่มาให้บริการ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสถานที่ให้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสถานที่ให้บริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ดังนี้

2.1 มีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดที่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดมา ดังต่อไปนี้
วิสัยทัศน์(vision) เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานสากล และเป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ โดยทั่วไปว่าเป็นผู้ให้บริการรับ – ส่งข่าวสาร สิ่งของ บริการการเงินและบริการตัวแทน ที่มีเครือข่ายกว้างขวางและเชื่อถือได้มากที่สุด

นโยบาย (policies) ด้านการให้บริการ ให้บริการไปรษณีย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ที่มีคุณภาพดี รวดเร็ว ตรงเวลา ในอัตราค่าบริการเหมาะสม

1. ด้านการตลาด มุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

2. ด้านการเงินและการลงทุน ดำเนินการให้พึ่งตนเองได้ในด้านการเงินและสามารถลงทุนขยายงานต่อไปในอนาคต

3. ด้านบุคลากร บริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

4. ด้านการบริหารและการจัดการ พัฒนาการบริหารจัดการให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานในเชิงธุรกิจสอดคล้องกับ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกกาลกุล(2549 : บทที่ 2) “ความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากการทำงานภายในองค์กรอย่างมีรูปแบบ มีระบบ มีมาตรฐาน มีใช้มีแต่เพียงใจรักบริการ (service mind) เท่านั้น” การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ(service quality) มิใช่เป็นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า แต่เป็นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ

การบริการอย่างมีคุณภาพคือ การส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายและธุรกิจอยู่รอด ส่วนมุมมองของลูกค้า การให้บริการหมายถึงการบริการลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการในเวลาที่เขาต้องการ สอดคล้องกับการศึกษาของ อารมณีย์ ปานภักดี (2547 : 92) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช พบว่าผู้ใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช มีความพึงพอใจในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิ่นมณี สิทธิชัย (2548 : 87) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกรมสรรพากร : กรณีศึกษาเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 พบว่าความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

2.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการใช้บริการ ใช้บริการที่ทำกรใด จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ปรากฏ ดังนี้

2.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ แตกต่างกัน

จากผลวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์ ทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้อง

กับผลการศึกษาของ ทรรศณ์ พูลสวัสดิ์ (2546 : 40) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับบริการที่จุดชำระของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดและเซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี พบว่าเพศของผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ดที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันก็สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดุลยมาน อัฐมนิณิน (2548 : 75) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดปัตตานีพบว่า ในภาพรวมกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดปัตตานีไม่แตกต่างกันและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพร จิตรบำรุง (2548 : 93) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขาส่งเสริมงานใหญ่สี่ลม พบว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขาส่งเสริมงานใหญ่สี่ลม ไม่แตกต่างกัน

2.2.2 สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านประชาสัมพันธ์และด้านสถานที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กาวินท์ พานเทียนทอง (2548 : 76) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการของสำนักประกันสังคมจังหวัดสงขลา พบว่าผู้ประกันภัยตน ที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันในขณะที่เดียวกันก็สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนาวุฒิ เลิศเอกธรรม (2546 : 50) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในโรงพยาบาลมหาราชนคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลมหาราชนคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรรศณ์ พูลสวัสดิ์ (2546 : 42) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับบริการที่จุดชำระเงินของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดและเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยด้านอายุของผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ดที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในด้านกระบวนการให้บริการพบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุ 21-31 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุ 21-31 ปีมีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2.3 สมมติฐานที่ 3 ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไประณีย์ในสังกัดสำนักงานไประณีย์เขต6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไประณีย์ในสังกัดสำนักงานไประณีย์เขต6 นครสวรรค์ ไม่แตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนาวุฒิ เลิศเอกธรรม (2546 : 50) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในโรงพยาบาลมหารนครพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลมหารนคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพร จิตรบำรุง (2548 : 96) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขาสำนักงานใหญ่สีลม จากการวิจัย พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2.4 สมมติฐานที่ 4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไประณีย์ในสังกัดสำนักงานไประณีย์เขต6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไประณีย์ในสังกัดสำนักงานไประณีย์เขต6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ทรรศณ พูลสวัสดิ์ (2546 : 45) จากการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ ณ.ที่ทำกรไประณีย์ปากเกร็ดและเซเวนอีเลฟเว่นที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ ประเทืองทิพย์ ชีรเวชเจริญชัย (2548 : 84) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการที่มีต่อการให้บริการของกรมบัญชีกลางจากการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า

ปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าเจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โจนมยงค์ ทองกนกสินศิริ (2548 : 76) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพ จากการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านการศึกษาดังกล่าวแตกต่างกันทำให้ระดับความพึงพอใจต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

2.2.5 สมมติฐานที่ 5 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมแตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการพบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทเอกชนและกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาในด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชนมีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ นักเรียน นิสิตและนักศึกษา เกษตรกรรมและอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ดุลยมาน อัลดมูณี (2548 : 109) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดปัตตานี เมื่อพิจารณาในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการพบว่า กลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มลูกค้ำที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัท/ห้างร้านของเอกชน นักเรียน นิสิตและนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มลูกค้ำที่ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ พนักงานและลูกจ้างบริษัท/ห้างร้านของเอกชน นักเรียน นิสิตและนักศึกษา ธุรกิจส่วนตัวและเกษตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาในด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัท/ห้างร้านของเอกชนมีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ นักเรียน นิสิตและนักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่ำกว่ากับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ โนมบงค์ ทองกนกสินศิริ (2548 : 76) จากการศึกษาวิจัยพบว่า ด้านอาชีพ ลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพแตกต่างกันทำให้ระดับความพึงพอใจต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจสูงสุด

2.2.6 สมมติฐานที่ 6 ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฉวีวรรณ สิริเขมาภรณ์ (2548 : 85) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านจุดบริการ pay at post ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตจังหวัดนครสวรรค์พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทั้งใน 5 ด้าน และภาพรวมไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและผลการวิจัยของ ทรรศม์ พูลสวัสดิ์ (2546 : 48) ผลการวิจัยพบว่าระดับรายได้ของผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด และเซเว่นอีเลฟเว่น ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในภาพรวมในทุกด้าน ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในทุก ๆ ด้าน ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ โนมบงค์ ทองกนกสินศิริ (2548 : 94) พบว่าลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันทำให้ระดับความพึงพอใจต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ-0.05 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีระดับความพึงพอใจสูงสุด

2.2.7 สมมติฐานที่ 7 ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ กาวินท์ พานเทียนทอง (2548 : 78) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้ประกันตนต่อบริการของ สำนักประกันสังคมจังหวัดสงขลาพบว่า ผู้ประกันตนที่มีจำนวนครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันและการศึกษาวิจัยของ โฉมรงค์ ทองกนกสินศิริ (2548 : 94) พบว่าลักษณะส่วนบุคคล ด้านการใช้บริการท่าอากาศยานกรุงเทพโดยเฉลี่ยต่อปีแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพไม่แตกต่างกันอาจเนื่องจากการใช้บริการท่าอากาศยานกรุงเทพทุกครั้งผู้ใช้บริการต้องการได้รับความรู้สึกที่ดีทุกครั้งไม่ว่าจะเดินทางกี่ครั้งต่อปีแต่ไม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ อธิษฐาน อธิษฐาน (2548 : 111) จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ใน จังหวัดปัตตานีในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันเกือบทุกด้านยกเว้นด้านเจ้าหน้าที่บริการที่มีความแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2.8 สมมติฐานที่ 8 ลูกค้าใช้สถานที่ ที่มารับบริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อ การให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสถานที่รับบริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ฉวีวรรณ สิริเขมาภรณ์ (2548 : 86) พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวม ของระดับความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน จำแนกการบริการของกลุ่มที่ ทำกรพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ระดับจังหวัด ที่ทำกร ไปรษณีย์ระดับอำเภอ และที่ทำกรไปรษณีย์ระดับตำบล ในระดับความพึงพอใจมาก

2.3 ผลการประมวลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของ ที่ทำกรไปรษณีย์

2.3.1 ด้านกระบวนการให้บริการที่มีปัญหา คือช่องบริการรับฝากมีน้อย การ ให้บริการล่าช้า ไม่มีบัตรคิว เครื่องให้บริการรับฝากขัดข้อง โดยเสนอแนะ ให้เพิ่มช่องบริการให้

มากขึ้นกว่าเดิม ควรติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ ควรติดตั้งอุปกรณ์เครื่องให้บริการรับฝากได้ครบทุกบริการและควรมีการแก้ไขปัญหาเครื่องให้บริการรับฝากขัดข้อง ให้ได้รับการแก้ไขกลับมาให้บริการได้ด้วยความรวดเร็ว

2.3.2 ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีปัญหา คือเจ้าหน้าที่รับฝากมีน้อย เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายผู้ใช้บริการ ไม่มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับช่วยแนะนำก่อนเข้ารับบริการ ไม่มีเจ้าหน้าที่มาช่วยในช่วงเร่งด่วนที่มีผู้ใช้บริการมาก ๆ โดยเสนอแนะให้เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝาก เพิ่มเจ้าหน้าที่รับฝากเสริมช่วงต้นเดือนหรือช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก ๆ จัดเจ้าหน้าที่คอยต้อนรับและให้คำแนะนำในการใช้บริการและให้เจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นกันเองยิ้มแย้มสวัสดีลูกค้าผู้มาใช้บริการ

2.3.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีปัญหา คือมีการประชาสัมพันธ์น้อยไม่เคยพบเห็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ไม่ทราบว่ามีการให้บริการใหม่ ๆ หรือว่าไปรษณีย์ก็มีการให้บริการนี้ด้วยพื้นที่ใช้ประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นสัดส่วนเท่าที่ควร และนักท่องเที่ยวไม่รู้ว่าไปรษณีย์ตั้งอยู่ที่ตรงไหนโดยเสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาทางทีวีสำหรับบริการใหม่ ๆ ขอให้มีการประชาสัมพันธ์ทางคลื่นวิทยุ ควรจัดให้มีพื้นที่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการชัดเจน

2.3.4 ด้านสถานที่ให้บริการที่มีปัญหา คือสถานที่ให้บริการอากาศร้อน สถานที่ให้บริการคับแคบ ไม่มีที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้าและที่จอดรถไม่เป็นระเบียบไม่สะดวก โดยเสนอแนะให้ควรติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ควรสร้างที่ทำการใหม่ให้ใหญ่กว่าที่ทำการเดิมเพราะที่ทำการไปรษณีย์เดิมคับแคบมากและมีสภาพเก่า ควรจัดที่นั่งรอสำหรับลูกค้าเพิ่มขึ้น

2.3.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือส่งเสริมการใช้แสตมป์ให้มากขึ้นเพื่อการสะสมมิใช่ใช้แค่แสตมป์ข้าง ควรมียกย่องที่มีขนาดบรรจุที่หลากหลายกว่าปัจจุบัน และควรขยายเวลาการให้บริการให้เพิ่มขึ้น

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 จากการทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่อยากให้ที่ทำการไปรษณีย์ได้มีการปรับปรุงการให้บริการลูกค้าให้ดีขึ้น ในประเด็นดังต่อไปนี้

1) ด้านกระบวนการให้บริการ การรอใช้บริการเป็นเวลานาน ต้องได้รับการแก้ไขให้บริการที่รวดเร็วขึ้นเนื่องจากเวลาเป็นสิ่งมีค่ายิ่ง ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับเวลาที่ต้องเสียไปกับ

การรอคอย หากสามารถแก้ไขปัญหาการรอคอยได้จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง โดยมีแนวทางในการดำเนินการในหลายรูปแบบเช่น การเพิ่มช่องบริการบริเวณเคาน์เตอร์ การเปิดให้มีช่องบริการมากกว่าปกติเมื่อมีจำนวนลูกค้ามาก มีการจัดเจ้าหน้าที่รับฝากเสริมในช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีการใช้บริการหนาแน่น มีการเปิดให้บริการเร็วขึ้นกว่าปกติและปิดให้บริการช้าลงไป เช่นเวลาทำการ 08.00 – 17.00 น. ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ หากมีกรณีเครื่องให้บริการเสียต้องมีการแก้ไขให้สามารถใช้งานได้ตามปกติโดยเร็วที่สุด ควรจัดให้มีบริการหุ้มห่อให้ลูกค้า

2) ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ควรต้องปรับปรุงประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่รับฝากให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น มีความคล่องตัวกระตือรือร้นในการให้บริการ ให้การต้อนรับลูกค้าด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้า และขอบคุณลูกค้าเมื่อให้บริการเสร็จเรียบร้อย ช่วยเหลือแนะนำลูกค้าด้วยความสุภาพรวมทั้งการแก้ไขปัญหาในช่วงเร่งด่วนที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากเป็นพิเศษ การพัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพ มีความสามารถทำงานได้ในหลายหน้าที่ ทดแทนกันได้ ทำงานได้มากขึ้น มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีน้ำใจต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการและบริการให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า มีความเข้าใจและมีจิตใจเป็นนักให้บริการอย่างแท้จริง ภายใต้อัตราค่าจ้างที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3) ด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงบริการในรูปแบบใหม่ของ ปณท. ต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในที่ทำการ ภายนอกที่ทำการ ควรให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

4) ด้านสถานที่ให้บริการ ควรต้องเร่งปรับปรุงที่ทำการไปรษณีย์ที่มีสภาพคับแคบหรือเป็นอาคารเก่า ให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับกับการให้บริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีการจัดระบบการระบายอากาศที่ดี ที่นั่งรอรับบริการ สร้างบรรยากาศในการให้บริการให้รู้สึกผ่อนคลายมีความเป็นกันเอง มีรอยยิ้มให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการจัดสถานที่ให้สวยงามสะอาด มีการจัดสถานที่จอดรถอย่างเป็นระเบียบให้แก่ลูกค้า

5) นำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการและมีการพัฒนาปรับปรุงให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานลง มีความคล่องตัวและมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีระบบการดูแลบำรุงรักษาที่มีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่าในการลงทุนและสามารถนำมาใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อสนองตอบกับความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความเชื่อถือได้และในราคาที่ยุติธรรม

ที่ทำการไปรษณีย์ต้องส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating the curious corporation) ให้มีการฝึกอบรมให้มีการศึกษาหาความรู้การศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นองค์กร

ที่จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้และแบ่งปันความรู้อยู่เสมอ มีการศึกษาวิจัยความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคตเพื่อจะได้มีแนวทางในการสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงกับความต้องการมากที่สุด

6) เนื่องจากสภาพการณ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันในการให้บริการหรือการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นดังนั้นก็ทำการไปรษณีย์ ควรต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน ควรให้บริการในรูปแบบเชิงรุกมากยิ่งขึ้น แสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ และรักษาลูกค้ารายเดิมเอาไว้ให้ได้ และมีบริการที่สนองตอบตรงกับความต้องการของลูกค้า มีบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่นบริการออร์ยทั่วไทยส่งได้ที่ไปรษณีย์ การให้บริการ logispost นอกเหนือจากการให้บริการกับประชาชนทั่วไปแล้ว ยังให้บริการกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนเช่น การรับส่งเหรียญกษาปณ์ ให้กรมธนารักษ์ การรับส่งเอกสารและสิ่งของสำคัญเป็นการเฉพาะกับธนาคารไทยพาณิชย์ การบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อให้เกิดรายได้เช่น การให้เช่าพื้นที่ เป็นต้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 จากการศึกษาวิจัยในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ ซึ่งเป็นการให้บริการรับฝากบริเวณเคาน์เตอร์แต่ยังมีกระบวนการส่งต่อและกระบวนการนำจ่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ หากจะได้มีการทำการศึกษาวิจัยถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการนำจ่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ก็อาจจะเกิดประโยชน์ต่อกิจการไปรษณีย์เพราะเนื่องจากปัญหาของระบบการนำจ่ายควรที่จะได้มีการศึกษาวิจัยและเป็นเรื่องที่น่าสนใจควรศึกษามีใช่น้อยและจะเป็นการต่อยอด ขยายผลของงานวิจัย

3.2.2 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์เพียง 4 ด้านเท่านั้นซึ่งยังมีองค์ประกอบของปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในด้านการให้บริการเช่น ด้านราคา ด้านการตรวจสอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้นดังนั้น หากมีผู้สนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยก็สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงต่อไปได้

3.2.3 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่จำกัดขอบเขตในพื้นที่สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ เท่านั้นควรที่จะได้มีการศึกษาความพึงพอใจในระดับอื่น ๆ หรือในภาพกว้างทั่วทั้งประเทศเพื่อจะได้นำผลการศึกษาวินิจฉัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อปัจจุบันและในอนาคตของหน่วยงานหรือองค์กรส่วนรวม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2551) *กลยุทธ์การสร้างความประทับใจ Modern Marketing* สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาวินต์ พานเทียนทอง (2548) “ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดสงขลา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- จิตตินันท์ เคชะคุปต์ (2542) “เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ* หน่วยที่ 1 หน้า 1-60 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
- จุมพล หนิมพานิช (2548) “การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 3* หน่วยที่ 12 หน้า 43-75 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร (2548) “การออกแบบวิจัย” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 5 หน้า 195-229 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ฉวีวรรณ สิริเขมาภรณ์ (2548) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านจุดบริการ pay at post ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตจังหวัดนครสวรรค์” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิทยาการจัดการ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เฉลิมพงศ์ มีสมนัย (2548) “การเก็บรวบรวมข้อมูล” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 2* หน่วยที่ 9 หน้า 165 – 207 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- เฉลิมพงศ์ มีสมนัย (2548) “การเลือกปัญหาเพื่อการทำวิทยานิพนธ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 1* หน่วยที่ 3 หน้า 129 – 164 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- โหมบงก์ ทองกนกสินสิริ (2548) “ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อบริการของท่าอากาศยานกรุงเทพ” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ชนะ กล้าชิงชัย (2541) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ : กรณีศึกษาสาขาบึงบูรณ์จังหวัดศรีสะเกษ” ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- ชวลิต นิवासวัต (2546) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์”
การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ชาติรี ผึ้งบางแก้ว (2547) “การพัฒนากลยุทธ์การบริการโทรศัพท์สาธารณะของ
บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ส่วนบริการลูกค้าจังหวัด
กำแพงเพชร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การ
พัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ฐปนรรต พรหมอินทร์ (2548) “ขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชา
วิทยานิพนธ์ 1* หน่วยที่ 2 หน้า 49-79 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิทยาการจัดการ
- คนัย เทียนพูน (2543) *นวัตกรรมบริการลูกค้า การบริการคือหัวใจของงานขาย*
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ O.N.G
- คุณมาน อัครมณี (2548) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์
ในจังหวัดปัตตานี” วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ทรงยศ พูลสวัสดิ์ (2546) “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับบริการที่จุดชำระเงินของ
บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดและเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัด
นนทบุรี” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ทองหล่อ เดชไทย (2544) “ภาวะผู้นำเพื่อการบริหารงานสู่ความเป็นเลิศ Leadership for excellent
Quality management” ภาควิชาบริหารงานสาธารณะสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
- ทัศนียา ชื่นนิรันดร์ (2544) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารในเขต
อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม
- เทียน ทองแก้ว (2550) *การมีหัวใจบริการ (Service mind)* มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

- เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2547) “แนวคิด ทฤษฎี และหลักการรัฐประศาสนศาสตร์ในการให้บริการสาธารณะ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการรัฐประศาสนศาสตร์* หน้าที่ 5 หน้า 221–278 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2548) “การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยด้วยคอมพิวเตอร์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 3* หน้าที่ 13 หน้า 79–132 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- ธนาวุฒิ เลิศเอกธรรม (2546) “ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลมหาราชนคร” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ธนวัฒน์ ประกอบศรีกุล (2548) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดเชียงราย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2548) *จากรุ่งรัง สู่รุ่งโรจน์ ไปรษณีย์ไทยยุคไอซีที* เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร
- บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2550) *รายงานประจำปี 2549* ไปรษณีย์ไทย
- บุญศรี พรหมมาพันธ์ (2548) “การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชา วิทยานิพนธ์ 3* หน้าที่ 11 หน้า 1-41 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- ประเทืองทิพย์ ธีรเวชเจริญชัย (2548) “ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่กองคลังส่วนราชการที่มีต่อการให้บริการของกรมบัญชีกลาง” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ปิยะพร จิตรบำรุง (2548) “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ปิ่นมณี สิทธิชัย (2548) “ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีต่อระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกรมสรรพากร : กรณีศึกษาเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 8” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- พสุ เดชะรินทร์ (2549,14/กพ) “การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะให้ประโยชน์อะไร” กรุงเทพฯ
ธุรกิจ:10
- ฟิลิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2549) *เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ (Customer service excellence)* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดดูเคชั่น
- พูนศิริ วัจนะภูมิ (2542) “การจูงใจในบริการ”ใน*เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาบริการ* หน่วยที่ 2 หน้า 141 – 187 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชา
คหกรรมศาสตร์
- มานิต สุทศสกุล (2548) “การทบทวนวรรณกรรม” ใน *ประมวลสาระชุดวิทยานิพนธ์ 1* หน่วยที่ 4 หน้า 167–192 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- รศกนธ์ รัตนเสริมพงศ์ (2548) “การรังสรรค์วิทยานิพนธ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิทยานิพนธ์ 3* หน่วยที่ 14 หน้า 135–195 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิทยาการจัดการ
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) “การวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 1* หน่วยที่ 1 หน้า 1 – 47 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิทยาการจัดการ
- _____ (2548) “ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย” ใน *ประมวลสาระชุดวิทยานิพนธ์ 2* หน่วยที่ 6 หน้า 1 - 51 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิทยาการจัดการ
- _____ (2548) “การสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ทางรัฐประศาสนศาสตร์” ใน *ประมวลสาระชุดวิทยานิพนธ์ 3* หน่วยที่ 15 หน้า 199 – 225 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- รัชนิพร สุขสม (2546) “กลยุทธ์การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- รัฐนา เนาวบุตร (2544) “ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ สุภมาส อังสุโชติ อัจฉรา ชำนิประศาสน์ (2550) *สถิติสำหรับการวิจัยและ
เทคนิคการใช้ SPSS (statistics research and SPSS application techniques)*
(ฉบับปรับปรุง) กรุงเทพมหานคร มิสชั่น มีเดีย

- วรรณดี แสงประทีปทอง (2548) “เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ” ใน *ประมวลสาระชุด
วิชาวิทยานิพนธ์ 2* หน่วยที่ 8 หน้า 95-163 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- วรรณดี แสงประทีปทอง (2548) “สถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน” ใน *ประมวลสาระชุด
วิทยานิพนธ์ 2* หน่วยที่ 10 หน้า 211-324 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- วินัย ราภรณ์ (2546) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน: กรณีศึกษาสำนักงาน
ใหญ่” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และ
สารสนเทศศาสตร์ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2548) “ตัวแปรและการวัด” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์ 2* หน่วย
ที่ 7 หน้า 53 – 92 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- วีระบุษย์ วณิชปัญญาผล (2544) “การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการถอนเงินจากบัญชีเงิน โอน
ต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี”
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กรุงเทพมหานคร ซีรฟิล์มและไซเทกซ์
- ศุภชัย ยาวะประภาส (2541) การปรับปรุงประสิทธิภาพของหน่วยงานของรัฐที่ประสบ
ความสำเร็จในการบริการประชาชน : หนทางสู่ความเป็นเลิศ
- สมชาติ กิจบรรจง (2546) *ศิลปะการต้อนรับที่ประทับใจ* กรุงเทพมหานคร เอ็ม ไอ ที
คอนซัลติ้ง บทที่ 4 ลูกค้ำคืออะไร.....?
- สมิต สัจฉกร (2542) *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ* กรุงเทพมหานคร วิทยุชน
- เสน่ห์ จุ้ยโต (2548) *การบริการนวัตกรรมแนวใหม่* โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
นนทบุรี
- อนนท์ เขตบรรพต (2547) “ศักยภาพในการบริหารงานของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด
จังหวัดสุโขทัย” การศึกษาอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อารมณีษ์ ปานักคี (2547) “ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการในโครงการ
หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
schnasser Steven p.(1991) *marketing strategy: customers and competition*,
second revised and updated edition. New York: the free press. 14

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1 รองศาสตราจารย์ ดร.เสน่ห์ จู้โต | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ |
| | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพร เสียนสลาย | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ |
| | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. ดร.ประพฤทธิ์ เขียรสิทธิพร | ผู้อำนวยการศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏ |
| | พิบูลสงคราม ศูนย์การศึกษาสุโขทัย |
| 4. นายสุรินทร์ คอนสลัด | ผู้จัดการฝ่ายไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์ |

การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตาราง การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายด้านและทั้งฉบับโดย
วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)
ปรากฏผลตามรายละเอียด ดังนี้

ลำดับที่	ค่าความเชื่อมั่นรายด้านของความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการ ของที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต6 นครสวรรค์	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
1	ด้านกระบวนการให้บริการ	88
2	ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	94
3	ด้านการประชาสัมพันธ์	84
4	ด้านสถานที่ให้บริการ	85
	ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ	96

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดนครสวรรค์

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	20
2/1/2008	920
3/1/2008	903
4/1/2008	779
5/1/2008	212
6/1/2008	82
7/1/2008	1074
8/1/2008	914
9/1/2008	791
10/1/2008	751
11/1/2008	711
12/1/2008	152
13/1/2008	50
14/1/2008	885
15/1/2008	782
16/1/2008	686
17/1/2008	714
18/1/2008	696
19/1/2008	143
20/1/2008	52
21/1/2008	949
22/1/2008	757
23/1/2008	690
24/1/2008	620
25/1/2008	635
26/1/2008	200
27/1/2008	41
28/1/2008	938
29/1/2008	725
30/1/2008	699
31/1/2008	675
รวม	18,246

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดอุทัยธานี

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	16
2/1/2008	533
3/1/2008	448
4/1/2008	439
5/1/2008	114
6/1/2008	30
7/1/2008	446
8/1/2008	387
9/1/2008	377
10/1/2008	290
11/1/2008	365
12/1/2008	48
13/1/2008	21
14/1/2008	412
15/1/2008	336
16/1/2008	286
17/1/2008	277
18/1/2008	311
19/1/2008	63
20/1/2008	11
21/1/2008	408
22/1/2008	388
23/1/2008	288
24/1/2008	317
25/1/2008	324
26/1/2008	81
27/1/2008	19
28/1/2008	457
29/1/2008	442
30/1/2008	377
31/1/2008	412
รวม	8,723

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูก้ามาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดกำแพงเพชร

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	29
2/1/2008	671
3/1/2008	782
4/1/2008	800
5/1/2008	275
6/1/2008	86
7/1/2008	816
8/1/2008	772
9/1/2008	708
10/1/2008	702
11/1/2008	638
12/1/2008	220
13/1/2008	59
14/1/2008	782
15/1/2008	683
16/1/2008	672
17/1/2008	653
18/1/2008	634
19/1/2008	177
20/1/2008	70
21/1/2008	785
22/1/2008	679
23/1/2008	679
24/1/2008	596
25/1/2008	643
26/1/2008	238
27/1/2008	59
28/1/2008	732
29/1/2008	738
30/1/2008	723
31/1/2008	680
รวม	16,781

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดตาก

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	23
2/1/2008	737
3/1/2008	731
4/1/2008	687
5/1/2008	187
6/1/2008	61
7/1/2008	827
8/1/2008	717
9/1/2008	658
10/1/2008	599
11/1/2008	605
12/1/2008	152
13/1/2008	34
14/1/2008	716
15/1/2008	630
16/1/2008	568
17/1/2008	600
18/1/2008	595
19/1/2008	133
20/1/2008	42
21/1/2008	735
22/1/2008	645
23/1/2008	587
24/1/2008	523
25/1/2008	634
26/1/2008	149
27/1/2008	34
28/1/2008	695
29/1/2008	665
30/1/2008	675
31/1/2008	644
รวม	15,288

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดสุโขทัย

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	23
2/1/2008	658
3/1/2008	595
4/1/2008	594
5/1/2008	171
6/1/2008	34
7/1/2008	648
8/1/2008	567
9/1/2008	531
10/1/2008	441
11/1/2008	480
12/1/2008	125
13/1/2008	33
14/1/2008	579
15/1/2008	516
16/1/2008	490
17/1/2008	445
18/1/2008	442
19/1/2008	122
20/1/2008	28
21/1/2008	525
22/1/2008	533
23/1/2008	491
24/1/2008	426
25/1/2008	467
26/1/2008	85
27/1/2008	30
28/1/2008	580
29/1/2008	444
30/1/2008	512
31/1/2008	206
รวม	11,821

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดพิษณุโลก

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	42
2/1/2008	1151
3/1/2008	1248
4/1/2008	1166
5/1/2008	428
6/1/2008	176
7/1/2008	1309
8/1/2008	1153
9/1/2008	1045
10/1/2008	977
11/1/2008	1070
12/1/2008	352
13/1/2008	151
14/1/2008	1164
15/1/2008	1058
16/1/2008	950
17/1/2008	934
18/1/2008	1001
19/1/2008	345
20/1/2008	126
21/1/2008	1207
22/1/2008	1071
23/1/2008	982
24/1/2008	855
25/1/2008	891
26/1/2008	325
27/1/2008	150
28/1/2008	1178
29/1/2008	1092
30/1/2008	1051
31/1/2008	1002
รวม	25,650

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ามาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดพิจิตร

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	28
2/1/2008	679
3/1/2008	639
4/1/2008	562
5/1/2008	182
6/1/2008	47
7/1/2008	707
8/1/2008	595
9/1/2008	491
10/1/2008	494
11/1/2008	481
12/1/2008	144
13/1/2008	36
14/1/2008	594
15/1/2008	532
16/1/2008	460
17/1/2008	368
18/1/2008	437
19/1/2008	123
20/1/2008	23
21/1/2008	553
22/1/2008	478
23/1/2008	440
24/1/2008	447
25/1/2008	456
26/1/2008	131
27/1/2008	23
28/1/2008	565
29/1/2008	519
30/1/2008	454
31/1/2008	503
รวม	12,191

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและจำแนกเป็นกลุ่มจังหวัดจำนวนลูกค้ำมาใช้บริการของ
ไปรษณีย์จังหวัดเพชรบูรณ์

วันเดือนปี	จำนวนผู้มาใช้บริการ/ราย
1/1/2008	43
2/1/2008	681
3/1/2008	671
4/1/2008	717
5/1/2008	173
6/1/2008	69
7/1/2008	737
8/1/2008	730
9/1/2008	635
10/1/2008	522
11/1/2008	559
12/1/2008	168
13/1/2008	48
14/1/2008	630
15/1/2008	646
16/1/2008	570
17/1/2008	541
18/1/2008	569
19/1/2008	166
20/1/2008	48
21/1/2008	748
22/1/2008	751
23/1/2008	611
24/1/2008	568
25/1/2008	608
26/1/2008	177
27/1/2008	43
28/1/2008	732
29/1/2008	659
30/1/2008	623
31/1/2008	625
รวม	15,068

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัด
สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นการรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จุดประสงค์เพื่อการศึกษาถึงปัจจัย ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการ ของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

2. แบบสอบถามทั้งหมดมี 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมจึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด หากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามที่แท้จริงจักเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการและการพัฒนาคุณภาพบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 นครสวรรค์

ผู้วิจัยหวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และเมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว กรุณาส่งคืน ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ด้วย

สุเทพ มงคลปทุมรัตน์

นักศึกษารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารรัฐกิจ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ที่ทำการไปรษณีย์.....รหัสไปรษณีย์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่อง () หน้าข้อความหรือเติมคำในช่อง.....ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- () 1. ชาย
() 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ไม่เกิน 20 ปี
() 2. ตั้งแต่ 21-30 ปี
() 3. ตั้งแต่ 31-40 ปี
() 4. ตั้งแต่ 41-50 ปี
() 5. ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด
() 2. สมรส
() 3. หย่า/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- () 1. ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า
() 2. มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) หรือเทียบเท่า
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) หรือเทียบเท่า
() 4. ปวช./ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
() 5. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
() 6. สูงกว่าปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

- 1. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างส่วนราชการและลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ
- 2. พนักงานและลูกจ้างบริษัทของเอกชน
- 3. นักเรียน นิสิตและนักศึกษา
- 4. ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย งานอิสระอื่น ๆ ที่ไม่มีกำหนดเงินเดือนแน่นอน)
- 5. เกษตรกรรม
- 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

- 1. ไม่เกิน 10,000 บาท
- 2. ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท
- 3. ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท
- 4. ตั้งแต่ 30,001-40,000 บาท
- 5. ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาท
- 6. ตั้งแต่ 50,001 ขึ้นไป

7. ความถี่ในการใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้

- 1 ใช้บริการทุกวันหรือเกือบทุกวัน
- 2. ใช้บริการสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง
- 3. ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 4. ใช้บริการ 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง
- 5. ใช้บริการเดือนละครั้ง
- 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. สถานที่มารับบริการ

- 1. ที่ทำการไปรษณีย์ระดับ จังหวัด
- 2. ที่ทำการไปรษณีย์ระดับอำเภอ
- 3. ที่ทำการไปรษณีย์ระดับตำบล

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์
แห่งนี้

วิธีตอบ ให้ท่านพิจารณาการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์แห่งนี้ว่าท่านมีความพึงพอใจมาก
น้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างระดับความพึงพอใจทางขวามือการพิจารณาให้ใช้
หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนน	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	ให้น้ำหนักคะแนน	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้น้ำหนักคะแนน	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	ให้น้ำหนักคะแนน	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนน	1	คะแนน

ข้อที่	การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ แห่งนี้	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
1.	1.ด้านกระบวนการให้บริการ จัดให้มีจำนวนช่องให้บริการ เหมาะสมและเพียงพอกับจำนวน ผู้ให้บริการ						
2.	จัดวิธีการเข้าคิวใช้บริการเหมาะสม กับจำนวนผู้ให้บริการ						
3.	กำหนดเวลาทำการในวันปกติ ตั้งแต่ 08.30 น.-16.30 น.						
4.	นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ ให้บริการ						
5.	สามารถใช้บริการทุกชนิด/ประเภทได้ เสร็จสิ้นในช่องบริการเดียว(One Stop Service)						
6.	ความสะดวกในการใช้แบบฟอร์มหรือ ต้องปฏิบัติในการใช้บริการแต่ละครั้ง						
7.	ขั้นตอนการให้บริการของไปรษณีย์ โดยรวมใช้ง่ายสะดวกและรวดเร็ว						
8.	ระยะเวลาการรอคอยในการใช้บริการ แต่ละครั้ง						
9.	มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง						
10.	การอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการ						
11.	จัดช่องให้บริการพิเศษเพิ่มเติมในกรณี ที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมากหรือมี ผู้ให้บริการครั้งละจำนวนมาก						

ข้อที่	การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ แห่งนี้	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
12	2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการ ให้บริการ						
13	มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการท่านตามช่อง บริการตลอดเวลาเปิดทำการ						
14	เจ้าหน้าที่ต้อนรับท่านด้วยความ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ						
15	เจ้าหน้าที่ใช้วาจาแสดงกิริยามารยาท ท่าทางสุภาพและให้เกียรติท่าน						
16	เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเหมาะสมกับ การเป็นผู้ให้บริการที่ดี						
17	เจ้าหน้าที่มีการแนะนำที่ดีก่อนใช้ บริการเพื่อให้ท่านสามารถเลือก ใช้บริการได้ตามความต้องการ						
18	เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหา และข้อสงสัย ของท่านอย่างตั้งใจและเต็มใจ						
19	เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถให้ คำแนะนำตอบข้อซักถามได้อย่าง ละเอียดชัดเจนและเข้าใจง่าย						
20	เจ้าหน้าที่มีความสนใจและมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ						
21	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อท่านและ ผู้ให้บริการทุกคนด้วยความเสมอภาค						
22	ขณะให้บริการ เจ้าหน้าที่พูดคุยหรือ แสดงกิริยาอย่างเป็นกันเอง						

ข้อที่	การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ แห่งนี้	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
23	2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ต่อ) เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการจูงใจ ให้บริการ						
24	เจ้าหน้าที่ประพฤติปฏิบัติตนมีความ น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจในการใช้ บริการ						
25	เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะให้บริการ อยู่เสมอ						
26	เสร็จสิ้นการใช้บริการแล้วเจ้าหน้าที่ กล่าวขอบคุณท่านที่มาใช้บริการ						
27	3. ด้านการประชาสัมพันธ์ ท่านทราบและเข้าใจบริการของ ไปรษณีย์และสามารถเลือกใช้บริการ ได้ตามความต้องการ						
28	มีแผงประชาสัมพันธ์ แนะนำบริการ อย่างเพียงพอและเหมาะสม						
29	ที่ทำการไปรษณีย์ติดประกาศ กำหนดเวลาเปิด-ปิดให้เห็นอย่าง ชัดเจน						
30	มีการเปลี่ยนแปลงประกาศ ประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการให้ เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ						
31	มีการแจกจ่ายแผ่นพับและเอกสาร ประชาสัมพันธ์แนะนำบริการเป็น ระยะ ๆ อย่างเหมาะสม						

ข้อที่	การให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ แห่งนี้	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
32	3. ด้านการประชาสัมพันธ์ (ต่อ) ท่านสามารถติดต่อสอบถามบริการ ไปรษณีย์ทางโทรศัพท์ได้ด้วยความสะดวก และรวดเร็ว						
33	ท่านสามารถค้นหาหมายเลขโทรศัพท์ ของที่ทำกรไปรษณีย์ได้สะดวก รวดเร็วเมื่อจำเป็นต้องติดต่อ สอบถามเกี่ยวกับบริการ						
34	4. ด้านสถานที่บริการ ทำเลที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์มี ความเหมาะสมการเดินทางสะดวก สามารถค้นหาได้ง่าย						
35	บริเวณห้องโถงที่ใช้ให้บริการ กว้างขวาง มีความสะดวกสบาย						
36	มีการจัดโต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่งรอรับบริการ และที่เขียนหนังสือสำหรับผู้ใช้บริการ อย่างเพียงพอและเหมาะสม						
37	บริเวณพื้นที่ภายในที่ทำกรมีแสง สว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม						
38	มีการจัดตกแต่งภายในได้สัดส่วนที่ เหมาะสม สวยงาม						
39	ภายในที่ทำกรไปรษณีย์มีความ สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและ สวยงาม						
40	มีการจัดห้องสุขาที่สะอาดสำหรับ ผู้ให้บริการ						

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์แห่งนี้

1. ด้านกระบวนการบริการ

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

2. ด้านเจ้าหน้าที่บริการ

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

3. ด้านการประชาสัมพันธ์

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

4. ด้านสถานที่บริการ

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

5. อื่นๆ

ปัญหา.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายสุเทพ มงคลปทุมรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด	7 กรกฎาคม 2502
สถานที่เกิด	อ. เมือง จังหวัดปทุมธานี
ประวัติการศึกษา	บธ.บ บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ.2535
สถานที่ทำงาน	ที่ทำการไปรษณีย์สุโขทัย
ตำแหน่ง	หัวหน้าไปรษณีย์จังหวัดสุโขทัย