

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ยุทธศาสตร์การแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

สาขาจังหวัดลำปาง

ผู้เขียน

นางสาวสิริธนา อินประสิทธิ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร. ลือชัย จุลาสัย

ประธานกรรมการ

รศ.กาญจนา โชคถาวร

กรรมการ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร

กรรมการ

## บทคัดย่อ

เนื่องจากการตลาดไปรษณีย์ไทยมีแนวโน้มที่ถดถอยเนื่องมาจากต้องเผชิญกับผลกระทบทางลบจากการแข่งขันของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยี สมัยใหม่ รวมทั้งต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ให้บริการลอจิสติกส์ เช่น UPS, FedEx, DHL นอกจากนี้ธุรกิจไปรษณีย์ไทยต้องเผชิญปัญหาท้าทายอย่างมากเนื่องจากเดิมเป็นกิจการผูกขาด (รัฐวิสาหกิจ) เป็นธุรกิจมหาชน ดังนั้น การศึกษายุทธศาสตร์การแข่งขันไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันธุรกิจการให้บริการเชิงธุรกิจไปรษณีย์วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของไปรษณีย์ และเพื่อเสนอยุทธศาสตร์การแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง การศึกษารั้ครั้งนี้ได้เลือกบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 3 สาขา คือ สาขาลำปาง สาขาแม่วัง และสาขาสบตุ๋ย มีการศึกษา 6 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไปรษณีย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้บริการมากที่สุดคือ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ มีแนวโน้มการใช้บริการเพิ่มขึ้น ไปรษณีย์ธรรมดา และ พัสดุไปรษณีย์ มีแนวโน้มการใช้บริการลดลงและวงจรชีวิตของบริษัท ไปรษณีย์ไทย อยู่ในช่วงของการถดถอย

(2) การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันด้านบริการธุรกิจไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง โดยวิเคราะห์ 5 ปัจจัยคือ การแข่งขันระหว่างธุรกิจด้วยกัน การแข่งขันกับ

คู่แข่งรายใหม่ การแข่งขันจากคู่แข่ง (สินค้าและบริการ) ที่เข้ามาทดแทน อำนาจการต่อรองของ ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ และ อำนาจการต่อรองกับผู้ขาย (สินค้าและบริการ) ผลการวิเคราะห์สภาวะ การแข่งขันสรุปได้ว่าการแข่งขันด้านบริการธุรกิจไปรษณีย์ จังหวัดลำปางยังไม่รุนแรง

(3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยภายในของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดมี จุดแข็งได้แก่ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีระบบติดตามและตรวจสอบสิ่งของ มีความ น่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์และบริการมีความหลากหลาย มีเครือข่ายครอบคลุม 1149 สาขาทั่วประเทศ มีจุดอ่อนได้แก่ บุคลากรไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและมีความเคยชินกับการทำงาน ระบบเดิม สินค้าและสิ่งสะสมมีปริมาณไม่เพียงพอ การให้บริการลูกค้าในเวลาจำกัด การ ประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจน ปัจจัยภายนอกบริษัท มีโอกาสคือจังหวัดลำปางเป็นสังคมเกษตรกรรม ผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชื่อมั่นในตราสินค้าไทย สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง ความผัน พวนทางเศรษฐกิจ มีอุปสรรคคือ การติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้น การทดแทนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ รัฐเปิดเสรีภาคบริการ และเยาวชนมีการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร

(4) การวิเคราะห์ทางเลือกยุทธศาสตร์การใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง กลยุทธ์ที่ใช้คือ กลยุทธ์เชิงปรับตัว เนื่องจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปางมีจุดอ่อนที่เกิดจากปัจจัยภายในบริษัทคือ การบริการลูกค้าในเวลาจำกัด และ โอกาสจากปัจจัยภายนอกบริษัทคือ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถ แข่งขันและดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา จังหวัด ลำปาง โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 ถึง 40 ปี รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพหลากหลาย ปัญหาที่พบส่วน ใหญ่คือช่องทางการจัดจำหน่าย

(6) ยุทธศาสตร์การแข่งขันของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาจังหวัดลำปางได้แก่ (6.1) กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร ทั้งระดับผู้บริหารและพนักงานปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธี ทำงานจากระบบราชการสู่ธุรกิจการแข่งขัน (6.2) กลยุทธ์ด้านระบบการจัดการ เช่น ความรวดเร็ว ในการทำงาน คุณภาพในการทำงาน การให้บริการตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (6.3) กล ยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีการให้บริการที่หลากหลายขึ้น โดยแสวงหาธุรกิจใหม่ๆ เพื่อหารายได้ เสริมคือ ธุรกิจลอจิสติกส์ ธุรกิจการเงิน ธุรกิจค้าปลีก (6.4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มี การปรับเวลาการให้บริการ

|   |  |             |
|---|--|-------------|
| <b>Independent Study Title</b>              | Competitive Strategies of Thailand Post Office<br>Company Limited, in Lampang Branch |             |
| <b>Author</b>                               | Ms. Siritana Inprasit  |             |
| <b>Degree</b>                               | Master of Economics  |             |
| <b>Independent Study Advisory Committee</b> |  |             |
|   | Assoc. Prof. Dr.Luechai Chulasai   | Chairperson |
|   | Assoc. Prof. Kanchana Chokethaworn   | Member      |
|   | Asst. Prof. Dr. Nisit Panthamit  | Member      |

### **ABSTRACT**

Market of Thailand Post has a tendency to decline due to the negative impact from such competitors as elctormis mail, modern technology and logistics service providers like UPS, FedEx, and DHL. Furthermore, Thailand Post Office also faces the remarkable challenge from its transformation from the previously monopoly undertaking (as a state enterprise) into a public company business. Consequently, this study on the competition strategies of Lampang Provincial Branch of Thailand Post Company has the objectives to analyze the mail service business comprtitive situations and identify its problems and obstacles and then to propose the competitive strategies for this branch. Specifically, it covered the operation of there branches including Lampang, Mae Wang and Sob Tui offices. The study involved six analytical procedures.

(1) The analysis on product life cycle of mail services indicates that the most popular with growing trend product is express delivery while letter mail and parcel post are on the declining trend, and the business life cycle of Thailand Post Company is in the decline phase.

(2) The analysis on the competitive environment in mail service business of Thailand Post's Lampang Branch concerning five forces including rivalry among curront competitors,

competition with new entrance, competition from substitute products and services, bargaining power of customers and bargaining power of products and services sellers or providers suggests its competitive environment is not so intense.

(3) The analysis on business environment deals with internal and external factors. The internal analysis indicates Thailand Post has strength interims of manpower capability, tracking and inspection system for postal items, reliability, diverse products and services, and a network of 1149 branches nationwide. Its weakness lies in staff members having no ability to handle problems and getting used to the conventional work system, inadequate products and collectible items, limited services hours, and unclear public information. The external analysis reveals the opportunity from Lampang being an agricultural society in which the local people have brand royalty in Thai products, and the threat from uncertain political situation and fluctuating economic condition. The obstacles are the greater extent of direct communication; the substitution by mobile telephones the state policy on freely open services sector, and the youth's development on communication ability.

(4) The analysis on alternative strategies for services provision by Thailand Post's branch offices in Lampang suggests the adaptive strategy to deal with its internal weakness namely the limited services hours and to exploit its external opportunity nearly the economic fluctuation, such that it can compete with other business and run its' own business efficiently.

(5) The study on the behavior of service users of Thailand Post's Lampang branch offices by questionnaire interview of 300 samples indicates that the majority of customers can be characterized as female, aged 21-40, having less than 10,000 baht monthly income, and having different occupational backgrounds, the most prevalent problem is found to be distribution channels.

(6) The proposed competitive strategies for Thailand Post's Lampang branch offices are (6.1) human resource development strategy for both the executive and the worker levels to change their concept and practice of bureaucratic system to these of competitive business; (6.2) management system such as speedy services, operational quality/performance, services to meet the needs of users; (6.3) product and service strategy by providing greater variety of services and venturing into new business areas to earn additional income such as logistics financial and retailing business; (6.4) distribution strategy by changing the service hours.