

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	7
1.4 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	8
1.4 คำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	10
2.1.1 ทฤษฎี Product Life Cycle	10
2.1.2 ทฤษฎี Porter's 5 Forces Analysis	11
2.1.3 การวิเคราะห์ SWOT	14
2.1.4 TOWS Matrix	15
2.1.5 การประเมินด้านการตลาด	16
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	22
3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
3.2 แหล่งข้อมูล	22

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

3.3 แผนการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
4.1 การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไปรษณีย์และวงจรชีวิต ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	25
4.1.1 การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	25
4.1.2 การวิเคราะห์วงจรชีวิตของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	29
4.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันทางธุรกิจของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้ทฤษฎี Porter,s 5 Forces	30
4.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT Analysis	32
4.4 การวิเคราะห์ทางเลือกยุทธศาสตร์การใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	40
4.5 การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	40
4.5.1 ข้อมูลทั่วไป	40
4.5.2 พฤติกรรม, ปัญหาและอุปสรรคต่อการใช้บริการไปรษณีย์	42
4.5.3 ประเภทของผู้ใช้บริการ	42
4.5.4 ความคิดเห็นต่อการใช้บริการไปรษณีย์ และปัญหาจากการใช้บริการ ไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	44
4.6 การกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	51
5.1 สรุปผลการศึกษา	51
5.1.1 การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไปรษณีย์ และวงจรชีวิตของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	51
5.1.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันทางธุรกิจของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้ทฤษฎี Porter,s 5 Forces	51
5.1.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT Analysis	52
5.1.4 การวิเคราะห์ทางเลือกยุทธศาสตร์การใช้บริการ	

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	53
5.1.5 การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	53
5.1.6 การกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาจังหวัดลำปาง	54
5.2 ข้อเสนอแนะ	56
เอกสารอ้างอิง	57
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก ประวัติ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	60
ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้ให้บริการ	63
ภาคผนวก ค แบบสอบถามผู้บริการ	67
ประวัติผู้เขียน	69

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ข้อมูลทางการเงิน	5
1.2 จำนวนที่ทำการไปรษณีย์และตัวแทน (ทั้งประเทศ) ประจำปี 2544 – 2549)	6
4.1 การใช้ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	26
4.2 สถิติรับฝากไปรษณีย์ภัณฑ์ พัสดุไปรษณีย์ และบริการพิเศษ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	27
4.3 สถิติรับฝากไปรษณีย์ภัณฑ์ พัสดุไปรษณีย์ และบริการพิเศษ ที่วราชอาณาจักร	27
4.4 การประเมินปัจจัยภายใน	35
4.5 การประเมินปัจจัยภายนอก	38
4.6 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	41
4.7 การใช้บริการไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	42
4.8 การใช้บริการทางการขนส่งสินค้าระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับนิคมซีเส็ง	43
4.9 การใช้บริการทางการเงินระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เซเวนอีเลฟเว่น หน่วยงานรัฐบาลและธนาคาร	44
4.10 ความคิดเห็นต่อการใช้บริการไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดลำปาง	45
4.11 ปัญหาจากการใช้บริการไปรษณีย์	46

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 แสดงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์	11
2.2 แสดงแรงผลักดันทั้งห้าประการของการแข่งขัน	13
2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	15
2.4 แสดงทางเลือก 4 ประการของเมทริกซ์ TOWS เพื่อกำหนดกลยุทธ์ (Four alternatives of TOWS matrix for strategy formulation)	15
4.1 สถิติรับฝากบริการพิเศษ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ปี 2546 – 2548	27
4.2 สถิติรับฝากบริการพิเศษ ที่วราชอาณาจักร ปี 2546 – 2548	28
4.3 ตำแหน่งของกลยุทธ์ในการให้บริการไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากการวิเคราะห์โดยใช้วิธี TOWS Matrix	39