

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การประเมินผลการให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ
ในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวนนทลี ดวงใจ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.วัชรวิ พฤทธิกันนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 4 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ 2) เพื่อประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อประเมินปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน 6 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และการจัดลำดับความสำคัญ โดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาพบว่า บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ มีโครงสร้างการให้บริการและกระบวนการปฏิบัติงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับฝาก 2) การส่งต่อ 3) การนำจ่าย โดยบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จะรับดำเนินการต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษด้วยความรวดเร็วแน่นอนเป็นพิเศษแตกต่างหากจากการให้บริการไปรษณีย์ปกติและสามารถติด

ตามตรวจสอบสิ่งของที่ฝากส่งในทุกขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ผลการประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานของรัฐ และไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดส่งเอกสาร จดหมาย สิ่งของด้วยบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศแล้วสูญหาย ทั้งนี้การจัดส่งเอกสาร ข่าวดสาร จดหมาย รวมถึงการจัดส่งสิ่งของ พัสดุ หรือหีบห่อ ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก.จะใช้บริการกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด นอกจากนี้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศมีการใช้ในธุรกิจ e-Commerce และไม่ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมลล์และโทรศัพท์มือถือ ส่วนแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนี้มากที่สุดคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีการใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

ผลการประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในสามอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และลำดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยทั้งสี่ปัจจัยมีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในเกณฑ์มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัย ในอันดับหนึ่ง ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ ปัจจัยด้านราคาคือ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ มีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ปัจจัยด้านกระบวนการคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา

Independent Study Title Evaluation of Domestic Express Mail Service in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Miss Nontalee Duangjai

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Dr. Venus Reuechai Advisor

Assoc.Prof. Watcharee Prugsiganon Co-advisor

ABSTRACT

The objectives of this study are : 1) to understand the operational structure of Domestic Express Mail Service, 2) to assess the consumer behavior when selecting Domestic Express Mail Service, 3) to assess the factors affecting the choice in selecting Domestic Express Mail Service, and 4) to assess this consumer satisfaction with Domestic Express Mail Service provided by Post office in Mueang District, Chiang Mai Province.

Data and information for this study were both primary and secondary data. Data was compiled from questionnaires given to 300 samples of service users identified by accidental sampling method at six branches of post office located in Mueang Chiang Mai District. The analysis was based on the results of descriptive statistics, frequency, percentage and Likert rating scale.

The operational structure this study found that Domestic Express Mail Service has 3 processes as 1)The Acceptance 2)The Transition 3)The Delivery. All the EMS items will continued with fast service provide by Thailand Post Company and are separate from the other general services. Moreover, the EMS items can be tracked throughout even stage of delivery process.

The result of assessment of consumer behavior to select using the Domestic Express Mail Service in Mueang District, Chiang Mai Province show that a majority of consumers are female, government or official staff and have a lack of experience to send the document, letter and item which lost by Domestic Express Mail Service . The majority of document, messages, letter, parcel or box which do not exceed to 20 kilograms will be sent via Thailand Post company. Furthermore, the Domestic Express Mail Service is use in e-Commerce and not effected from the internet using or mobile phone. The most influential factor when deciding to use this service is staff of Thailand post, although, the supplementary service is not selected or used.

The result of assessment on the effect of marketing mix on the Domestic Express Mail found the three most important lists are firstly, People factor, secondly, Physical evidence factor and the last are Product factor and Process factor. All these four factors received a high rating scale, indicating very important.

The result of assessment of consumer satisfaction, show that the main factor to satisfaction in each factor of Domestic Express Mail Service is be quality of service, which the consumer need for product factor; the service rate accordingly to the item, s weight for price factor; there are places that offer services covering areas around the country for place factor; and the item is delivered on time for process factor.