

## บทที่ 1

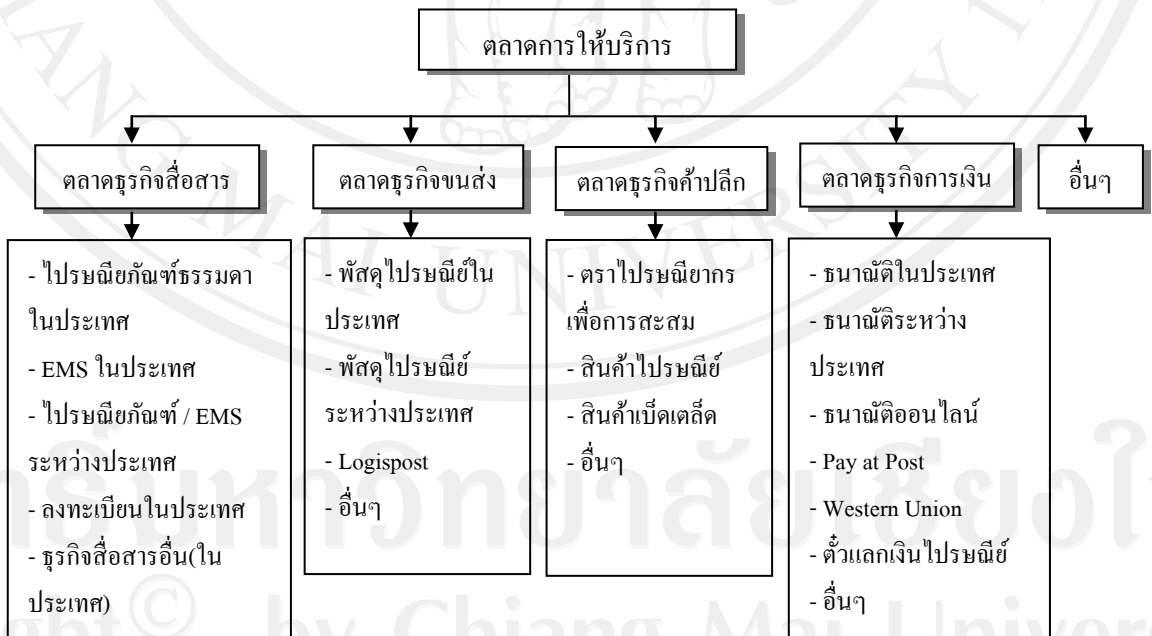
### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กิจการไปรษณีย์ของไทยได้รับการจัดตั้งในปี 2426 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) และได้เข้าเป็นสมาชิกสหภาพสากลไปรษณีย์ในปี 2428 โดยบริการไปรษณีย์ในระยะแรก อนุญาตให้ฝากส่งหนังสือได้ 4 ประเภทคือ จดหมายใส่ซองปิดผนึกไปรษณียบัตร หนังสือพิมพ์จดหมายเหตุและหนังสือพิมพ์อื่นๆ จวบจนปี 2520 จึงได้มีการแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท) ต่อมาจากระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีลักษณะไร้พรมแดน (Globalization) มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเปิดเสรีการค้าบริการและผลของนโยบายรัฐบาลที่ต้องการแปรสภาพรัฐวิสาหกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่ากับภาคเอกชน ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์อีกครั้งในปี 2546 ในรูปบริษัทจำกัดคือ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (ชื่อย่อ บณท) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งหลังจากการแปลงสภาพกิจการบริษัทไปรษณีย์ไทยได้รับอนุมัติให้ขึ้นราคาค่าบริการไปรษณีย์ส่งผลต่อผลประโยชน์ของกิจการให้มีผลกำไร กิจการไปรษณีย์ได้มีการพัฒนาความเจริญด้านต่างๆ มาโดยลำดับ จากระยะเริ่มแรกที่เป็นการพัฒนาเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมความเข้มแข็งและรองรับการขยายตัวต่อมาได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยการนำเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการคัดแยกส่งต่อสิ่งของทางไปรษณีย์มีการนำระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติมาใช้ในการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศรวมทั้งได้แบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ด้าน และแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 5 กลุ่ม ดังแสดงในรูปภาพที่ 1.1



และแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้



ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2554)

รูปที่ 1.1 แสดงการให้บริการและตลาดการให้บริการ

นอกจากนี้ได้มีการพัฒนา รูปแบบการให้บริการในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วและได้เสริมประสิทธิภาพการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เช่น ระบบ Track and Trace

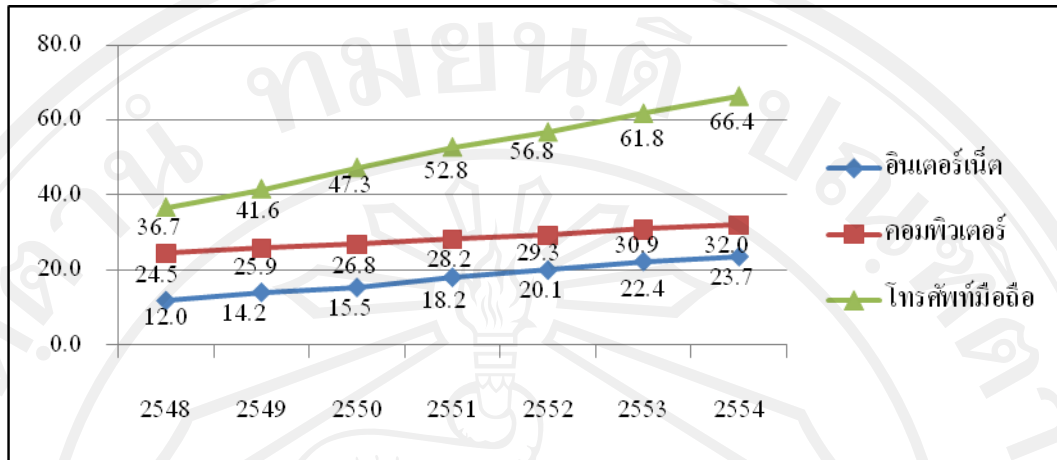
อย่างไรก็ดีแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของไทยในปัจจุบันคาดว่า ปริมาณงานด้านจดหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะลดลงโดยปัจจัยที่สำคัญคือ กระแสความนิยมและความสะดวกจากการใช้ประโยชน์จากสมาร์ตโฟนและคอมพิวเตอร์แบบพกพา การมีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากขึ้น จะเห็นได้จากในระหว่างปี 2550 – 2554 พบว่าคร่าวเรือ่นที่มีโทรศัพท์พื้นฐานมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 23.4 เป็นร้อยละ 18.6 คร่าวเรือ่นที่มีเครื่องโทรสารเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 1.4 เป็นร้อยละ 1.6 คร่าวเรือ่นที่มีคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.5 เป็นร้อยละ 24.7 สำหรับคร่าวเรือ่นที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.6 เป็นร้อยละ 13.4 ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงค่าร้อยละของคร่าวเรือ่นที่มีอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2550 – 2554

ปี	จำนวนคร่าวเรือ่น (หน่วย: 1,000)	ร้อยละ ของคร่าวเรือ่น			
		ที่มีอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร			
		โทรศัพท์พื้นฐาน	โทรสาร	คอมพิวเตอร์	อินเทอร์เน็ต
2550	18,188.0	23.4	1.4	17.5	7.6
2551	18,279.8	22.6	1.8	19.6	8.6
2552	19,060.2	21.4	1.5	20.3	9.5
2553	19,644.9	20.9	1.7	22.8	11.4
2554	19,786.4	18.6	1.6	24.7	13.4

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ (2554)

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือของประชาชนอายุ 6 ปี ขึ้นไปในระหว่างปี 2548-2554 พบว่าผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.5 เป็นร้อยละ 32.0 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.0 เป็นร้อยละ 23.7 และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 36.7 เป็นร้อยละ 66.4 ดังแสดงในรูปที่ 1.2



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ (2554)

**รูปที่ 1.2** แสดงค่าร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2548 – 2554

และยังรวมไปถึงการออกไปรับรองอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือที่เรียกว่า National Root CA (NRCA) (ศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) ซึ่งนำมาใช้ในการส่งข่าวสารต่างๆแทนการส่งจดหมาย ในขณะที่ปริมาณงานพัสดุไปรษณีย์และค่าปลีกมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นโดยมีผลสืบเนื่องมาจากการขยายธุรกิจและช่องทางให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและสะดวกขึ้นซึ่งสอดคล้องกับปริมาณงานพัสดุไปรษณีย์ในประเทศ ในภาพรวมทั่วโลกที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.32 และในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกปริมาณพัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.83 ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์หรือ e-Commerce ของภูมิภาคนี้ได้เพิ่มขึ้นอย่างมากจากการใช้จ่ายเพื่อสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของประชาชนโดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 87.00 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่มีสัดส่วนร้อยละ 84.00 สำหรับประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 มีการเติบโตมากขึ้นส่งผลให้มีความต้องการในการจัดส่งสินค้ามากขึ้นตาม เนื่องจากธุรกิจออนไลน์ ต้องอาศัยโลจิสติกส์ เพราะการขายสินค้าผ่านออนไลน์หมายความว่า ลูกค้าจะต้องซื้อสินค้าผ่านเว็บ และสินค้าจะไม่เดินไปหาลูกค้าเองจะต้องใช้กระบวนการและใช้กลไกของโลจิสติกส์ทั้งหมดในการจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้า (วารสาร Logistic, 2555) จึงเป็นโอกาสที่ ปณท ที่จะมีปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) บริการพัสดุไปรษณีย์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และบริการโลจิสติกส์ โดยในรอบปี 2554 ธุรกิจ e-Commerce มียอดขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้นประมาณ 608,587 ล้านบาทจำแนกเป็นยอดขายของผู้ประกอบการ

B2B ประมาณ 251,699 ล้านบาท (ร้อยละ 41.4) ผู้ประกอบการ B2C ประมาณ 84,593 ล้านบาท (ร้อยละ 13.9) และผู้ประกอบการ B2G ประมาณ 272,295 ล้านบาท (ร้อยละ 44.7) โดยผู้ประกอบการ e-Commerce ร้อยละ 63.2 เลือกลงเป็นผู้ใช้บริการจัดส่งสินค้า (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2554) ; สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร (2554) ) ดังแสดงในตารางที่ 1.2 และรูปภาพที่ 1.3

ตารางที่ 1.2 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ พ.ศ. 2551 – 2554

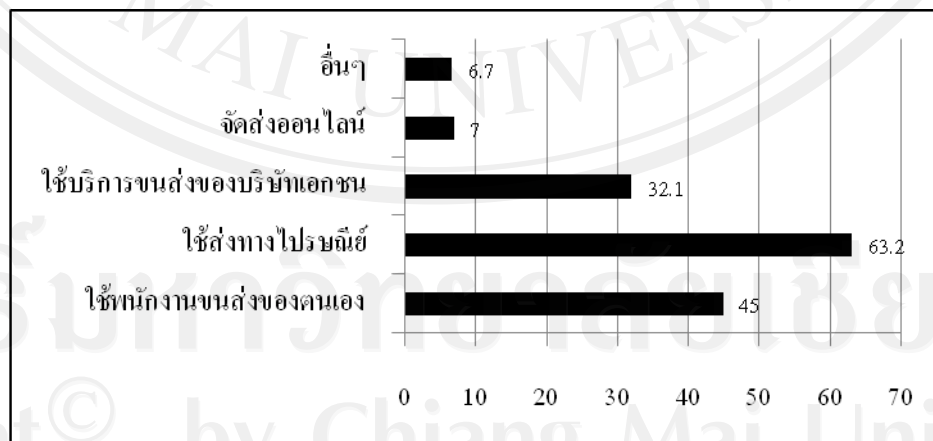
ประเภทผู้ประกอบการ	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ล้านบาท)							ร้อยละ
	ปี 2551	ร้อยละ	ปี 2552	ร้อยละ	ปี 2553	ร้อยละ	ปี 2554	
มูลค่าขายรวม	427,460	100.0	527,538	100.0	629,611	100.0	608,587	100.0
B2B	127,325	29.8	190,751	36.2	217,458	34.5	251,699	41.4
B2C	63,425	14.8	45,951	8.7	67,783	10.8	84,593	13.9
B2G	236,710	55.4	290,836	55.1	344,370	54.7	272,295	44.7

หมายเหตุ : 1/B2B เป็นมูลค่าจากสถานประกอบการที่ทำธุรกิจ e-commerce กับ ภาคธุรกิจ

2/B2C เป็นมูลค่าจากสถานประกอบการที่ทำธุรกิจ e-commerce กับ ผู้บริโภค

3/B2G เป็นมูลค่าที่ได้จากการสำรวจข้อมูลจากสถานประกอบการที่ทำธุรกิจ e-commerce กับภาครัฐ ทั้งที่ไม่ผ่าน e-Auction และผ่าน e-Auction จากกรมบัญชีกลาง

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ (2554)



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ (2554)

รูปที่ 1.3 กราฟแสดงร้อยละในวิธีการจัดส่งสินค้า e-Commerce ในรูปแบบต่าง ๆ



จากวิธีการจัดส่งสินค้าของผู้ประกอบการ E-Commerce ส่วนใหญ่ส่วนที่เป็นปัญหา/อุปสรรคมากที่สุด คือ ราคาขนส่งค่อนข้างสูง (ร้อยละ 64.8) รองลงมาคือ ความล่าช้าในการจัดส่ง (ร้อยละ 40.1) การรับประกันการส่งมอบสินค้า (ร้อยละ 37.9) ปัญหาเรื่องคุณภาพในการจัดส่ง (ร้อยละ 34.3) (สำนักงาน สถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ (2554))

**ตารางที่ 1.3** สถิติรายได้ จดหมาย-ไปรษณียบัตร พัสดุไปรษณีย์ และไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด พ.ศ. 2551 – 2554

หน่วย : ล้านบาท

ประเภท	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่ม/ลด (%)	ปี 2553	เพิ่ม/ลด (%)	ปี 2554	เพิ่ม/ลด (%)
จดหมาย - ไปรษณียบัตร	1,713.50	1,446.63	-15.6	1,744.93	20.6	1,223.04	-29.9
พัสดุไปรษณีย์ในประเทศ	500.68	595.87	19.0	601.64	1.0	674.39	12.1
ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ในประเทศ	1,918.56	2,095.05	9.2	2,347.97	12.1	2,756.50	17.4

หมายเหตุ : ไปรษณียบัตรในปี 51 และปี 53 มีเหตุการณ์พิเศษซึ่งส่งผลต่อยอดขายเพิ่มขึ้น ได้แก่ ทายผลฟุตบอลยูโร/ฟุตบอลโลก ปีละประมาณ 300 ล้านบาท

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2554)

ผลจากแนวโน้มการลดลงของปริมาณงานด้านจดหมาย และการเพิ่มขึ้นของปริมาณงานด้านบริการขนส่งทำให้ ผนท หันมามุ่งเน้นแนวทางการเพิ่มรายได้ในบริการที่เกี่ยวข้องกับตลาดธุรกิจขนส่งทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร หนึ่งในบริการนั้นคือ บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) ในประเทศ เนื่องจากบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศเป็นบริการที่สร้างรายได้หลักให้กับ ผนท กล่าวคือ บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในปี 2554 มีรายได้คิดเป็นร้อยละ 23.27 ของรายได้กลุ่มธุรกิจสื่อสารซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่สร้างรายได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่นโดยคิดเป็นร้อยละ 75.3 ของรายได้รวมของ ผนท และบริการ EMS ยังเป็นบริการที่ใช้สำหรับการจัดส่งข่าวสาร เอกสาร จดหมาย ตลอดจนพัสดุ สิ่งของหรือหีบห่อที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม อัตราค่าบริการก็มีได้ถูกควบคุมโดยรัฐบาลเช่นเดียวกับบริการที่สร้างรายได้หลักอื่นเช่นจดหมาย ที่อัตราค่าบริการถูกควบคุมโดยรัฐบาล ดังนั้นการปรับอัตราค่าบริการจึงทำได้ง่ายกว่า

ตารางที่ 1.4 สถิติรายได้จากการขายและให้บริการ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ปี 2551-2555

มูลค่า หน่วย : ล้านบาท

ปี	กลุ่มธุรกิจ											
	สื่อสาร	ร้อยละ	ขนส่ง	ร้อยละ	ค้าปลีก	ร้อยละ	การเงิน	ร้อยละ	อื่นๆ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
2551	11,610.4	75.1	1,420.8	9.2	987.3	6.4	1,076.1	7.0	368.6	2.4	15,463.2	100.0
2552	11,337.6	75.3	1,579.2	10.5	982.7	6.5	954.2	6.3	210.8	1.4	15,064.4	100.0
2553	11,748.0	76.3	1,518.0	9.9	978.0	6.4	908.0	5.9	242.4	1.6	15,394.3	100.0
2554	11,844.4	75.3	1,753.4	11.1	1,048.0	6.7	857.3	5.5	223.9	1.4	15,726.9	100.0

- กลุ่มธุรกิจสื่อสาร แบ่งเป็น
- จดหมาย/ไปรษณียบัตร/สิ่งตีพิมพ์ (ในประเทศ/ ระหว่างประเทศ)
  - ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ในประเทศ มีรายได้คิดเป็น ร้อยละ 23.27 ของกลุ่มธุรกิจสื่อสาร
  - ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ระหว่างประเทศ
  - ไปรษณีย์ภัณฑ์ลงทะเบียน
  - บริการพิเศษ (นำจ่ายด่วน, รับรอง, รับประกัน, ตอบรับ)
  - รายได้ธุรกิจสื่อสารอื่น

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2554)

ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EXPRESS MAIL SERVICE) หรือเรียก ย่อๆว่า “EMS” แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ และไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ จัดให้มีขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้ใช้บริการที่ประสงค์ฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ให้ถึงผู้รับด้วยความรวดเร็วแน่นอนเป็นพิเศษ และสามารถติดตามตรวจสอบได้ทุกขั้นตอนนับตั้งแต่การรับฝาก ส่งต่อ และการนำจ่ายให้แก่ผู้รับ มีระบบงานเป็นเอกเทศแยกต่างหากจากระบบงานไปรษณีย์ปกติเพราะระบบงานไปรษณีย์ปกติยังไม่สามารถสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ได้จึงทำให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษมีคุณสมบัติเหนือกว่าบริการไปรษณีย์อื่นๆ ได้แก่

- ความปลอดภัยคือ สิ่งของฝากส่งทาง EMS จะได้รับความคุ้มครองเป็นพิเศษโดยจะถูกบรรจุไว้ในถุงไปรษณีย์สำหรับ EMS โดยเฉพาะ มีหลักฐานควบคุมอย่างรัดกุมจึงปลอดภัยสามารถตรวจสอบได้ตลอดเส้นทางไปรษณีย์
- ความรวดเร็วคือ สิ่งของฝากส่งทาง EMS จะได้รับการปฏิบัติก่อนสิ่งของอื่นๆทุกขั้นตอน ตั้งแต่การรับฝาก การส่งต่อไปปลายทางและการนำจ่าย

- ถึงที่หมายตรงเวลาคือ ปณท รับประกันการนำจ่าย EMS ให้ถึงมือผู้รับหรือถึงที่ทำการปลายทางภายในมาตรฐานการนำจ่ายหาก EMS ที่นำจ่ายล่าช้ากว่ามาตรฐานการนำจ่ายตามที่กำหนด อันเนื่องมาจากความบกพร่องของ ปณท ผู้ฝากส่งจะได้รับค่าบริการคืนตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ปณท กำหนดและหาก EMS สูญหายหรือเสียหายทั้งหมดหรือบางส่วนในระหว่างทางไปรษณีย์ โดยเกิดจากความบกพร่องของ ปณท ผู้ฝากส่งจะได้รับการชดใช้ค่าเสียหายตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ปณท กำหนด

และตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการจนถึงปัจจุบัน ปณท ได้มีการพัฒนาปรับปรุงบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) ให้มีคุณภาพดีขึ้นอย่างต่อเนื่องครบถ้วนทุกกระบวนการ อาทิเช่น มีการก่อตั้งศูนย์ EMS เพื่อปฏิบัติงานเกี่ยวกับสิ่งของที่ฝากส่งโดยใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษเป็นการเฉพาะ มีการนำระบบ Track and Trace มาใช้ในการติดตามตรวจสอบ EMS ซึ่งผลของการพัฒนาดังกล่าวทำให้ต้นทุนในบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษเพิ่มขึ้น ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ปณท จึงมีความจำเป็นต้องปรับอัตราค่าบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศอีกครั้งในวันที่ 2 กันยายน 2554 ผลจากการปรับอัตราค่าบริการทำให้ ปณท มีรายได้จากการให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 สถิติรายได้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ในประเทศ ของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ปี 2551 -2555

มูลค่า หน่วย : ล้านบาท

ประเภท	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่ม/ ลด (%)	ปี 2553	เพิ่ม/ ลด (%)	ปี 2554	เพิ่ม/ ลด (%)	ปี 2555 ครึ่งปี แรก	เพิ่ม/ ลด (%)
ไปรษณีย์ด่วน พิเศษ ในประเทศ	1,918.56	2,095.05	9.2	2,347.97	12.1	2,756.50	17.4	1,709.34	*24.0

ที่มา: บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2555)

นอกจากรายได้ของ ปณท ที่เพิ่มสูงขึ้น การปรับอัตราค่าบริการยังส่งผลให้ปริมาณงานและรายได้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศของสำนักงานไปรษณีย์เขต 5 ซึ่งเป็นหน่วยปฏิบัติการไปรษณีย์ภูมิภาคของ ปณท และมีเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ 9 จังหวัดภาคเหนือได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน พะเยา เชียงราย และแม่ฮ่องสอน เพิ่มสูงขึ้นด้วย โดยเฉพาะ



อย่างยิ่งที่ทำการไปรษณีย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายได้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ในประเทศครึ่งปีแรกของปี 2555 เพิ่มสูงขึ้นจากรายได้ปี 2554 (คำนวณครึ่งปี) คิดเป็นร้อยละ 23.2 นับเป็นการสวนกระแสกับการแข่งขันในตลาดบริการส่งด่วนในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีคู่แข่งให้บริการในลักษณะเดียวกันหลายราย อาทิเช่น รถโดยสารประจำทาง รถตู้ รถทัวร์ (นครชัยแอร์ บขส. ชาญทัวร์ สหมิตร) และบริษัทนิมชีเส่งขนส่ง โดยมีการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา ดังแสดงในตารางที่ 1.6 และ ตารางที่ 1.7

ตารางที่ 1.6 สถิติรายได้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ- ในประเทศ ของที่ทำการ ในสังกัดสนง. ไปรษณีย์เขต 5 และจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2551 – 2555

มูลค่าหน่วย : ล้านบาท

รายได้ของทุกที่ทำการ	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่ม/ลด %	ปี 2553	เพิ่ม/ลด %	ปี 2554	เพิ่ม/ลด %	ปี 2555 ครึ่งปีแรก	เพิ่ม/ลด %
ในสังกัด สนง.ไปรษณีย์เขต 5 จำนวน 137 แห่ง	142.16	179.57	26.3	196.10	9.2	224.88	14.7	118.84	5.7
ใน จ.เชียงใหม่ จำนวน 37 แห่ง	58.00	62.05	7.0	67.46	8.7	74.20	10.0	45.07	21.8
ใน จังหวัด อื่นๆ จำนวน 100 แห่ง	84.16	117.52	39.6	128.64	9.5	150.68	17.1	73.77	-2.1
ในเขต อ.เมืองเชียงใหม่ จำนวน 12 แห่ง	36.69	38.81	5.8	41.49	6.9	44.40	7.0	27.36	*23.2
ในเขต อ.อื่นๆ ของ จ. เชียงใหม่ จำนวน 25 แห่ง	21.31	23.24	9.1	25.97	11.7	29.80	14.7	17.71	18.9

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2555)

ตารางที่ 1.7 สถิติปริมาณงานรับฝาก บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ- ในประเทศ ของที่ทำการ ใน สังกัด สนง.ไปรษณีย์เขต 5 และจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2551 – 2555

มูลค่าหน่วย : ล้านชิ้น

ปริมาณงานของ ทุกที่ทำการ	ปี 2551	ปี 2552	เพิ่ม/ ลด %	ปี 2553	เพิ่ม/ ลด %	ปี 2554	เพิ่ม/ ลด %	ปี 2555 ครึ่งปี แรก	เพิ่ม/ ลด %
ในสังกัด สนง.ไปรษณีย์ เขต 5 จำนวน 137 แห่ง	3.95	4.31	9.1	4.45	3.3	4.37	-1.8	2.29	4.8
ใน จ.เชียงใหม่ จำนวน 37 แห่ง	1.54	1.65	7.1	1.70	3.0	1.76	3.5	0.91	3.4
ใน จังหวัด อื่นๆ จำนวน 100 แห่ง	2.41	2.66	10.4	2.75	3.4	2.61	-5.1	1.38	5.8
ในเขต อ.เมืองเชียงใหม่ จำนวน 12 แห่ง	1.02	1.02	0.0	1.07	4.9	1.12	4.7	0.58	*3.6
ในเขต อ.อื่นๆ ของ จ. เชียงใหม่ จำนวน 25 แห่ง	0.52	0.63	21.2	0.63	0.0	0.64	1.6	0.33	3.1

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (2555)

เมื่อพิจารณาโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเศรษฐกิจได้ขึ้นกับสาขาการขายปลีก-ส่ง สาขาการขนส่งและสาขาอุตสาหกรรม เป็นสำคัญ มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 17.72 12.46 และ 10.67 ตามลำดับ โดยเศรษฐกิจยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น (สำนักงานคลังจังหวัดเชียงใหม่, 2554) และจากบทสรุปปัญหา/อุปสรรคการขนส่งสิ่งของของผู้ประกอบการ e-Commerce จากสำนักงานสถิติแห่งชาติข้างต้น ทำให้หากมีการประเมินผลการให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ด้านผู้รับบริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่างๆเช่น โครงสร้างบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ EMS ความพึงพอใจ ทศนคติและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการก็จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนธุรกิจและกำหนดกลยุทธ์ตลอดจนให้ผู้บริหารได้ทำการตัดสินใจในแนวทางที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรอย่างสูงสุดพร้อมทั้งปรับปรุง พัฒนา แก้ไขส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ตรง

กับความต้องการหรือความคิดเห็นของผู้ใช้บริการซึ่งถือเป็นลูกค้าที่มีความสำคัญต่อ ปรณท ในการที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความจงรักภักดีต่อตราไปรษณียไทยให้ยั่งยืนตลอดไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ
2. เพื่อประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ทางการตลาดและทิศทางการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทไปรษณีย์ไทย และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร/ฝ่ายงาน ที่เกี่ยวข้องในการใช้ประกอบการตัดสินใจหรือวางแผนในการปรับปรุงพัฒนาบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศให้เหมาะสมกับสภาพตลาดในปัจจุบันและพัฒนาการดำเนินงานในอนาคตในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้เพื่อจะดูถึงโครงสร้างบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ เพื่อประเมินผลการให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศโดยประเมินจากผู้รับบริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 6 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปณจ.เชียงใหม่ ปณฝ.หนองหอย ปณฝ.สามแยกสวนปรุง ปณฝ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปณฝ.ศรีภูมิ และปณฝ.ศาลากลางเชียงใหม่ ในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีช่วงระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2555 ถึง กุมภาพันธ์ 2556

### 1.5 นิยามศัพท์

**กิจการไปรษณีย์** หมายความว่า การตั้งที่ทำการไปรษณีย์ และการดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการรับ รวบรวม ส่ง จ่ายและส่งมอบไปรษณีย์ภัณฑ์ ตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พุทธศักราช 2477

**สิ่งของต้องห้ามส่งทางไปรษณีย์** ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พุทธศักราช 2477 มีดังต่อไปนี้

- วัตถุมีค่าที่ไม่มีเครื่องหุ้มห่อป้องกันพ้อหรือวัตถุระเบิดหรือสิ่งโสโครกหรือสิ่งมีพิษหรือสัตว์มีชีวิต หรือสิ่งของที่มีสภาพอันน่าจะก่อให้เกิดอันตรายหรือเสียหายแก่ไปรษณีย์ภัณฑ์ในระหว่างส่งทางไปรษณีย์หรือแก่เจ้าพนักงาน เว้นไว้แต่จะมีข้อบังคับหรือเงื่อนไขกล่าวไว้เป็นอย่างอื่น

- ไปรษณีย์ภัณฑ์อันเห็นได้ประจักษ์ว่าถ้อยคำ เครื่องหมาย หรือลวดลายเป็นเลี่ยนหนาม แผ่นดินหรือหยาบช้า ลามก หรือเป็นที่ยุ่งส่งเสริมให้มีการกำเริบหรือหยาบคายหรือขู่เข็ญ หรือกรรโชก หรือมรสุวาทอย่างร้ายแรง หรือสิ่งอื่นๆ ที่ผิดกฎหมาย

- ธนบัตร

- สิ่งของต้องห้ามบางประเภทอาจฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ได้ ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามหลักและเงื่อนไขที่บริษัทกำหนด

**ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ** หมายถึง สิ่งต่างๆเช่น ข่าวสาร เอกสารธุรกิจการค้า สิ่งพิมพ์ ตัวอย่างสินค้า สินค้า เป็นต้น ซึ่งฝากส่งทางไปรษณีย์ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

**เขตจ่าย EMS** หมายถึง พื้นที่ที่ ปณท กำหนดให้มีการนำจ่ายไปรษณีย์ด่วนพิเศษโดยมีมาตรฐานการนำจ่ายที่แน่นอน

**พื้นที่นอกเขตจ่ายEMS** หมายถึง พื้นที่ที่อยู่นอกเขตจ่ายไปรษณีย์ด่วนพิเศษซึ่งปณท จะกำหนดมาตรฐานการนำจ่ายเพียง วัน เดือน ปี ที่ EMS ถึง ณ ที่ทำการควบคุมการนำจ่าย

**ระบบ Track and Trace** หมายถึง ระบบติดตาม ตรวจสอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์

**ป.29** หมายความว่า บัญชีกำกับดูงไปรษณีย์ด่วนพิเศษ-ในประเทศ

**ป.94** หมายความว่า ป้ายปากดูงไปรษณีย์ด่วนพิเศษ-ในประเทศ

**ป.187 พิเศษ** หมายความว่า บัญชีควบคุมการนำจ่ายไปรษณีย์ด่วนพิเศษ-ในประเทศ

**ป.159** หมายความว่า ป้ายเลขที่ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ-ในประเทศ

**ป.210** หมายความว่า สมุดควบคุมการรับ-ส่งมอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ภายในที่ทำการ