# บทที่ 5

## ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องการประเมินผลการให้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ เพื่อประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประเมินปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ชุด จากผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน 6 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปณจ.เชียงใหม่ ปณฝ.หนองหอย ปณฝ.สามแยกสวนปรุง ปณฝ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปณฝ.ศรีภูมิ และปณฝ.ศาลากลางเชียงใหม่ และสุ่มตัวอย่างจากที่ทำการไปรษณีย์ที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่างโดยวิธีบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งมีรายละเอียดเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ
- การประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- การประเมินปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ**

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย เป็นการศึกษาเพื่อนำไปพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งทางด้านอาชีพและขนาดของกิจการที่ใช้บริการ EMS ตลอดจนจัดหาวัสดุ อุปกรณ์และยานพาหนะให้เหมาะสมกับการให้ให้บริการ มีการควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อาชีพปัจจุบัน ประเภทของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ ประสบการณ์ในการจัดส่งเอกสาร/จดหมาย/สิ่งของด้วยบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศแล้วสูญหายได้ ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 40.33 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20 ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 18.33 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.67 อาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.34 และเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ด้านประเภทของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเป็นหน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 38.67 รองลงมาเป็นเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 22.67 กลุ่มอื่นๆได้แก่นักศึกษา แม่บ้าน อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 17.67 บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 17.66 และห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ด้านลักษณะของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะอื่นๆได้แก่ ราชการ รัฐวิสาหกิจ นักศึกษา ลิสซิ่ง ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 49.67 รองลงมาคือ ค้าขาย(ค้าปลีก/ค้าส่ง) คิดเป็นร้อยละ 24.33 ขนส่ง โลจิสติกส์/สื่อสารโทรคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 7.33 ธนาคาร/ประกันภัย/ประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 6.33 โรงแรม/ภัตตาคาร/ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 4.34 เกษตรกรรม(ประมง/ฟาร์ม/ป่าไม้) คิดเป็นร้อยละ 4 บริการด้านสุขภาพ/คลินิก คิดเป็นร้อยละ 3 และก่อสร้าง/อสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ด้านประสบการณ์การจัดส่งเอกสาร จดหมาย สิ่งของ ด้วยบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศแล้วมีการสูญหายหรือไม่นั้น พบว่าไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดส่งเอกสาร จดหมาย สิ่งของแล้วสูญหาย มากกว่า เคยสูญหาย กล่าวคือ ไม่เคยมีประสบการณ์สูญหาย คิดเป็นร้อยละ 82.33 และ เคยมีประสบการณ์สูญหาย แล้วไม่ได้รับคืน คิดเป็นร้อยละ 7.67 และสูญหายแล้วได้รับคืน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.1** แสดงค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **เพศ** | | |
| ชาย | 132 | 44 |
| หญิง | 168 | 56 |
| **รวม** | **300** | **100** |
| **อาชีพปัจจุบัน** | | |
| พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ | 121 | 40.33 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 55 | 18.33 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 60 | 20.00 |
| เกษตรกร | 4 | 1.33 |
| นักศึกษา | 50 | 16.67 |
| อื่นๆ | 10 | 3.34 |
| **รวม** | **300** | **100** |
| **ประเภทของธุรกิจ** | | |
| เจ้าของคนเดียว | 68 | 22.67 |
| ห้างหุ้นส่วน | 10 | 3.33 |
| บริษัทจำกัด | 53 | 17.66 |
| หน่วยงานของรัฐ | 116 | 38.67 |
| อื่นๆ | 53 | 17.67 |
| **รวม** | 300 | 100 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.1** แสดงค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **ลักษณะของธุรกิจ** | | |
| ค้าขาย (ค้าปลีก/ค้าส่ง) | 73 | 24.33 |
| เกษตรกรรม (ประมง/ฟาร์ม/ป่าไม้) | 12 | 4.00 |
| ก่อสร้าง /อสังหาริมทรัพย์ | 3 | 1.00 |
| ธนาคาร /ประกันภัย /ประกันชีวิต | 19 | 6.33 |
| ขนส่งโลจิสติกส์ /สื่อสารโทรคมนาคม | 22 | 7.33 |
| โรงแรม /ภัตตาคาร /ร้านอาหาร | 13 | 4.34 |
| บริการด้านสุขภาพ /คลินิก | 9 | 3.00 |
| อื่นๆ (ราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักศึกษา ลิสซิ่ง ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์) | 149 | 49.67 |
| **รวม** | **300** | **100** |
| **ประสบการณ์ในการจัดส่งเอกสาร จดหมาย สิ่งของด้วยบริการ EMS แล้วสูญหาย** | | |
| เคยสูญหาย | | |
| -ไม่ได้รับคืน | 23 | 7.67 |
| -ได้รับคืน | 30 | 10 |
| ไม่เคยสูญหาย | 247 | 82.33 |
| **รวม** | **300** | **100** |

ที่มา: จากการศึกษา

## 5.2 ผลการประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### 5.2.1 พฤติกรรมในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ประเภทข่าวสาร เอกสาร จดหมาย

การประเมินการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ประเภทข่าวสาร เอกสาร จดหมาย หรือสิ่งของ พัสดุ หีบห่อที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก.นั้นเพื่อที่จะทำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้สามารถเปรียบเทียบการฝากส่งของผู้ใช้บริการระหว่างการฝากส่งที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กับคู่แข่งขัน หรือทำให้เห็นว่าปัจจุบันสิ่งของที่ฝากส่ง มีลักษณะเป็นเอกสารหรือพัสดุ สิ่งของ อันจะนำไปสู่การจัดหากลยุทธ์ในการแข่งขันและจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ยานพาหนะเพื่อรองรับการให้บริการ

ผลการประเมินผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ประเภทข่าวสาร เอกสาร จดหมาย ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆพบว่า ทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ประเภทข่าวสาร เอกสาร จดหมายกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อันดับรองลงมาสำหรับกลุ่มอาชีพพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน คือ ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น และไม่เคยใช้บริการ ตามลำดับ สำหรับกลุ่มนักศึกษาและอื่นๆ อันดับรองลงมาคือ ไม่เคยใช้บริการ และใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

**ตารางที่ 5.2** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ประเภทการจัดส่งเอกสาร ข่าวสาร จดหมาย จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / การจัดส่งเอกสาร | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | **จำนวน<br>%** |
| **ไม่เคยใช้บริการ** | 1<br>(0.81) | 1<br>(1.56) | 0<br>(0.00) | 0<br>(0.00) | 1<br>(2.00) | 1<br>(10.00) | **4<br>(1.29)** |
| **ใช้บริการกับ ปณท** | 119<br>(95.96) | 59<br>(92.19) | 53<br>(92.98) | 4<br>(100.00) | 49<br>(98.00) | 9<br>(90.00) | **293<br>(94.82)** |
| **ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น** | 4<br>(3.23) | 4<br>(6.25) | 4<br>(7.02) | 0<br>(0.00) | 0<br>(0.00) | 0<br>(0.00) | **12<br>(3.89)** |
| **รวม** | 124<br>(100.00) | 64<br>(100.00) | 57<br>(100.00) | 4<br>(100.00) | 50<br>(100.00) | 10<br>(100.00) | **309.00<br>(100.00)** |

**หมายเหตุ** ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบที่มา: จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.2.2 พฤติกรรมในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ประเภทสิ่งของ พัสดุ หรือหีบห่อ ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก.**

ผลการประเมินผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ประเภทสิ่งของ พัสดุ หรือหีบห่อ ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก.ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า
ทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในการจัดส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ประเภทสิ่งของ พัสดุ หรือหีบห่อที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก.กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อันดับรองลงมาสำหรับกลุ่มอาชีพพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษา คือ ไม่เคยใช้บริการและใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น ตามลำดับ สำหรับกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆ อันดับรองลงมาคือ ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น และไม่เคยใช้บริการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.3

**ตารางที่ 5.3** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ประเภทการจัดส่งสิ่งของ พัสดุ หรือหีบห่อ ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20 กก. จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / การจัดส่งสิ่งของ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | จำนวน<br>% | **จำนวน<br>%** |
| **ไม่เคยใช้บริการ** | 16<br>(13.11) | 5<br>(8.06) | 9<br>(15.25) | 0<br>(0.00) | 12<br>(24.00) | 0<br>(0.00) | **42<br>(13.68)** |
| **ใช้บริการกับ ปณท** | 101<br>(82.79) | 51<br>(82.26) | 38<br>(64.41) | 4<br>(100.00) | 38<br>(76.00) | 9<br>(90.00) | **241<br>(78.50)** |
| **ใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น** | 5<br>(4.10) | 6<br>(9.68) | 12<br>(20.34) | 0<br>(0.00) | 0<br>(0.00) | 1<br>(10.00) | **24<br>(8.82)** |
| **รวม** | 122<br>(100.00) | 62<br>(100.00) | 59<br>(100.00) | 4<br>(100.00) | 50<br>(100.00) | 10<br>(100.00) | **307.00<br>(100.00)** |

**หมายเหตุ** ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบที่มา: จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.2.3 การใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในธุรกิจ e-Commerce**

การประเมินการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในธุรกิจ e-Commerce จะทำให้สามารถวางกลยุทธ์ในการเจาะตลาดของ ปณท กับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ชัดเจนขึ้นว่าควรจะมีการดำเนินการเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากน้อยเพียงใดอันเนื่องมาจากปัจจุบันเป็นยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ผลการประเมินผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในธุรกิจ e-Commerce ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในธุรกิจ e-Commerce มากกว่า ไม่ใช้บริการ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักศึกษา ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในธุรกิจ e-Commerce มากกว่าไม่ใช้บริการ สำหรับกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในธุรกิจ e-Commerce เท่ากับไม่ใช้บริการ ส่วนกลุ่มอื่นๆ ไม่ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในธุรกิจ e-Commerce มากกว่าใช้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

**ตารางที่ 5.4** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในธุรกิจ e-Commerce จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / การใช้บริการ EMS ในธุรกิจ e-commercial | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) |
| - ใช้ | 63 (52.07) | 39 (70.91) | 30 (50.00) | 4 (100.00) | 28 (56.00) | 3 (30.00) | **164 (54.67)** |
| - ไม่ใช้ | 58 (47.93) | 16 (29.09) | 30 (50.00) | 0 (0.00) | 22 (44.00) | 7 (70.00) | **136 (45.35)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300 (100.00)** |

ที่มา: จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.2.4 ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือ ต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ**

การประเมินผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือ ต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ว่าควรมุ่งเน้นไปทางสิ่งของที่ฝากส่งที่มีลักษะเป็นพัสดุ หีบห่อ มากขึ้นหรือไม่ หาก ปณท ได้รับผลกระทบทางด้านสิ่งของที่ฝากส่งที่มีลักษณะเป็นข่าวสาร เอกสาร จดหมาย

ผลการประเมินผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือ ต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ไม่มีผล กระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่การใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือ ไม่มีผลกระทบต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ รองลงมาคือ มีผลกระทบ และมีผลกระทบปานกลาง ตามลำดับ ยกเว้นกลุ่มอื่นๆ ที่อันดับรองลงมาคือ มีผลกระทบปานกลาง และมีผลกระทบ ตามลำดับ ดังแสดงในตางรางที่ 5.5

**ตารางที่ 5.5** แสดงจำนวนและร้อยละของผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต อีเมล์ และโทรศัพท์มือถือต่อการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / ผลกระทบการใช้อินเตอร์เน็ต | พนักงานข้าราชการ/ | ธุรกิจส่วนตัว/ | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) |
| **ไม่มีผล** | 70 (57.85) | 37 (67.27) | 43 (71.67) | 4 (100.00) | 32 (64.00) | 9 (90.00) | **195 (65.00)** |
| **มีผล** | 32 (26.45) | 13 (23.64) | 12 (20.00) | 0 (0.00) | 11 (22.00) | 0 (0.00) | **68 (22.67)** |
| **มีผลปานกลาง** | 19 (15.70) | 5 (9.09) | 5 (8.33) | 0 (0.00) | 7 (14.00) | 1 (10.00) | **37 (12.33)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300 (100.00)** |

ที่มา :จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.2.5 แหล่งข้อมูลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ**

การประเมินแหล่งข้อมูลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ เพื่อจะให้ทราบถึงแหล่งข้อมูลหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอันจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งข้อมูลนั้นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลการประเมินแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ ได้แก่ จากตนเองและครอบครัว พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ รองลงมาคือ ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ มีตัวแทนให้เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียว ถูกกำหนดจากผู้อื่นให้เลือกใช้ อื่นๆ และเพื่อนๆแนะนำ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศคือ ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ ถูกกำหนดจากผู้อื่นให้เลือกใช้ มีตัวแทนให้เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียว เพื่อนๆแนะนำ และอื่นๆ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ รองลงมาคือ ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ มีตัวแทนให้เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียว ถูกกำหนดจากผู้อื่นให้เลือกใช้ เพื่อนๆแนะนำ และอื่นๆ ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศคือ ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ และเพื่อนๆแนะนำ

กลุ่มนักศึกษา ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศคือ เพื่อนๆแนะนำ และทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ รองลงมาคือ มีตัวแทนให้เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียว ถูกกำหนดจากผู้อื่นให้เลือกใช้ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ และอื่นๆ ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ คือ ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ รองลงมาคือ พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ อันดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ถัดมาคือ ถูกกำหนดจากผู้อื่นให้เลือกใช้ มีตัวแทนให้เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียว และอื่นๆ ดังแสดงในตารางที่ 5

**ตารางที่ 5.6** แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / แหล่งข้อมูล | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) |
| พนักงาน ปณท มาแนะนำบริการ | 42 (30.43) | 13 (20.31) | 24 (36.36) | 1 (25.00) | 7 (12.50) | 3 (27.28) | **90 (26.55)** |
| เพื่อนแนะนำ | 6 (4.35) | 5 (7.81) | 4 (6.06) | 1 (25.00) | 12 (21.43) | 0 (0.00) | **28 (8.26)** |
| ทราบจากสื่อโฆษณา เว็บไซต์ | 39 (28.26) | 21 (32.81) | 18 (27.27) | 2 (50.00) | 12 (21.43) | 5 (45.45) | **97 (28.61)** |
| ถูกกำหนดจากผู้อื่น | 18 (13.04) | 12 (18.75) | 6 (9.09) | 0 (0.00) | 10 (17.86) | 1 (9.09) | **47 (13.86)** |
| มีตัวแทนให้เลือกเพียงแห่งเดียว | 24 (17.39) | 9 (14.06) | 12 (18.18) | 0 (0.00) | 11 (19.64) | 1 (9.09) | **57 (16.82)** |
| อื่นๆ | 9 (6.53) | 4 (6.26) | 2 (3.04) | 0 (0.00) | 4 (7.14) | 1 (9.09) | **20 (5.90)** |
| **รวม** | **138** (100.00) | **64** (100.00) | **66** (100.00) | **4** (100.00) | **56** (100.00) | **11** (100.00) | **339 (100.00)** |

**หมายเหตุ** ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการศึกษา

### 5.2.6 การใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

การประเมินการใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ได้แก่ บริการไปรษณีย์รับประกัน บริการไปรษณีย์รอจ่าย บริการไปรษณีย์ตอบรับ และบริการธุรกิจตอบรับ เพื่อจะให้ทราบถึงสัดส่วนการใช้บริการพิเศษ อันจะส่งผลต่อการพิจารณาถึงความจำเป็นต่อการเปิดให้บริการดังกล่าว

ผลการประเมินการใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเทศ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า บริการไปรษณีย์รับประกัน บริการไปรษณีย์รอจ่าย บริการธุรกิจตอบรับ ทุกกลุ่มอาชีพไม่มีการใช้บริการควบคู่ กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศมากกว่าใช้บริการควบคู่ ยกเว้นบริการไปรษณีย์ตอบรับ ที่กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มอื่นๆ มีการใช้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ มากกว่า ไม่ใช้บริการควบคู่ ดังแสดงในตารางที่ 5.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.7** แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้บริการพิเศษควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| อาชีพ / การใช้บริการพิเศษ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) | จำนวน (%) |
| **-บริการไปรษณีย์รับประกัน** | | | | | | | |
| ใช้ | 36 (29.75) | 23 (41.82) | 24 (40.00) | 0 (0.00) | 10 (20.00) | 2 (20.00) | **95 (31.67)** |
| ไม่ใช้ | 85 (70.25) | 32 (58.18) | 36 (60.00) | 4 (100.00) | 40 (80.00) | 8 (80.00) | **205 (68.33)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300** (100.00) |
| **-บริการไปรษณีย์รอจ่าย** | | | | | | | |
| ใช้ | 43 (35.54) | 19 (34.55) | 18 (30.00) | 0 (0.00) | 12 (24.00) | 4 (40.00) | **96 (32.00)** |
| ไม่ใช้ | 78 (64.46) | 36 (65.45) | 42 (70.00) | 4 (100.00) | 38 (76.00) | 6 (60.00) | **204 (68.00)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300** (100.00) |
| **-บริการไปรษณีย์ตอบรับ** | | | | | | | |
| ใช้ | 77 (63.64) | 17 (30.91) | 32 (53.33) | 1 (25.00) | 15 (30.00) | 6 (60.00) | **148 (49.33)** |
| ไม่ใช้ | 44 (36.36) | 38 (69.09) | 28 (46.67) | 3 (75.00) | 35 (70.00) | 4 (40.00) | **152 (50.67)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300** (100.00) |
| **-บริการธุรกิจตอบรับ** | | | | | | | |
| ใช้ | 29 (23.97) | 10 (18.18) | 13 (21.67) | 0 (0.00) | 3 (6.00) | 3 (30.00) | **58 (19.33)** |
| ไม่ใช้ | 92 (76.03) | 45 (81.82) | 47 (78.33) | 4 (100.00) | 47 (94.00) | 7 (70.00) | **242 (80.67)** |
| **รวม** | **121** (100.00) | **55** (100.00) | **60** (100.00) | **4** (100.00) | **50** (100.00) | **10** (100.00) | **300** (100.00) |

ที่มา: จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.3 ผลการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศตามส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

**5.3.1 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 อันดับสองคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเป็น อันดับหนึ่ง คือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 อันดับสองคือ มีบริการพิเศษอื่น ที่ให้บริการควบคู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท รองลงมาคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ รองลงมาคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท รองลงมาคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท และคุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ รองลงมาคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท รองลงมาคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ความเชื่อถือในชื่อเสียงของบริษัท คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รองลงมาคือ มีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 5.8

**ตารางที่ 5.8** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ความเชื่อถือในชื่อเสียงบริษัท | 2.77 (มาก) | 2.64 (มาก) | 2.67 (มาก) | 3.00 (มาก) | 2.64 (มาก) | 2.60 (มาก) | **2.72 (มาก)** |
| คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ | 2.57 (มาก) | 2.71 (มาก) | 2.57 (มาก) | 3.00 (มาก) | 2.48 (ปานกลาง) | 2.60 (มาก) | **2.66 (มาก)** |
| มีบริการพิเศษอื่นที่ให้บริการควบคู่กับบริการEMS | 2.21 (ปานกลาง) | 2.31 (ปานกลาง) | 2.30 (ปานกลาง) | 2.25 (ปานกลาง) | 2.06 (ปานกลาง) | 2.40 (ปานกลาง) | **2.26** (ปานกลาง) |
| มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย | 2.36 (ปานกลาง) | 2.45 (ปานกลาง) | 2.37 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.34 (ปานกลาง) | 2.60 (ปานกลาง) | **2.44** (ปานกลาง) |
| รวม | **2.48 (ปานกลาง)** | **2.53 (มาก)** | **2.48 (ปานกลาง)** | **2.69 (มาก)** | **2.38 (ปานกลาง)** | **2.55 (มาก)** | **2.52 (มาก)** |

ที่มา: จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.3.2 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ**

ผลการประเมินกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางเป็นอันดับหนึ่งคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 อันดับสองคือ มีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 และอันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และมีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และมีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และมีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ มีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า อันดับถัดมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่องและอัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับถัดมาคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้และมีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการที่กำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ รองลงมาคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และมีการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า ตามลำดับ
ดังแสดงในตารางที่ 5.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.9** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ปัจจัยด้านราคา | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **อัตราค่าบริการที่กำหนดตามน้ำหนักของสิ่งของ** | 2.48 (ปานกลาง) | 2.60 (มาก) | 2.53 (มาก) | 3.00 (มาก) | 2.36 (ปานกลาง) | 2.30 (ปานกลาง) | **2.55 (มาก)** |
| **อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง** | 2.32 (ปานกลาง) | 2.31 (ปานกลาง) | 2.28 (ปานกลาง)) | 1.50 (น้อย) | 2.24 (ปานกลาง) | 2.10 (ปานกลาง) | **2.13 (ปานกลาง)** |
| **อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้** | 1.98 (ปานกลาง) | 1.95 (ปานกลาง) | 1.92 (ปานกลาง) | 1.50 (น้อย) | 2.06 (ปานกลาง) | 1.90 (ปานกลาง) | **1.89** (ปานกลาง) |
| **มีการใช้เครดิตในการชำระค่าสินค้า** | 1.86 (ปานกลาง) | 1.89 (ปานกลาง) | 1.75 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.06 (ปานกลาง) | 1.80 (ปานกลาง) | **1.98** (ปานกลาง) |
| **รวม** | **2.16 (ปานกลาง)** | **2.19 (ปานกลาง)** | **2.12 (ปานกลาง)** | **2.13 (ปานกลาง)** | **2.18 (ปานกลาง)** | **2.03 (ปานกลาง)** | **2.14 (ปานกลาง)** |

ที่มา: จากการศึกษา

**5.3.3 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ**

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นอันดับหนึ่งคือ มีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และอันดับสามคือ มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า และมีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า และมีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า และมีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ ตามลำดับ

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การมีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า และมีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุด คือการมีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า รองลงมาคือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ และมีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.10** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **มีสถานที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ** | 2.79 (มาก) | 2.82 (มาก) | 2.78 (มาก) | 2.25 (ปานกลาง) | 2.66 (มาก) | 2.70 (มาก) | **2.67 (มาก)** |
| **มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า** | 2.39 (ปานกลาง) | 2.45 (ปานกลาง) | 2.47 (ปานกลาง)) | 3.00 (มาก) | 2.46 (ปานกลาง) | 2.40 (ปานกลาง) | **2.53 (มาก)** |
| **มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า** | 2.60 (มาก) | 2.58 (มาก) | 2.48 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.48 (ปานกลาง) | 2.70 (มาก) | **2.56** (มาก) |
| **มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกรับสิ่งของ** | 2.19 (ปานกลาง) | 2.13 (ปานกลาง) | 2.20 (ปานกลาง) | 1.50 (น้อย) | 2.18 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | **2.12** (ปานกลาง) |
| **รวม** | **2.49 (ปานกลาง)** | **2.50 (ปานกลาง)** | **2.48 (ปานกลาง)** | **2.31 (ปานกลาง)** | **2.45 (ปานกลาง)** | **2.58 (ปานกลาง)** | **2.47 (ปานกลาง)** |

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.3.4 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.02 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เป็นอันดับหนึ่งคือ การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 อันดับสอง คือ บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 อันดับสาม คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 อันดับสี่คือ มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.94 อันดับห้าคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า และมีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ และบริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม อันดับถัดมาคือ มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า และมีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุด คือ การให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า และบริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การให้บริการหลังการขายที่ดีเช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม มีการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ และมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ การให้บริการหลังการขายที่ดีเช่น การชดใช้ค่าเสียหาย รองลงมาคือ บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ดังแสดงในตารางที่ 5.11

**ตารางที่ 5.11** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ด้านส่งเสริมการตลาด | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก** | 1.77 (ปานกลาง) | 1.89 (ปานกลาง) | 1.87 (ปานกลาง) | 1.75 (ปานกลาง) | 1.88 (ปานกลาง) | 2.00 (ปานกลาง) | **1.86 (ปานกลาง)** |
| **มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่าง** | 2.03 (ปานกลาง) | 1.78 (ปานกลาง) | 2.22 (ปานกลาง) | 1.75 (ปานกลาง) | 2.00 (ปานกลาง) | 1.90 (ปานกลาง) | **1.95 (ปานกลาง)** |
| **มีพนักงานบริษัทให้ข้อมูลสินค้า ณที่อยู่ลูกค้า** | 1.95 (ปานกลาง) | 1.91 (ปานกลาง) | 2.13 (ปานกลาง) | 1.75 (ปานกลาง) | 1.88 (ปานกลาง) | 2.00 (ปานกลาง) | **1.94 (ปานกลาง)** |
| **ให้บริการหลังการขายที่ดี เช่น การชดใช้ค่าเสียหาย** | 2.17 (ปานกลาง) | 2.16 (ปานกลาง) | 2.23 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.20 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | **2.29 (ปานกลาง)** |
| **บริษัทผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม** | 1.99 (ปานกลาง) | 1.98 (ปานกลาง) | 2.22 (ปานกลาง) | 1.75 (ปานกลาง) | 2.12 (ปานกลาง) | 2.30 (ปานกลาง) | **2.06 (ปานกลาง)** |
| **รวม** | **1.98** (ปานกลาง) | **1.94** (ปานกลาง) | **2.13** (ปานกลาง) | **1.90** (ปานกลาง) | **2.02** (ปานกลาง) | **2.14** (ปานกลาง) | **2.02 (ปานกลาง)** |

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.3.5 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ**

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 อันดับสองคือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 อันดับสามคือ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และอันดับสี่คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ และพนักงานแต่งกายสุภาพ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ และพนักงานแต่งกายสุภาพ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ อันดับถัดมาคือ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้และพนักงานแต่งกายสุภาพ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจทั้ง 4 ปัจจัยในอันดับที่เท่ากัน คือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ และพนักงานแต่งกายสุภาพ

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพ รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ และพนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ พนักงานบริษัทมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้ และอันดับรองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพ ดังแสดงในตารางที่ 5.12

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.12** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ด้านบุคลากร | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **พนักงานมีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง** | 2.67 (มาก) | 2.69 (มาก) | 2.83 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.52 (มาก) | 3.00 (มาก) | **2.74 (มาก)** |
| **พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ** | 2.64 (มาก) | 2.73 (มาก) | 2.82 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.56 (มาก) | 3.00 (มาก) | **2.75 (มาก)** |
| **พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการได้** | 2.56 (มาก) | 2.67 (มาก) | 2.77 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.54 (มาก) | 3.00 (มาก) | **2.72 (มาก)** |
| **พนักงานแต่งกายสุภาพ** | 2.36 (ปานกลาง) | 2.56 (มาก) | 2.77 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.60 (มาก) | 2.90 (มาก) | **2.66 (มาก)** |
| **รวม** | **2.55** (มาก) | **2.67** (มาก) | **2.80** (มาก) | **2.75** (มาก) | **2.57** (มาก) | **2.98** (มาก) | **2.72 (มาก)** |

ที่มา: จากการศึกษา

### 5.3.6 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 อันดับสองคือ มีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 อันดับสามคือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ รองลงมาคือ มีวัสดุ อุปกรณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พร้อมสำหรับการให้บริการ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย และที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย และมีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ อันดับถัดมาคือ ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้ บริการ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ รองลงมาคือ มีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย และที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุด 3 ปัจจัย เท่ากัน คือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และมีวัสดุอุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ รองลงมาคือ ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ มีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ และที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ มีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการให้บริการ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ สถานที่ให้ บริการมีความสะอาด เรียบร้อย และที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.13

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.13** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

| อาชีพ / ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **สถานที่ให้บริการมีความสะอาด** | 2.50 (ปานกลาง) | 2.65 (มาก) | 2.68 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.60 (มาก) | 2.80 (มาก) | **2.66 (มาก)** |
| **ทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการ** | 2.64 (มาก) | 2.67 (มาก) | 2.80 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.54 (มาก) | 2.90 (มาก) | **2.72 (มาก)** |
| **มีวัสดุ อุปกรณ์พร้อมสำหรับการ** | 2.54 (มาก) | 2.65 (มาก) | 2.72 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.90 (มาก) | **2.68 (มาก)** |
| **ที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ** | 2.36 (ปานกลาง) | 2.25 (ปานกลาง) | 2.27 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.36 (ปานกลาง) | 2.70 (มาก) | **2.41 (ปานกลาง)** |
| **รวม** | **2.51** (มาก) | **2.56** (มาก) | **2.62** (มาก) | **2.69** (มาก) | **2.50** (ปานกลาง) | **2.83** (มาก) | **2.62 (มาก)** |

ที่มา: จากการศึกษา

**5.3.7 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ** ที่มีผลผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

ผลการประเมิน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เป็นอันดับหนึ่งคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 อันดับสองคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 อันดับสามคือ ให้บริการแบบ One Stop Service มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา รองลงมาคือ ให้บริการแบบ One Stop Service ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา รองลงมาคือ ให้บริการแบบ One Stop Service ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง รองลงมาคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา ให้บริการแบบ One Stop Service และความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ

กลุ่มเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา และให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง รองลงมาคือ ให้บริการแบบ One Stop Service และความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ ตามลำดับ

กลุ่มนักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ให้บริการแบบ One Stop Service รองลงมาคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา ความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ และให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุดคือ ให้บริการแบบ One Stop Service รองลงมาในอันดับที่เท่ากันคือ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวนฯ ดังแสดงในตารางที่ 5.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.14** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ด้านกระบวนการ | พนักงานข้าราชการ/ ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ธุรกิจส่วนตัว/ ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | พนักงานบริษัทเอกชน ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | เกษตรกร ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | นักศึกษา ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | อื่นๆ ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **ได้รับสินค้าตรงตามเวลา** | 2.60 (มาก) | 2.67 (มาก) | 2.67 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.44 (ปานกลาง) | 2.70 (มาก) | **2.64 (มาก)** |
| **ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง** | 2.46 (ปานกลาง) | 2.55 (มาก) | 2.72 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.30 (ปานกลาง) | 2.70 (มาก) | **2.58 (มาก)** |
| **ให้บริการแบบ One Stop Service** | 2.55 (มาก) | 2.62 (มาก) | 2.52 (มาก) | 2.00 (ปานกลาง) | 2.54 (มาก) | 2.80 (มาก) | **2.51 (มาก)** |
| **ความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวน ชดใช้** | 2.29 (ปานกลาง) | 2.33 (ปานกลาง) | 2.30 (ปานกลาง) | 2.00 (ปานกลาง) | 2.40 (ปานกลาง) | 2.70 (มาก) | **2.34 (ปานกลาง)** |
| **รวม** | **2.48** (ปานกลาง) | **2.54** (มาก) | **2.55** (มาก) | **2.38** (ปานกลาง) | **2.42** (ปานกลาง) | **2.73** (มาก) | **2.52 (มาก)** |

ที่มา: จากการศึกษา

**5.3.8 ประเมินโดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน** ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

ผลการประเมินอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ อันดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

กลุ่มเกษตรกร ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

กลุ่มนักศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.15** แสดงระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ

| อาชีพ / ปัจจัยส่วนประสมทางการ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่นๆ | รวม |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** | 2.48 (ปานกลาง) | 2.53 (มาก) | 2.48 (ปานกลาง) | 2.69 (มาก) | 2.38 (ปานกลาง) | 2.55 (มาก) | **2.52 (มาก)** |
| **ปัจจัยด้านราคา** | 2.16 (ปานกลาง) | 2.19 (ปานกลาง) | 2.12 (ปานกลาง) | 2.13 (ปานกลาง) | 2.18 (ปานกลาง) | 2.03 (ปานกลาง) | **2.14 (ปานกลาง)** |
| **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** | 2.49 (ปานกลาง) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.48 (ปานกลาง) | 2.31 (ปานกลาง) | 2.45 (ปานกลาง) | 2.58 (มาก) | **2.47 (ปานกลาง)** |
| **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** | 1.98 (ปานกลาง) | 1.94 (ปานกลาง) | 2.13 (ปานกลาง) | 1.90 (ปานกลาง) | 2.02 (ปานกลาง) | 2.14 (ปานกลาง) | **2.02 (ปานกลาง)** |
| **ปัจจัยด้านบุคลากร** | 2.55 (มาก) | 2.67 (มาก) | 2.80 (มาก) | 2.75 (มาก) | 2.57 (มาก) | 2.98 (มาก) | **2.72 (มาก)** |
| **ปัจจัยด้านนำเสนอ** | 2.51 (มาก) | 2.56 (มาก) | 2.62 (มาก) | 2.69 (มาก) | 2.50 (ปานกลาง) | 2.83 (มาก) | **2.62 (มาก)** |
| **ปัจจัยด้านกระบวนการ** | 2.48 (ปานกลาง) | 2.54 (มาก) | 2.55 (มาก) | 2.38 (ปานกลาง) | 2.42 (ปานกลาง) | 2.73 (มาก) | **2.52 (มาก)** |

ที่มา: จากการศึกษา

## 5.4 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### 5.4.1 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านผลิตภัณฑ์

ผลการประเมินความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ โดยมีคะแนนรวม 646 อันดับสองคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยมีคะแนนรวม 591 อันดับสามคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีคะแนนรวม 394 และอันดับที่สี่คือ มีบริการพิเศษ ควบคู่กับบริการ EMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ มีคะแนนรวม 376 ดังแสดงในตารางที่ 5.16

**ตารางที่ 5.16 แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง**

| ด้านผลิตภัณฑ์ | คะแนนรวม | อันดับ |
|---|---|---|
| ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ | 591 | 2 |
| คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ | 646 | 1 |
| มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการ EMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ | 376 | 4 |
| มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย | 394 | 3 |

ที่มา: จากการศึกษา

จากการประเมินเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ อันดับสองคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ อันดับสามคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และอันดับที่สี่คือ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการEMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ อันดับสองคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ อันดับสามคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และอันดับที่สี่คือ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการEMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ อันดับสองคือ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ อันดับสามคือ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการ EMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ และอันดับที่สี่คือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

กลุ่มเกษตรกร มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการEMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ และอันดับสองคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ อันดับสองคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ อันดับสามคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และอันดับที่สี่คือ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการEMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ อันดับสองคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ อันดับสามคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และอันดับที่สี่ คือ มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการEMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ ดังแสดงในตารางที่ 5.17

**ตารางที่ 5.17** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| ด้านผลิตภัณฑ์ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) |
| **ชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ** | 252 (2) | 100 (2) | 128 (1) | 8 (1) | 83 (2) | 20 (2) |
| **คุณภาพของบริการตรงตามที่ต้องการ** | 262 (1) | 121 (1) | 126 (2) | 8 (1) | 106 (1) | 23 (1) |
| **มีบริการพิเศษควบคู่กับบริการ EMS เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ** | 144 (4) | 68 (4) | 90 (3) | 8 (1) | 63 (4) | 3 (4) |
| **มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย** | 155 (4) | 75 (3) | 77 (4) | 2 (2) | 73 (3) | 12 (3) |

ที่มา: จากการศึกษา

**5.4.2 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านราคา**

ผลการประเมินความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ โดยมีคะแนนรวม 724 อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง โดยมีคะแนนรวม 532 อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ โดยมีคะแนนรวม 409 และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า มีคะแนนรวม 303 ดังแสดงในตารางที่ 5.18

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.18 แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง**

| ด้านราคา (Price) | คะแนนรวม | อันดับ |
|---|---|---|
| อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ | 724 | 1 |
| อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง | 532 | 2 |
| อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ | 409 | 3 |
| การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า | 303 | 4 |

ที่มา: จากการศึกษา

จากการประเมินเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

กลุ่มเกษตรกร มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และการให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ อันดับสองคือ อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง อันดับสามคือ อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ และอันดับที่สี่คือ การให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า ดังแสดงในตารางที่ 5.19

**ตารางที่ 5.19** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านราคา จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| ด้านราคา | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) |
| อัตราค่าบริการกำหนดตามพิกัดน้ำหนักของสิ่งของ | 294 (1) | 137 (1) | 149 (1) | 13 (1) | 109 (1) | 22 (1) |
| อัตราค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายต่อกล่อง | 199 (2) | 103 (2) | 111 (2) | 8 (2) | 92 (2) | 19 (2) |
| อัตราค่าบริการมีความยืดหยุ่นต่อรองได้ | 150 (3) | 65 (3) | 95 (3) | 6 (3) | 81 (3) | 12 (3) |
| การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า | 138 (4) | 46 (4) | 57 (4) | 6 (3) | 44 (4) | 8 (3) |

ที่มา : จากการศึกษา

**5.4.3 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผลการประเมินความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีคะแนนรวม 708 อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า โดยมีคะแนนรวม 545 อันดับสามคือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า โดยมีคะแนนรวม 454 และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสารสิ่งของ มีคะแนนรวม 288 ดังแสดงในตารางที่ 5.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ตารางที่ 5.20** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่าง

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | คะแนนรวม | อันดับ |
|---|---|---|
| มีสถานที่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ | 708 | 1 |
| มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า | 454 | 3 |
| มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า | 545 | 2 |
| มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่า เพื่อความสะดวกในการรับเอกสารสิ่งของ | 288 | 4 |

ที่มา: จากการศึกษา

จากการประเมินเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ การมีสถานที่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสามคือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่า เพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสาม คือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสามคือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ

กลุ่มเกษตรกร มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสามคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ

กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสามคือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า และอันดับที่สี่คือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ มีสถานที่ ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อันดับสองคือ มีบริการจัดส่งสินค้า ณที่อยู่ของลูกค้า อันดับสามคือ มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่าเพื่อความสะดวกในการรับเอกสาร สิ่งของ และอันดับที่สี่คือ มีบริการรับฝาก ณที่อยู่ของลูกค้า ดังแสดงในตารางที่ 5.21

**ตารางที่ 5.21** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) |
| มีสถานที่ที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ | 277 (1) | 145 (1) | 139 (1) | 11 (1) | 114 (1) | 22 (1) |
| มีบริการรับฝาก ณ ที่อยู่ของลูกค้า | 187 (3) | 81 (3) | 95 (3) | 9 (2) | 77 (3) | 5 (4) |
| มีบริการจัดส่งสินค้า ณ ที่อยู่ของลูกค้า | 234 (2) | 89 (2) | 107 (2) | 6 (3) | 86 (2) | 23 (2) |
| มีบริการตู้ไปรษณีย์เช่า เพื่อความสะดวกในการรับเอกสารสิ่งของ | 104 (4) | 50 (4) | 70 (4) | 4 (4) | 45 (4) | 15 (3) |

ที่มา: จากการศึกษา

**5.4.4 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านกระบวนการ**

ผลการประเมินความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ การได้รับสินค้าตรงตามเวลา โดยมีคะแนนรวม 715 อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service โดยมีคะแนนรวม 501 อันดับสามคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง โดยมีคะแนนรวม 451 และอันดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่สี่คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนการสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย มีคะแนนรวม 340 ดังแสดงในตารางที่ 5.22

**ตารางที่ 5.22** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านกระบวนการของกลุ่มตัวอย่าง

| ด้านกระบวนการ (Process) | คะแนนรวม | อันดับ |
|---|---|---|
| ได้รับสินค้าตรงเวลา | 715 | 1 |
| ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝาก | 451 | 3 |
| ให้บริการแบบ One Stop Service | 501 | 2 |
| ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย | 340 | 4 |

ที่มา: จากการศึกษา

จากการประเมินเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ ได้แก่ พนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร นักศึกษา และอื่นๆ พบว่า

กลุ่มพนักงานข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสามคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และอันดับที่สี่คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย

กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสามคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และอันดับที่สี่คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสาม คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย

กลุ่มเกษตรกร มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสามคือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย อันดับที่สี่คือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง

กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสามคือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง และอันดับที่สี่คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อ ได้รับสินค้าตรงตามเวลา อันดับสองคือ ให้บริการแบบ One Stop Service อันดับสามคือ ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวน ชดใช้ค่าเสียหาย และอันดับที่สี่คือ ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง ดังแสดงในตารางที่ 5.23

**ตารางที่ 5.23** แสดงอันดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศด้านกระบวนการ จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ

| ด้านกระบวนการ | พนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | พนักงานบริษัทเอกชน | เกษตรกร | นักศึกษา | อื่น ๆ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) | คะแนน (แปลผล) |
| ได้รับสินค้าตรงเวลา | 291 (1) | 133 (1) | 140 (1) | 9 (1) | 118 (1) | 24 (1) |
| ให้บริการหุ้มห่อสิ่งของที่ฝากส่ง | 197 (3) | 72 (3) | 97 (2) | 4 (4) | 76 (3) | 5 (4) |
| มีบริการแบบ One Stop Service | 206 (2) | 92 (2) | 97 (2) | 7 (2) | 80 (2) | 19 (2) |
| ความรวดเร็วในขั้นตอนสอบสวนชดใช้ค่าเสียหาย | 128 (4) | 66 (4) | 81 (3) | 5 (3) | 50 (4) | 10 (3) |

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved