

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจและเอกชน ได้พยายามขยายขอบเขตการให้บริการแก่ประชาชนในด้านต่างๆมากขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับการพัฒนาของเทคโนโลยีและการแข่งขันที่มากขึ้น การสื่อสารแห่งประเทศไทยในส่วนของด้านบริการไปรษณีย์ได้มุ่งเน้นที่จะอำนวยความสะดวกด้านบริการให้กับประชาชน เพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายตลาดและเพิ่มรายได้และขยายตลาด (ประเทือง บุญเจือ, 2545) ระบบงานเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ (Counter Automation Point of Sale : CA POS) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้ถูกนำมาใช้ในบริการไปรษณีย์ทั่วประเทศ 1,150 แห่ง ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงานและการให้บริการที่รวดเร็ว ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการไปรษณีย์และบริการการเงินได้อย่างครบวงจรภายในเคาน์เตอร์เดียว และได้มีการขยายการให้บริการ โดยร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนเปิดรับชำระค่าบริการต่างๆ ณ เคาน์เตอร์ไปรษณีย์ทั่วประเทศ (PAY at POST) อาทิเช่น รับชำระเงินค่าใช้บริการให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ รับชำระภาษีรถประจำปี รับชำระค่าเบี้ยประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 รับชำระค่าปรับจราจร และรับชำระค่าขอวีซ่าเข้าประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น (<http://www.cat.or.th>, 2545) เพื่อตอบสนองความต้องการและกระแสพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค

ในส่วนของสำนักงานไปรษณีย์ในจังหวัดเชียงใหม่มีที่ทำการไปรษณีย์ทั้งหมด 36 แห่ง ที่ได้มีการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์ไปรษณีย์โดยรับชำระค่าบริการเกือบครบทุกรายการ เช่น รับชำระเงินค่าใช้บริการให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ รับชำระภาษีรถประจำปี รับชำระค่าเบี้ยประกันภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 และรับชำระค่าปรับจราจร ยกเว้นในส่วนของการรับชำระค่าขอวีซ่าเข้าประเทศสหรัฐอเมริกา ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้าและค่าโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเท่านั้น โดยเริ่มพร้อมกับส่วนกลางที่กรุงเทพมหานครตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 จนถึงปัจจุบัน (<http://www.cat.or.th>, 2545)

ปัจจุบันหน่วยงานเอกชนหลายแห่งได้มีการให้บริการรับชำระค่าบริการต่างๆผ่านเคาน์เตอร์ในลักษณะข้างต้นมากขึ้น เช่น ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ (C.P.GROUP) โดยบริษัทฯ เป็นศูนย์กลางประสานงานระหว่าง

องค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการเป็นศูนย์บริการรับชำระเงิน โดยในปัจจุบันมีทั้งสิ้น 1,178 สาขาในประเทศไทย หน่วยงานที่เข้าร่วม เช่น 7-Eleven ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าชั้นนำและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นต้น (<http://www.counterservice.co.th>, 2545) ส่วนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีหน่วยงานที่ให้บริการดังกล่าวทั้งสิ้น 69 แห่ง โดยแบ่งเป็น ธนาคารพาณิชย์ 58 แห่ง (ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ก) 7-Eleven 9 แห่ง และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ 2 แห่ง (<http://www.counterservice.co.th>, 2545) ในขณะที่ทำการไปรษณีย์ที่ให้บริการมีเพียง 11 แห่ง (<http://www.cat.or.th>, 2545) ทำให้มีการแข่งขันสูงและผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่มีอยู่ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยลดน้อยลง จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจจะศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลที่ศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดจนหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการรับชำระเงินของผู้ใช้บริการผ่านทางไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาต่างๆที่เกิดจากการให้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการไปรษณีย์ในการวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานด้านการพัฒนาการบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## นิยามศัพท์

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่เข้าใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ (PAY at POST) หมายถึง การอำนวยความสะดวกในการบริการรับชำระเงินค่าบริการต่างๆ ณ เคาน์เตอร์ที่ทำการไปรษณีย์ แทนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่พอใจหรือไม่พอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบของผู้ใช้บริการภายหลังที่ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ว่าเป็นไปตามที่ผู้ใช้บริการได้คาดหวังไว้ในด้านปัจจัยต่างที่เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการหรือไม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ