

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 – 9)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ไปรษณีย์ของที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 10 – 16)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการไปรษณีย์หางดง (ตารางที่ 17 - 23)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ของที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า (ตารางที่ 24 – 37)

4.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ (ตารางที่ 24 – 30)

4.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสินค้า (ตารางที่ 31 – 37)

ส่วนที่ 5 ปัญหาการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์หางดง จำแนกตามเพศ และประเภทธุรกิจ (ตารางที่ 38 – 51)

5.1 ปัญหาการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์หางดง จำแนกตามประเภทธุรกิจ (ตารางที่ 38 – 44)

5.2 ปัญหาการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์หางดง จำแนกตามประเภทสินค้า (ตารางที่ 45 – 51)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	108	35.0
หญิง	201	65.0
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.0 เพศชาย ร้อยละ 35.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

ประเภทของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	273	88.3
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	-	-
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	25	8.1
บริษัทจำกัด	11	3.6
อื่นๆ	-	-
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของสถานประกอบการ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มากที่สุด ร้อยละ 88.3 ห้างหุ้นส่วน จำกัด ร้อยละ 8.1 และบริษัท จำกัด ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของประเภทสินค้าที่จำหน่าย

ประเภทสินค้าที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	253	81.9
เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	42	13.6
ของฝากของที่ระลึก	14	4.5
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทสินค้าที่จำหน่ายมากที่สุด ประเภทผลิตภัณฑ์ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 81.9 รองลงมา คือผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ร้อยละ 13.6 และผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ

วิธีการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่ง	8	2.6
ขายปลีก	9	2.9
ขายทั้งส่งและปลีก	292	94.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วิธีการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ คือ ขายทั้งส่งและปลีก ร้อยละ 94.5 ขายปลีก ร้อยละ 2.9 และขายส่ง ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางคง

ประเภทของการบริการไปรษณีย์	จำนวน	ร้อยละ
EMS	184	59.5
จดหมาย	142	46.0
พัสดุไปรษณีย์ในประเทศ	98	31.7
พัสดุไปรษณีย์ต่างประเทศ	26	8.4
ของดีพิมพ์	0	0.0
ไปรษณีย์บัตร	45	14.6
จดหมายอากาศ (AIRMAIL)	9	2.9
ส่งเงินธนาคาร	44	14.2
ส่งโทรเลข	9	2.9
ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	9	2.9
ชำระเงินค่าบริการทางไปรษณีย์	44	14.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 309 ราย

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของการใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางคง มากที่สุด คือ บริการส่ง EMS ร้อยละ 59.5 รองลงมาได้แก่ ส่งจดหมาย ร้อยละ 46.0 และส่งพัสดุไปรษณีย์ในประเทศ ร้อยละ 31.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหน่วยงานที่ใช้บริการ ฝากส่งสิ่งของ

หน่วยงานที่ใช้บริการฝากส่งสิ่งของ	จำนวน	ร้อยละ
รศพ. (องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์)	106	34.3
สายการบิน	72	23.3
รถไฟ	27	8.7
รถทัวร์	97	31.4
บริษัทขนส่งเอกชน	194	62.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 309 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการฝากส่งสิ่งของจากหน่วยงานบริษัทขนส่งเอกชน ร้อยละ 62.8 รองลงมาคือฝากส่งสิ่งของจากบริการของ รศพ. ร้อยละ 34.3 และฝากส่งสิ่งของจากบริการของรถทัวร์ ร้อยละ 23.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์

จำนวนค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	135	43.7
501 – 1,000 บาท	87	28.2
1,001-5,000 บาท	77	24.9
5,001-10,000 บาท	0	0.0
10,001-15,000 บาท	10	3.2
มากกว่า 15,001 บาท	0	0.0
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์มากที่สุด คือ ไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 43.7 รองลงมาจำนวน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 28.2 และจำนวน 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 24.9

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของกับหน่วยงานอื่นที่นอกเหนือจากที่ทำการไปรษณีย์

จำนวนค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	71	23.0
501 – 1,000 บาท	160	51.8
1,001-5,000 บาท	34	11.0
5,001-10,000 บาท	18	5.8
10,001-15,000 บาท	26	8.4
มากกว่า 15,001 บาท	0	0.0
รวม	309	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของกับหน่วยงานอื่นที่นอกเหนือจากที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 51.8 รองลงมา ไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 23.0 และ 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 11.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการ จากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการในการส่งสิ่งของมีความทนทาน แข็งแรง	62	20.1
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีขนาดและลักษณะตรงตามความ ต้องการในการใช้บรรจุสิ่งของฝากส่ง	89	28.8
มีบริการครบวงจรและหลากหลายตรงตามความต้องการ	79	25.6
มีการรับประกันความเสียหายและชดเชยกรณีสิ่งของที่ฝาก ส่งสูญหาย	107	34.6
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการไม่แพงและถูกกว่า บริการของเอกชน	107	34.6
อัตราค่าใช้จ่ายบริการมีความหลากหลายตามประเภทของ บริการ	54	17.5
อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม	115	37.2
ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์เป็นทางผ่านระหว่างเดินทาง เข้าเมือง	132	42.7
ใกล้บ้านหรือใกล้สถานประกอบการ	201	65.1
มีสถานที่จอดรถสะดวก	132	42.7
มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในท้องถิ่นทราบวิธีการ ให้บริการ	18	5.8
มีความสะดวกในการใช้บริการ	105	34.0
มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงประเภทการให้บริการ อย่างทั่วถึงและมีการให้ส่วนลดค่าบริการในบางกรณี	18	5.8
พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	36	11.7
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ	53	17.2
พนักงานให้บริการด้วยความรู้ และความชำนาญ น่าเชื่อถือ	45	14.6



ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการ จากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง (ต่อ)

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการแต่งกายของพนักงานเหมาะสม แสดงถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน	4	14.2
สถานที่ให้บริการสวยงามมีการจัดวางสิ่งของอุปกรณ์เครื่องใช้อย่างเป็นระเบียบ	0	0.0
ความรวดเร็วในการให้บริการ	51	16.5
มีขั้นตอนสะดวกในการใช้บริการ	61	19.7
มีระบบการทำงานที่น่าเชื่อถือ	54	17.5
อื่น	18	5.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 309 คน

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลที่มาใช้บริการจากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง เพราะใกล้บ้านหรือใกล้สถานประกอบการ ร้อยละ 65.1 รองลงมา ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์เป็นทางผ่านระหว่างเดินทางเข้าเอง และมีสถานที่จอดรถสะดวก เท่ากัน ร้อยละ 42.7 และ อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม ร้อยละ 37.2

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทางดง จังหวัด เชียงใหม่

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่ทำการไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรงตามความต้องการ	45 (14.6)	230 (74.4)	27 (8.7)	0 (0.0)	7 (2.3)	3.99 (มาก)
มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล้อง ของ ไม้จันทน์หลากหลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการหุ้มห่อไว้บริการ	36 (11.7)	228 (73.8)	44 (14.2)	1 (.3)	0 (0.0)	3.97 (มาก)
บริการมีความหลากหลายสามารถใช้บริการได้หลายประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการส่งของบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์	34 (11.0)	177 (57.3)	96 (31.1)	1 (.3)	1 (.3)	3.78 (มาก)
บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย	89 (28.8)	167 (54.0)	53 (17.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)
บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ	45 (14.6)	229 (74.1)	35 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)
มีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย	56 (18.2)	186 (60.2)	60 (19.4)	1 (.3)	6 (1.9)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา บรรจุกฎหมายที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และที่ทำการไปรษณีย์มีบริการตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่	64 (20.7)	175 (56.6)	52 (16.9)	0 (0.0)	18 (5.8)	3.86 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน	44 (14.2)	155 (50.2)	52 (16.8)	41 (13.3)	17 (5.5)	3.54 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการถูกกว่าบริการของเอกชน	45 (14.6)	167 (54.0)	70 (22.7)	18 (5.8)	9 (2.9)	3.72 (มาก)
มีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก	54 (17.5)	151 (48.9)	77 (24.9)	9 (2.9)	18 (5.8)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสมและคงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา อัตราค่าธรรมเนียมที่ให้บริการถูกกว่าบริการของเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์อยู่ ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	87 (28.2)	159 (51.5)	60 (19.4)	3 (0.9)	0 (0.0)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน สะดวกในการติดต่อ	78 (25.2)	159 (51.5)	70 (22.7)	2 (.6)	0 (0.0)	4.01 (มาก)
มีช่องให้บริการหลายช่อง	26 (8.4)	117 (37.9)	138 (44.7)	28 (9.0)	0 (0.0)	3.46 (น้อย)
มีการให้บริการในวันและเวลา ที่เหมาะสม	27 (8.7)	185 (59.9)	88 (28.5)	0 (0.0)	9 (2.9)	3.71 (มาก)
สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	18 (5.9)	176 (57.0)	61 (19.7)	27 (8.7)	27 (8.7)	3.42 (น้อย)
ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวาง ครอบคลุมทั่วประเทศและต่าง ประเทศ	54 (17.5)	183 (59.2)	53 (17.2)	10 (3.2)	9 (2.9)	3.85 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกและ เพียงพอ	52 (16.8)	192 (62.1)	54 (17.5)	2 (.6)	9 (2.9)	3.89 (มาก)
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูล ทางอินเทอร์เน็ตได้	37 (12.0)	137 (44.3)	52 (16.8)	39 (12.6)	44 (14.3)	3.27 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.71 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งของไปรษณีย์อยู่ในที่สะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาสถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์	10 (3.3)	106 (34.3)	149 (48.2)	27 (8.7)	17 (5.5)	3.21 (น้อย)
มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ	9 (2.9)	105 (34.0)	106 (34.3)	71 (23.0)	18 (5.8)	3.05 (น้อย)
มีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารการให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง	9 (2.9)	98 (31.7)	115 (37.2)	78 (25.3)	9 (2.9)	3.06 (น้อย)
มีความต่อเนื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	18 (5.8)	99 (32.0)	114 (36.9)	60 (19.5)	18 (5.8)	3.13 (น้อย)
มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	80 (25.9)	124 (40.1)	87 (28.2)	0 (0.0)	18 (5.8)	2.86 (น้อย)
มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบวงเงินที่กำหนด	11 (3.6)	71 (23.0)	108 (35.0)	67 (21.6)	52 (16.8)	2.75 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมา มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ มีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	8 (2.6)	140 (45.2)	114 (36.9)	11 (3.6)	36 (11.7)	3.24 (น้อย)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและ ความสามารถ	18 (5.8)	184 (59.6)	89 (28.8)	1 (.3)	17 (5.5)	3.60 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	19 (6.2)	175 (56.6)	97 (31.4)	1 (.3)	17 (5.5)	3.58 (มาก)
พนักงานให้บริการแก่ลูกค้า อย่างเสมอภาค	26 (8.4)	183 (59.2)	72 (23.3)	10 (3.3)	18 (5.8)	3.61 (มาก)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความ เป็นกันเอง พุดจาติ ชี้มเข้มแข็งไม่ใส	35 (11.3)	140 (45.3)	107 (34.7)	1 (.3)	26 (8.4)	3.51 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่ง กายเหมาะสม	46 (14.9)	188 (60.8)	36 (11.7)	23 (7.4)	16 (5.2)	3.73 (มาก)
พนักงานเข้าใจความต้องการ ลูกค้าและสนใจตอบสนอง	35 (11.3)	174 (56.3)	71 (23.0)	12 (3.9)	17 (5.5)	3.64 (มาก)
พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับ ขั้นตอนในการทำงาน และ เงื่อนไขต่างๆ ได้ชัดเจน	27 (8.8)	133 (43.0)	114 (36.9)	18 (5.8)	17 (5.5)	3.44 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.54 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนใจตอบสนอง (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ภายในที่ทำการ ไปรษณีย์มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	9 (2.9)	175 (56.6)	105 (34.0)	11 (3.6)	9 (2.9)	3.53 (มาก)
ภายในที่ทำการ ไปรษณีย์มีบรรยากาศที่ดีตกแต่ง ทันสมัยและสวยงาม	9 (2.9)	98 (31.7)	165 (53.5)	19 (6.1)	18 (5.8)	3.20 (น้อย)
มีป้ายสัญลักษณ์ของ ไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย	36 (11.7)	199 (64.4)	43 (13.9)	4 (1.3)	27 (8.7)	3.69 (มาก)
ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้าย สัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบ ไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน	27 (8.7)	158 (51.2)	95 (30.7)	11 (3.6)	18 (5.8)	3.53 (มาก)
ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ	53 (17.2)	184 (59.5)	43 (13.9)	11 (3.6)	18 (5.8)	3.79 (มาก)
เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงาน มีความเหมาะสมและพร้อมเพียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน	27 (8.7)	211 (68.4)	35 (11.3)	18 (5.8)	18 (5.8)	3.68 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ใ้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ/มีห้องน้ำที่สะอาด ใ้คอยให้บริการ	45 (14.6)	113 (36.6)	114 (36.9)	28 (9.0)	9 (2.9)	3.51 (มาก)
ภายในสถานที่ทำการ ไปรษณีย์มีความสะอาด	27 (8.7)	203 (65.8)	68 (22.0)	2 (0.6)	9 (2.9)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.59 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสมสะดวก สบายในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ มีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.69)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีคำอธิบายกระบวนการและวิธีการให้บริการแต่ละประเภทไว้อย่างชัดเจน	26 (8.4)	142 (46.0)	106 (34.3)	9 (2.9)	26 (8.4)	3.43 (น้อย)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	10 (3.2)	200 (64.7)	62 (20.1)	21 (6.8)	16 (5.2)	3.54 (มาก)
มีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	18 (5.8)	176 (57.0)	80 (25.9)	27 (8.7)	8 (2.6)	3.55 (มาก)
ขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	18 (5.8)	183 (59.2)	71 (23.0)	20 (6.5)	17 (5.5)	3.53 (มาก)
จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	9 (2.9)	129 (41.8)	116 (37.5)	38 (12.3)	17 (5.5)	3.24 (น้อย)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้	17 (5.5)	193 (62.5)	80 (25.9)	11 (3.5)	8 (2.6)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาเป็นการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.55) และเอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการเหมาะสมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

### ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการไปรษณีย์ทางดง

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
บริการ ไม่ครบถ้วน ไม่ตรงความต้องการ	0 (0.0)	71 (23.0)	142 (46.0)	43 (13.9)	53 (17.1)	2.75 (น้อย)
ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้	34 (11.0)	51 (16.5)	125 (40.5)	35 (11.3)	64 (20.7)	2.86 (น้อย)
มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ของ ไร่จำหน่ายไม่หลากหลาย และ ไม่มีบริการหุ้มห่อ	9 (2.9)	70 (22.7)	97 (31.4)	72 (23.3)	61 (19.7)	2.66 (น้อย)
บริการไม่มีความหลากหลาย ใช้บริการได้จำกัด	16 (5.2)	45 (14.6)	116 (37.5)	68 (22.0)	64 (20.7)	2.61 (น้อย)
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมและไม่ตรงกับสิ่งของที่ต้องการบรรจุ	17 (5.5)	54 (17.5)	90 (29.1)	69 (22.3)	79 (25.6)	2.55 (น้อย)
มีการรับประกันการสูญหายของสิ่งของที่ฝากส่งด้วยวงเงินที่ต่ำ/กรณีสิ่งของสูญหายเรียกเรื่องค่าเสียหายมีความยุ่งยาก	10 (3.2)	52 (16.8)	105 (34.0)	63 (20.4)	79 (25.6)	2.52 (น้อย)
บริการไม่เป็นที่น่าเชื่อถือและไม่มีความชำนาญ	8 (2.6)	38 (12.3)	125 (40.5)	43 (13.9)	95 (30.7)	3.42 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.66 (น้อย)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคง โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.66) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้ (ค่าเฉลี่ย 2.86) รองลงมา บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.75) และมีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่องซอง ไว้จำหน่ายไม่หลากหลายและไม่มีบริการหุ้มห่อ (ค่าเฉลี่ย 2.66)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ด้านราคา (Price)	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่	18 (5.8)	46 (14.9)	122 (39.5)	35 (11.3)	88 (28.5)	2.58 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	44 (14.2)	44 (14.2)	106 (34.3)	26 (8.4)	89 (28.8)	2.77 (น้อย)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการแพงกว่าบริการของเอกชน	28 (9.1)	27 (8.7)	106 (34.3)	25 (8.1)	123 (39.8)	2.39 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.58 (น้อย)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.58) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย คือ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมา อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.58)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ ในจุดที่ไม่สะดวก	7 (2.2)	24 (7.8)	115 (37.2)	29 (9.4)	134 (43.4)	2.16 (น้อยที่สุด)
สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานไม่ สะดวกในการติดต่อ	12 (3.9)	53 (17.2)	106 (34.3)	44 (14.2)	94 (30.4)	2.50 (น้อย)
มีช่องสำหรับให้บริการน้อยไม่ เพียงพอที่จะให้บริการ	21 (6.8)	52 (16.8)	131 (42.5)	19 (6.1)	86 (27.8)	2.69 (น้อย)
วันและเวลาในการให้บริการไม่ เหมาะสม	12 (3.9)	44 (14.2)	115 (37.3)	26 (8.4)	112 (36.2)	2.41 (น้อยที่สุด)
ไม่สามารถติดต่อขอใช้บริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	18 (5.8)	51 (16.5)	106 (34.3)	29 (9.4)	101 (34.0)	2.50 (น้อย)
ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ ได้	25 (8.0)	77 (24.9)	70 (22.7)	29 (9.4)	108 (35.0)	2.62 (น้อย)
มีสถานที่จอดรถไม่สะดวกและ ไม่เพียงพอ	14 (4.5)	12 (3.9)	132 (42.7)	42 (13.6)	109 (35.3)	2.29 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.45 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.45) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ มีช่องทางสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.69) รองลงมา ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 2.62) สถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ และไม่สามารถติดต่อขอใช้บริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การจัดนิทรรศการไม่มีความ น่าสนใจ	19 (6.1)	92 (29.8)	96 (31.1)	22 (7.1)	80 (25.9)	2.83 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดย การใช้แผ่นพับ	51 (16.5)	101 (32.8)	52 (16.8)	31 (10.0)	74 (23.9)	3.08 (น้อย)
สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้ง ข่าวสารการให้บริการไม่ เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	63 (20.4)	105 (34.0)	59 (19.0)	19 (6.1)	63 (20.4)	3.28 (น้อย)
ไม่มีความต่อเนื่องของการ โฆษณาประชาสัมพันธ์	36 (11.7)	102 (33.0)	62 (20.1)	54 (17.5)	55 (17.8)	3.03 (น้อย)
ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออก ไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ ประกอบการหรือร้านค้าของ ลูกค้า	53 (17.2)	115 (37.2)	34 (11.0)	44 (14.2)	63 (20.4)	3.17 (น้อย)
ไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อ ใช้บริการครบเงินที่กำหนด	46 (14.9)	96 (31.0)	68 (22.0)	36 (11.7)	63 (20.4)	3.08 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.08 (น้อย)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) และไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบวงเงินที่กำหนด และไม่มี การประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ปัญหาด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษา เข้าใจยาก	1 (.3)	71 (23.0)	134 (43.4)	8 (2.6)	95 (30.7)	2.60 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ และไม่มีความสามารถเพียงพอ	0 (0.0)	47 (15.2)	142 (46.0)	42 (13.6)	78 (25.2)	2.51 (น้อย)
พนักงานไม่ความน่าเชื่อถือ	0 (0.0)	62 (20.1)	107 (34.6)	51 (16.5)	89 (28.8)	2.46 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงาน ไม่เสมอภาค	0 (0.0)	45 (14.6)	106 (34.3)	69 (22.3)	89 (28.8)	2.35 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และ ความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไม่สุภาพ	11 (3.6)	37 (12.0)	114 (36.9)	59 (19.0)	88 (28.5)	2.43 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบการแต่งกายของ พนักงานไม่เหมาะสมทำให้ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม	0 (0.0)	27 (8.7)	97 (31.5)	86 (27.8)	99 (32.0)	2.17 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของ ลูกค้า	0 (0.0)	70 (22.7)	71 (23.0)	60 (19.3)	108 (35.9)	2.33 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่สนใจตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	9 (2.9)	62 (20.0)	106 (34.3)	24 (7.8)	108 (35.0)	2.48 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่อธิบายถึงลำดับขั้นตอน ในการทำงานให้ชัดเจน	17 (5.5)	46 (14.9)	96 (31.1)	51 (16.5)	99 (32.0)	2.45 (น้อยที่สุด)
พนักงานอธิบายเงื่อนไขต่างๆ ไม่ชัดเจน	17 (5.5)	38 (12.3)	113 (36.6)	35 (11.3)	106 (34.3)	2.43 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.42 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.42) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก (ค่าเฉลี่ย 2.60) พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.51)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ปัญหาด้านทางลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็น ไม่ชัดเจน	0 (0.0)	35 (11.3)	115 (37.3)	61 (19.7)	98 (31.7)	2.28 (น้อยที่สุด)
เครื่องมือและอุปกรณ์ ภายใน สำนักงานที่ทำการไปรษณีย์ไม่ทันสมัย	9 (2.9)	27 (8.7)	124 (40.2)	50 (16.2)	99 (32.0)	2.34 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในที่ทำการ ไปรษณีย์ไม่มีการตกแต่งไม่ทันสมัยและไม่สวยงาม	10 (3.2)	18 (5.8)	115 (37.2)	68 (22.0)	98 (31.8)	2.27 (น้อยที่สุด)
ภายในไปรษณีย์ไม่มีความเป็น ระเบียบเรียบร้อยเช่น การจัดวาง อุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เอกสาร ของใช้บริการ วิธีการ บริการ จัดวางไม่เป็นระเบียบ เกะกะกีดขวางการใช้บริการ	0 (0.0)	36 (11.7)	115 (37.1)	33 (10.7)	125 (40.5)	2.20 (น้อยที่สุด)
ขนาดของสถานที่ให้บริการไม่ เหมาะสมและไม่สะดวกต่อการ ใช้บริการ	0 (0.0)	27 (8.7)	116 (37.5)	41 (13.3)	125 (40.5)	2.15 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ	18 (5.8)	58 (18.8)	89 (28.8)	45 (14.6)	99 (32.0)	2.52 (น้อย)
ที่ทำการไปรษณีย์มีสถานที่ให้ บริการไม่สะอาด	0 (0.0)	12 (3.9)	144 (45.3)	44 (14.2)	113 (36.6)	2.17 (น้อยที่สุด)



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เครื่องแบบการแต่งกายของ พนักงานไม่เหมาะสมไม่พร้อม เพียงกัน ไม่แสดงออกถึงเอก ลักษณะของหน่วยงาน	1 (.3)	43 (13.9)	98 (31.7)	43 (13.9)	124 (40.0)	2.20 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงานไม่ แม่นยำ มีข้อผิดพลาดบ่อย	1 (0.3)	19 (6.1)	123 (39.8)	42 (13.6)	124 (40.0)	2.13 (น้อยที่สุด)
พนักงานขาดความระมัดระวัง และขาดการเอาใจใส่ต่อสิ่งของที่ ฝากส่ง ทำให้ผู้ใช้บริการวิตก กังวลเกรงสิ่งของจะแตกหักเสีย หาย	17 (5.5)	20 (6.5)	122 (39.5)	34 (11.0)	116 (37.5)	2.31 (น้อยที่สุด)
มีระยะเวลาในการรอใช้บริกา รนาน	26 (8.4)	63 (20.4)	96 (31.1)	42 (13.6)	82 (26.5)	2.71 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.30 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.30) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ มีระยะเวลาในการรอใช้บริกา รนาน (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมา ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้ บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.52)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละประเภทไม่ชัดเจน	17 (5.5)	52 (16.8)	79 (25.6)	54 (17.5)	107 (34.6)	2.41 (น้อยที่สุด)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการไม่เหมาะสมยุ่งยากซับซ้อน	9 (2.9)	36 (11.7)	105 (34.0)	35 (11.3)	124 (40.1)	2.26 (น้อยที่สุด)
ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	50 (16.2)	34 (10.0)	97 (31.5)	18 (5.8)	110 (35.6)	2.66 (น้อย)
การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยากซับซ้อน	32 (10.4)	60 (19.4)	70 (22.7)	27 (8.7)	120 (38.8)	2.54 (น้อย)
พนักงานมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	35 (11.3)	51 (16.6)	89 (28.8)	35 (11.3)	99 (32.0)	2.64 (มาก)
การทำงานของพนักงานผิดพลาดบ่อย ระบบการทำงานไม่ถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ	0 (0.0)	45 (14.6)	105 (34.0)	52 (16.8)	107 (34.6)	2.28 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม						2.47 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.47) โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.66) พนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.64) รองลงมาการให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.54)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางดง จังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า

41 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางดง จังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการ  
ตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ทำการไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรง ตามความต้องการ	4.07 (มาก)	3.22 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ของ ไว้จำหน่ายหลากหลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการหุ้มห่อไว้บริการ	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
บริการมีความหลากหลายสามารถใช้บริการ ได้หลายประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการ ส่งของบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและ ปลอดภัย	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่ง ของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มี ขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้ บรรจุสิ่งของ	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝาก ส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าทุกประเภทกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย มากกว่า ด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล้อง ซอง ไม้จ้ำหนาย หลากหลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการหุ้มห่อไว้บริการ บริการมีความหลากหลายสามารถใช้บริการได้หลายประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการส่งของบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย บรรจุกฎภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของ ที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ และมีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรงตามความต้องการ มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล้อง ซอง ไม้จ้ำหนายหลากหลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการหุ้มห่อไว้บริการ บริการมีความหลากหลายสามารถใช้บริการได้หลายประเภทในสถานที่ เดียว เช่น บริการส่งของบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและ ปลอดภัย บรรจุกฎภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ และมีการประกันความเสียหายของสิ่ง ของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการ ที่ชัดเจน	3.56 (มาก)	3.26 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.54 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ถูกกว่าบริการของเอกชน	3.84 (มาก)	2.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
มีความหลากหลายของระดับราคาตาม ประเภทของบริการที่เลือก	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.95 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการถูกกว่าของเอกชน และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการให้บริการ	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)	3.78 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ	4.01 (มาก)	4.33 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.01 (มาก)
มีช่องให้บริการหลายช่อง	3.52 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.46 (น้อย)
มีการให้บริการในวันและเวลาที่เหมาะสม	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)
สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	3.41 (น้อย)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.42 (น้อย)
ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้	3.35 (น้อย)	2.33 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.27 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าทุกประเภทกิจการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ และสถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการในวันและเวลาที่เหมาะสม สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้ ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์	3.24 (น้อย)	2.67 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.21 (น้อย)
มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ	3.03 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.05 (น้อย)
มีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารการให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง	3.11 (น้อย)	2.67 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.06 (น้อย)
มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.14 (น้อย)	2.67 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.13 (น้อย)
มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	2.88 (น้อย)	2.67 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.86 (น้อย)
มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบวงเงินที่กำหนด	2.79 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.67 (มาก)	2.75 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.03 (น้อย)	2.61 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ มากกว่าด้านอื่น



ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่าง ถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.23 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.24 (น้อย)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความ สามารถ	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.59 (มาก)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.66 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกัน เอง พุดจาติ ชี้มเข็มแจ่มใส	3.54 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกาย เหมาะสม	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจ ตอบสนอง	3.69 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับขั้นตอนใน การทำงาน และเงื่อนไขต่างๆ ได้ชัดเจน	3.46 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.44 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56 (มาก)	3.25 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และ  
บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดให้  
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจตอบสนอง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พุดจาดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจตอบสนอง พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงาน และเงื่อนไขต่างๆ ได้ชัดเจน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภายในที่ทำการ ไปรษณีย์มีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.53 (มาก)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)
ภายในที่ทำการ ไปรษณีย์มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่ง ทันสมัยและสวยงาม	3.19 (น้อย)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.20 (น้อย)
มีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)
ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การ จัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และ เอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่าง เป็นระเบียบไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)
ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวก สบายในการใช้บริการ	3.82 (มาก)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)
รูปแบบการแต่งกายของพนักงานมีความ เหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึง เอกลักษณ์ของหน่วยงาน	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆไว้คอยบริการ ลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ/มี ห้องน้ำที่สะอาดไว้คอยให้บริการ	3.54 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)
ภายในสถานที่ทำการ ไปรษณีย์มีความ สะอาด	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.45 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวก สบายในการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในที่ทำการไปรษณีย์มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยภายในที่ทำการไปรษณีย์มีบรรยากาศที่คิดค่าง่าง ทันทสมัยและสวยงาม มีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวก สบายในการใช้บริการเครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงานมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆไว้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ/มีห้องน้ำที่สะอาดไว้คอยให้บริการ ภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้น ส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีคำอธิบายกระบวนการและวิธีการให้บริการ แต่ละประเภทไว้อย่างชัดเจน	3.52 (มาก)	2.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.43 (น้อย)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการ เหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.55 (มาก)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง	3.59 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)
ขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.60 (มาก)	2.67 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)
จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	3.27 (น้อย)	2.67 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.24 (น้อย)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือ ได้	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	2.95 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.49 (น้อย)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีคำอธิบายกระบวนการและวิธีการให้บริการแต่ละประเภทไว้อย่างชัดเจนเอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางดง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสินค้า

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่ง บ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่ทำการไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรง ตามความต้องการ	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	3.64 (มาก)	3.99 (มาก)
มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กด่อง ของ ไว้จำหน่ายหลากหลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการหุ้มห่อไว้บริการ	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
บริการมีความหลากหลายสามารถใช้บริการ ได้หลายประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการ ส่งของบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)
บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและ ปลอดภัย	4.09 (มาก)	4.29 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)
บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของ ที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาด และลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่ง ของ	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝาก ส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย	3.89 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)



จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
มาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้านให้  
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่า  
เชื่อถือและปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย  
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย  
มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัยบรรจุกฎ  
ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรง  
ตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของมีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหาย  
หากกรณีเกิดการสูญหาย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านราคา	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์ และของ ตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการ ที่ชัดเจน	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.55 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ถูกกว่าบริการของเอกชน	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)
มีความหลากหลายของระดับราคาตาม ประเภทของบริการที่เลือก	3.75 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้อเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ มากกว่าด้านอื่น

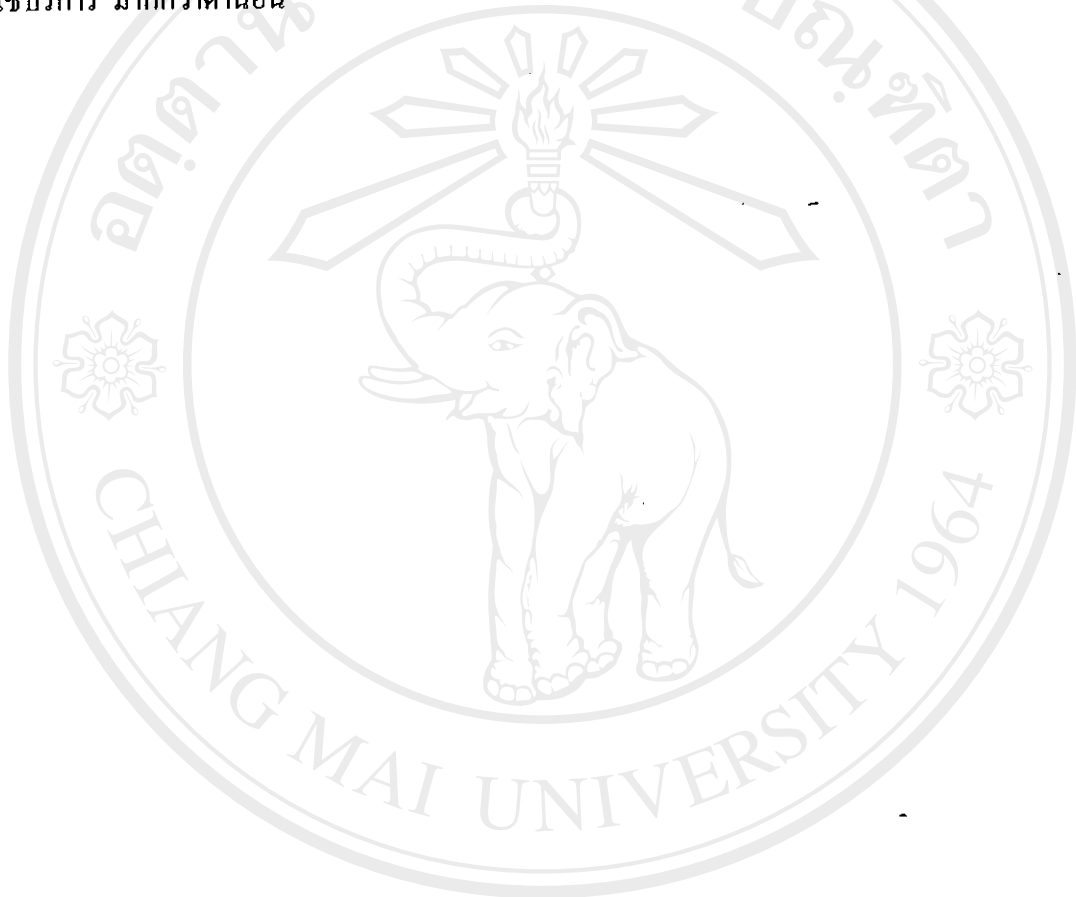
ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทสินค้า			รวม
	ไมเฟอริ์นเจอร์ และของ ตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	4.04 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ	3.98 (มาก)	4.10 (มาก)	4.29 (มาก)	4.01 (มาก)
มีช่องให้บริการหลายช่อง	3.41 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.46 (น้อย)
มีการให้บริการในวันและเวลาที่เหมาะสม	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)
สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	3.36 (น้อย)	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.42 (น้อย)
ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)	3.89 (มาก)
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้	3.19 (น้อย)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.28 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์ และของ ตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์	3.20 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.21 (น้อย)
มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ	3.06 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.05 (น้อย)
มีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารการให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง	3.05 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.06 (น้อย)
มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.14 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.13 (น้อย)
มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	2.89 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.86 (น้อย)
มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบวงเงินที่กำหนด	2.77 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.75 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้อเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านบุคลากร	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์ และของ ตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่าง ถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.17 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.24 (น้อย)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความ สามารถ	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.58 (มาก)
พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.58 (มาก)	3.93 (มาก)	3.21 (น้อย)	3.61 (มาก)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกัน เอง พุดจาดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.51 (มาก)	3.69 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.51 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกาย เหมาะสม	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจ ตอบสนอง	3.60 (มาก)	3.90 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับขั้นตอนใน การทำงาน และเงื่อนไขต่างๆ ได้ชัดเจน	3.42 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.21 (น้อย)	3.44 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a crown-like ornament on its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภายในที่ทำการไปรษณีย์มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.53 (มาก)
ภายในที่ทำการไปรษณีย์มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่ง ทันสมัยและสวยงาม	3.20 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.20 (น้อย)
มีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.69 (มาก)
ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)
ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ	3.75 (มาก)	4.10 (มาก)	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)
เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึง เอกลักษณ์ของหน่วยงาน	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ/มีห้องน้ำที่สะอาดไว้คอยให้บริการ	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)	2.86 (น้อย)	3.51 (มาก)
ภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.19 (น้อย)



จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในสถานที่ทำการ ไปรษณีย์มีความสะอาดมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน และภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านกระบวนการ	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีคำอธิบายกระบวนการและวิธีการให้บริการแต่ละประเภทไว้อย่างชัดเจน	3.43 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.43 (น้อย)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.55 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.58 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.55 (มาก)
ขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.53 (มาก)
จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	3.23 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.24 (น้อย)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.49 (น้อย)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการจำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้มากกว่าด้านอื่น

## ส่วนที่ 5 ปัญหาการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ทางดง จำแนกตามเพศ และประเภทธุรกิจ

### 5.1 ปัญหาการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ทางดง จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงความต้องการ	2.81 (น้อย)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.75 (น้อย)
ไม่สามารถส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้	2.94 (น้อย)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.86 (น้อย)
สินค้าหรืออุปกรณ์เสริมไม่หลากหลาย	2.64 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.66 (น้อย)
บริการไม่มีความหลากหลายใช้ได้จำกัด	2.60 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการบรรจุ	2.56 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)
การรับประกันของสูญหายมีมูลค่าต่ำและเรียกร้องยุ่งยาก	2.52 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)
บริการไม่น่าเชื่อถือไม่ชำนาญ	2.38 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.64 (น้อย)	2.86 (น้อย)	1.57 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้ มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สินค้าหรืออุปกรณ์เสริมไม่หลากหลาย มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ บริการไม่มีความหลากหลายใช้ได้จำกัด รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการบรรจุ การรับประกันของสูญหายมีมูลค่าต่ำและเรียกร้องยุ่งยาก และบริการไม่น่าเชื่อถือไม่ชำนาญ มากกว่าปัญหาอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาด้านราคา	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่	2.59 (น้อย)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.58 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	2.84 (น้อย)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.77 (น้อย)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการแพงกว่าบริการของเอกชน	2.41 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.39 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61 (น้อย)	2.78 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.58 (น้อย)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ไม่มีปัญหา

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่ มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์อยู่ในจุดที่ไม่สะดวก	2.15 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.16 (น้อยที่สุด)
สถานที่ตั้งไกลบ้านที่ทำงาน ไม่สะดวกในการติดต่อ	2.53 (น้อย)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.50 (น้อย)
มีช่องสำหรับให้บริการน้อยที่สุด ไม่เพียงพอที่จะให้บริการ	2.64 (น้อย)	3.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.69 (น้อย)
วันและเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม	2.42 (น้อยที่สุด)	2.74 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.41 (น้อยที่สุด)
ไม่สามารถติดต่อของใช้บริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	2.46 (น้อยที่สุด)	3.37 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.50 (น้อย)
ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้	2.54 (น้อย)	3.78 (มาก)	1.44 (ไม่มีปัญหา)	2.62 (น้อย)
มีสถานที่จอดรถ ไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	2.29 (น้อยที่สุด)	2.74 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.29 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.43 (น้อยที่สุด)	3.09 (น้อยที่สุด)	1.06 (ไม่มีปัญหา)	2.45 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ไม่มีปัญหา

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีช่องสำหรับให้บริการน้อยที่สุดไม่เพียงพอที่จะให้บริการมากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้ มากกว่าปัญหาอื่น  
ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การจัดนิทรรศการไม่มีความน่าสนใจ	2.87 (น้อย)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.83 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยการให้แผ่นพับ	3.07 (น้อย)	3.85 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	3.08 (น้อย)
สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	3.28 (น้อย)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	3.28 (น้อย)
ไม่มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.07 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.00 (ไม่มีปัญหา)	3.03 (น้อย)
ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	3.15 (น้อย)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	3.17 (น้อย)
ไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบเงินที่กำหนด	3.05 (น้อย)	4.00 (มาก)	1.44 (ไม่มีปัญหา)	3.08 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (น้อย)	3.65 (มาก)	1.24 (ไม่มีปัญหา)	3.08 (น้อย)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

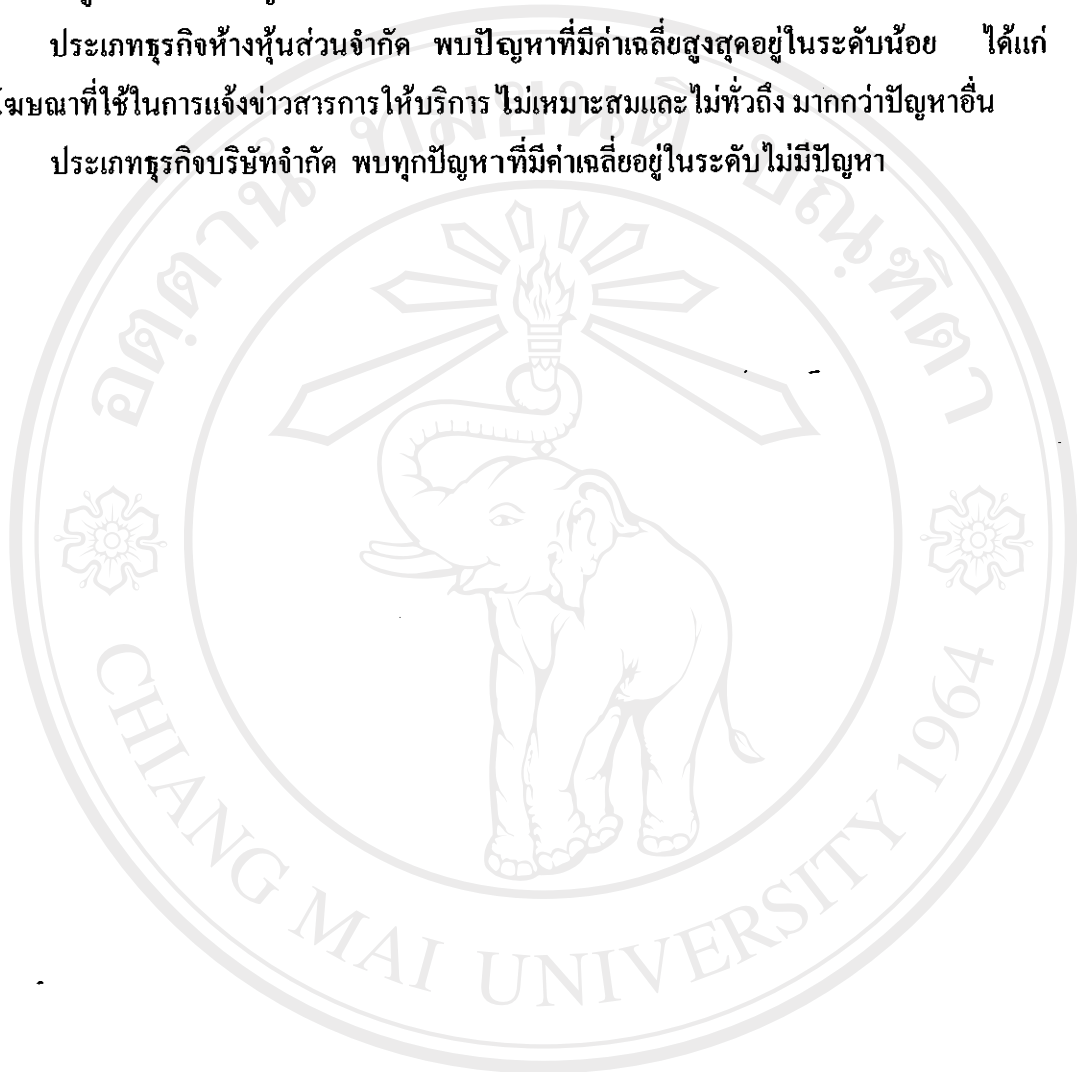
All rights reserved



โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ไม่มีปัญหา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาค้านบุคลากร	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	2.58 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.60 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและไม่มีความรู้ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ	2.45 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)
พนักงานไม่ความน่าเชื่อถือ	2.42 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงานไม่เสมอภาค	2.33 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไม่สุภาพ	2.41 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมทำให้พนักงานมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม	2.12 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า	2.25 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า	2.45 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.48 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่อธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานให้ชัดเจน	2.41 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
พนักงานอธิบายเงื่อนไขต่างๆ ไม่ชัดเจน	2.39 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.38 (น้อยที่สุด)	3.03 (น้อย)	1.82 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และพนักงานไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า มากกว่าปัญหาอื่น

ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไม่สุภาพ มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นไม่ชัดเจน	2.29 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.28 (น้อยที่สุด)
เครื่องมือและอุปกรณ์ ภายในสำนักงานที่ทำการไปรษณีย์ไม่ทันสมัย	2.36 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.34 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในที่ทำการไปรษณีย์ไม่มีการตกแต่งไม่ทันสมัยและไม่สวยงาม	2.27 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.27 (น้อยที่สุด)
ภายในไปรษณีย์ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เอกสาร ของใช้ บริการ วิธีการบริการ จัดวางไม่เป็นระเบียบ เกะกะกีดขวางการใช้บริการ	2.19 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.20 (น้อยที่สุด)
ขนาดของสถานที่ให้บริการไม่เหมาะสมและไม่สะดวกต่อการใช้บริการ	2.13 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.15 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ	2.45 (น้อยที่สุด)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.52 (น้อย)
ที่ทำการไปรษณีย์มีสถานที่ให้บริการไม่สะอาด	2.15 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.17 (น้อยที่สุด)
รูปแบบการแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมไม่พร้อมเพียงกัน ไม่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน	2.16 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.20 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงานไม่แม่นยำ มีข้อผิดพลาดบ่อย	2.08 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.13 (น้อยที่สุด)
พนักงานขาดความระมัดระวัง และขาดการเอาใจใส่ต่อสิ่งของที่ฝากส่ง ทำให้ผู้ใช้บริการวิตกกังวลเกรงสิ่งของจะแตกหักเสียหาย	2.29 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.31 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ  
จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

(ต่อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน	2.67 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.28 (น้อยที่สุด)	2.94 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.30 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก - ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอให้บริการ และมีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ประเภทของธุรกิจ			รวม
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละประเภทไม่ชัดเจน	2.33 (น้อยที่สุด)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.41 (น้อยที่สุด)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการไม่เหมาะสมยุ่งยากซับซ้อน	2.26 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.26 (น้อยที่สุด)
ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	2.72 (น้อย)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.66 (น้อย)
การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยากซับซ้อน	2.46 (น้อยที่สุด)	3.85 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.54 (น้อย)
พนักงานมีน้อยที่สุด ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	2.60 (น้อย)	3.52 (มาก)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.64 (น้อย)
การทำงานของพนักงานผิดพลาดบ่อย ระบบการทำงานไม่ถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ	2.29 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.28 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.44 (น้อยที่สุด)	3.18 (น้อย)	1.00 (ไม่มีปัญหา)	2.47 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

All rights reserved

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยากซับซ้อน มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด พบทุกปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่มีปัญหา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## 5.2 ปัญหาการให้บริการของที่ทำกาไปรษณีย์ทางคง จำแนกตามประเภทสินค้า

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม่เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของ ที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการไม่ครบถ้วน ไม่ตรงความต้องการ	2.71 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)
ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้	2.85 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.86 (น้อย)
มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ของ ไม้ จำหน่ายไม่หลากหลาย และไม่มีบริการหุ้มห่อ	2.66 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.66 (น้อย)
บริการไม่มีความหลากหลายใช้บริการได้จำกัด	2.61 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.61 (น้อย)
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมและไม่ตรงกับ สิ่งของที่ต้องการบรรจุ	2.56 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.55 (น้อย)
มีการรับประกันการสูญหายของสิ่งของที่ฝากส่งด้วย วงเงินที่ต่ำกรณีสิ่งของสูญหายกรเรียกค่าเสียหายมีความยุ่งยาก	2.49 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.52 (น้อย)
บริการไม่เป็นที่น่าเชื่อถือและไม่มีความชำนาญ	2.42 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.62 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.62 (น้อย)



จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงความต้องการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึกพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้ และมีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ซอง ไม้จําหน่ายไม่หลากหลาย และไม่มีการหุ้มห่อ มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านราคา	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่	2.56 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	2.73 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.77 (น้อย)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการแพงกว่าบริการของเอกชน	2.38 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.56 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.58 (น้อย)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านราคา	ประเภทสินค้า			รวม
	ไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่	2.56 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	2.73 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.77 (น้อย)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการแพงกว่าบริการของเอกชน	2.38 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.56 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.58 (น้อย)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่ไม่สะดวก	2.19 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.16 (น้อยที่สุด)
สถานที่ตั้งใกล้บ้านที่ทำงานไม่สะดวกในการติดต่อ	2.49 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.50 (น้อย)
มีช่องสำหรับให้บริการน้อยที่สุดไม่เพียงพอที่จะให้บริการ	2.69 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.69 (น้อย)
วันและเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม	2.37 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)
ไม่สามารถติดต่อของใช้บริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้	2.47 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.50 (น้อย)
ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้	2.62 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	2.62 (น้อย)
มีสถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	2.30 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.45 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.78 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีช่องสำหรับให้บริการน้อยที่สุดไม่เพียงพอที่จะให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วันและเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้ มากกว่าปัญหาอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสินค้า			รวม
	ไมเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่องประดับ	ของฝากของ ที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดนิทรรศการไม่มีความน่าสนใจ	2.78 (น้อย)	3.10 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.83 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยการให้แผ่นพับ	3.02 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.08 (น้อย)
สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	3.22 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)	3.28 (น้อย)
ไม่มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.95 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.03 (น้อย)
ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	3.09 (น้อย)	3.29 (น้อย)	4.14 (มาก)	3.17 (น้อย)
ไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบเงินที่กำหนด	3.04 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.93 (มาก)	3.08 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.08 (น้อย)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อยได้แก่ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากได้แก่สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากได้แก่ ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า มากกว่าปัญหาอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านบุคลากร	ประเภทสินค้า			รวม
	ไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	2.55 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.60 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและไม่มีความรู้ ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ	2.50 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.51 (น้อย)
พนักงานไม่ความน่าเชื่อถือ	2.43 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงานไม่เสมอภาค	2.32 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)
พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไม่สุภาพ	2.35 (น้อยที่สุด)	2.81 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมทำให้พนักงานมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม	2.12 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า	2.30 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า	2.43 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่อธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานให้ชัดเจน	2.39 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า (ต่อ)

ด้านบุคลากร	ประเภทสินค้า			รวม
	ไมเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและ เครื่อง ประดับ	ของฝากของ ที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานอธิบายเงินใจต่างๆ ไม่ชัดเจน	2.37 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.38 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไม่สุภาพ มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นไม่ชัดเจน	2.25 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)
เครื่องมือและอุปกรณ์ ภายในสำนักงานที่ทำการไปรษณีย์ไม่ทันสมัย	2.30 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศภายในที่ทำการไปรษณีย์ไม่มีการตกแต่งไม่ทันสมัยและไม่สวยงาม	2.20 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)
ภายในไปรษณีย์ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเช่นการจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เอกสาร ของใช้บริการ วิธีการบริการ จัดวางไม่เป็นระเบียบ เกาะกีดขวางการใช้บริการ	2.15 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)
ขนาดของสถานที่ให้บริการไม่เหมาะสมและไม่สะดวกต่อการให้บริการ	2.10 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.15 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ	2.45 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	3.36 (น้อย)	2.52 (น้อย)
ที่ทำการไปรษณีย์มีสถานที่ให้บริการไม่สะอาด	2.13 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)
เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมไม่พร้อมเพียงกัน ไม่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน	2.18 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)
การให้บริการของพนักงานไม่แม่นยำ มีข้อผิดพลาดบ่อย	2.09 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานขาดความระมัดระวัง และขาดการเอาใจใส่ต่อสิ่งของที่ฝากส่ง ทำให้ผู้ใช้บริการวิตกกังวลเกรงสิ่งของจะแตกหักเสียหาย	2.25 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)
มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน	2.63 (น้อย)	3.10 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.71 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.25 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.30 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสินค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทสินค้า			รวม
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละประเภทไม่ชัดเจน	2.36 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการไม่เหมาะสมยุ่งยากซับซ้อน	2.21 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)
ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	2.57 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.66 (น้อย)
การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยากซับซ้อน	2.50 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.54 (น้อย)
พนักงานมีน้อยที่สุด ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	2.61 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.64 (น้อย)
การทำงานของพนักงานผิดพลาดบ่อย ระบบการทำงานไม่ถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ	2.26 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.28 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.42 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานมีน้อยที่สุด ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละประเภทไม่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The lamp is flanked by two stylized, pointed shapes. The entire emblem is set against a light gray background. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a circular path around the bottom of the emblem. Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written in a circular path around the top of the emblem.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved