

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการให้บริการไปรษณีย์ จากที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการให้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ตำบลขุนคอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 309 ราย นำมาวิเคราะห์และสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ประเภทของสถานประกอบการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จำหน่ายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน วิธีการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจทั้งขายส่งและขายปลีก ใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์หางดง ในการส่ง EMS มากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้บริการฝากส่งสิ่งของจากหน่วยงานบริษัทขนส่งเอกชน โดยมีค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ ไม่เกิน 500 บาท ค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของกับหน่วยงานอื่นที่นอกเหนือจากที่ทำการไปรษณีย์หางดง จำนวน 501 – 1,000 บาท ต่อเดือน และเหตุผลที่มาใช้บริการจากที่ทำการไปรษณีย์หางดง เพราะใกล้บ้านหรือใกล้สถานประกอบการ

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ของที่ทำกร ไปรษณีย์หาดง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์หาดง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้าน กระบวนการ และการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย รองลงมา บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ และที่ทำกรไปรษณีย์มีบริการตรงตามความต้องการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของไปรษณีย์อยู่ในที่สะดวกต่อการใช้บริการ รองลงมาสถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าบริการเหมาะสมและคงที่ รองลงมา อัตราค่าธรรมเนียมที่ให้บริการถูกกว่าบริการของเอกชน และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสมสะดวกสบายในการใช้บริการ รองลงมาภายในสถานที่ทำกรไปรษณีย์มีความสะอาด และมีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย

ด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม รองลงมาพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนใจตอบสนอง และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสมสะดวกสบายในการใช้บริการ รองลงมาภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด และมีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ รองลงมา มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ มีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง

### ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคง

จากการศึกษาปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยเรียงลำดับคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ส่วนปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคงโดยรวมพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้ รองลงมา บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงความต้องการ และมีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ของไว้จำหน่ายไม่หลากหลายและไม่มีบริการหุ้มห่อ

ด้านราคา โดยรวมพบปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีช่องทางให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ รองลงมาไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ได้ และสถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานไม่สะดวกในการติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สื่อสื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง รองลงมาไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกแนะนำบริการ ณ สถานที่

ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า และไม่มี การมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบวงเงินที่กำหนด

ด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา รองลงมาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก และพนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน รองลงมาไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพัก ระหว่างรอใช้บริการ และพนักงานขาดความระมัดระวังและขาดการเอาใจใส่ต่อสิ่งของที่ฝากส่ง ทำให้ผู้ใช้บริการวิตกกังวลเกรงสิ่งของจะแตกหักเสียหาย

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ รองลงมาพนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และการให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้ายุ่งยากซับซ้อน

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำกำไรไปรษณีย์ ทางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า

##### 4.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำกำไรไปรษณีย์ทางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย ส่วนประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านที่ทำกำไรไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรงตามความต้องการที่

ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ด้านราคา โดยรวมพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก และประเภทธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการถูกกว่าของเอกชน และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำกรไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ และประเภทกิจการแบบบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการในวันและเวลาที่เหมาะสม สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้ ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ น้อย ส่วนประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ และประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมี

บุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจตอบสนอง และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรกทุกปัจจัย

ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ ประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน และประเภทกิจการบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกทุกปัจจัย

ด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่า ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทกิจการบริษัทจำกัดให้ความสำคัญปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่า ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้ สำหรับประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

#### 4.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางดง

##### จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้าโดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า

เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของ ไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการของ ไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัยบรรจุกฎหมายที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูปแบบ สวยงาม ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ มีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย มากกว่าด้านอื่น

ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ มากกว่าด้านอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ มากกว่าด้านอื่น

ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมี

บุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึกให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของ ฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดมากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบ สอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวก สบายในการใช้บริการ มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวาง อุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบไม่ เกะกะและกีดขวางทางเดิน และภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดเท่ากัน

ด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของ ที่ระลึก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าและเครื่องประดับ และของฝากของที่ระลึก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้มากกว่าด้านอื่น

**ส่วนที่ 5 ปัญหาการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ทางดง จำแนกตามประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า**

### 5.1 ปัญหาการให้บริการของไปรษณีย์ทางดง จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมผู้ตอบ แบบสอบถามพบปัญหาเรียงลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร กระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ



ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้ สำหรับประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สินค้าหรืออุปกรณ์เสริมไม่หลากหลาย และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ บริการไม่มีความหลากหลายใช้ได้จำกัด รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการบรรจุ การรับประกันของสูญหายมีมูลค่าต่ำและเรียกร้องยุ่งยาก และบริการไม่น่าเชื่อถือไม่ชำนาญ

ด้านราคา โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ไม่มีปัญหา สำหรับโดยพบว่าประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน สำหรับประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่ และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมพบว่า ประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย สำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัดพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา โดยประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีช่องสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ สำหรับประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้ และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมพบว่า ประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย สำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา โดยประเภทธุรกิจที่เป็นเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า สำหรับประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง ส่วนประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา

ด้านบุคลากร โดยรวม พบว่าประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก มากกว่าปัญหาด้านอื่น ประเภทธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัดพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและไม่มีความสามารถเพียงพอ พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และพนักงานไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า และประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไม่สุภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจบริษัทจำกัด ไม่มีปัญหา สำหรับประเภทธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ และมีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน ส่วนประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา

ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยรวมพบว่าประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนประเภทธุรกิจบริษัทจำกัดไม่มีปัญหา โดยประเภทธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ประเภทธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้ายุ่งยากซับซ้อน ส่วนประเภทธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ไม่มีปัญหา

## 5.2 ปัญหาการให้บริการของไปรษณีย์ทางดง จำแนกตามประเภทสินค้า

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรียงลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยได้แก่ บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงความต้องการ มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้และมีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่องซอง ไม้จำหน่ายไม่หลากหลาย และไม่มีบริการหุ้มห่อ มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสินค้าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีช่องสำหรับให้บริการน้อยที่สุดไม่เพียงพอที่จะให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วันและเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้ มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อยได้แก่ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการ ไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึงมากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า

เสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านบุคลากรจำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านและของฝากของที่ระลึกพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้ม แจ่มใส พูดยาไม่สุภาพ มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และของฝากของที่ระลึกพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้าเช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทสินค้า โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานมีน้อยที่สุด ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประดับ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ มากกว่าปัญหาอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้า ของฝากของที่ระลึก พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละประเภทไม่ชัดเจน มากกว่าปัญหาอื่น

### อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์ หัตถกรรมบ้านถวาย ในการให้บริการไปรษณีย์ จากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจบริการจะใช้ (Services Marketing Mix) หรือ 7Ps ประกอบการตัดสินใจและวางแผนการ กำหนด กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการให้บริการไปรษณีย์ จากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย กล่าวคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย บรรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุของที่ฝากส่งมีรูปแบบสวยงาม- ทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของที่ทำการไปรษณีย์มีบริการส่งสิ่งของที่ตรงตามความต้องการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ที่พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ถูกค่าให้ความสำคัญความสวยงาม ความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างด้วยรูปแบบ และรูปร่างของตรา ไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ด้านราคา ( Price ) จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการถูกกว่าบริการของเอกชน และมีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ

ปิยะพงษ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) พบว่าด้านราคาถูกค่าให้ความสำคัญราคาที่ออกจำหน่ายต่อลูกค้าต้องไม่แพง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของไปรษณีย์อยู่ในที่สะดวกต่อการใช้บริการ สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อและมีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานไปรษณีย์เขต 9 (2545) ที่ทำการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ ของที่ทำการไปรษณีย์ เขต 9 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ภายหลังมีการพัฒนาระบบการให้บริการในรูปแบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับสูง ทั้งประเภทการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการและความเสมอภาคในการให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับน้อย และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย 3 อันดับแรก มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และมีการออกสื่อโฆษณาแจ้งข่าวสารให้บริการที่เหมาะสมและทั่วถึง ซึ่งไม่สอดคล้องกับปิยะพงษ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดถูกค่าให้ความสำคัญ ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวสารตราไปรษณียากรโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร ข่าวสารตราไปรษณียากร การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย และนอกสถานที่จำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ และการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจตอบสนอง และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงษ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญด้าน กิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะที่ให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า การอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า บุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน ความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ ภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด และมีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานไปรษณีย์ เขต 9 (2545) ที่พบว่า ลูกค้ายูมาใช้บริการต้องการให้มีการเพิ่มปรับปรุงในด้านที่นึ่งสำหรับรอคอยการติดต่อและจัดให้มีบริการต่างๆ ในระหว่างคอย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับของปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการพบเห็น ได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน การตกแต่งสถานที่สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย

ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับน้อย และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีการปรับปรุงให้บริการอย่างต่อเนื่อง และเอกสารที่ใช้ประกอบในการใช้บริการเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งไม่สอดคล้องกับของปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ที่พบว่า ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และความรวดเร็วในการรับส่งจอง/สั่งซื้อ

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทางคง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ในการใช้บริการไปรษณีย์เป็นผู้ที่ประกอบการร้านค้า ที่ใช้บริการต่ำสุด ได้แก่ การส่งจดหมายอากาศ(Air Mail) ส่งโทรเลข และการใช้บริการอินเทอร์เน็ต สำหรับหน่วยงานที่ใช้บริการฝากส่งของต่ำสุด คือ รถไฟ จำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ จำนวนต่ำสุด 10,001-15,000 บาท

ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ทางคง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ทางคง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบกิจการประเภทบริษัทจำกัดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการตลาดบริการแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วน จำกัดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยทางด้านการ ตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านผลิตภัณฑ์	ที่ทำกรไปรษณีย์มี บริการส่งสิ่งของที่ ตรงตามความต้องการ	-มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่นกล่อง ของ ไม้จำหน่าย หลากหลาย รวมทั้งมีบริการ เสริม เช่น บริการห่อหุ้มไม้ บริการ -บริการมีความหลากหลาย สามารถให้บริการได้หลาย ประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการส่งของ บริการ รับชำระเงินทางไปรษณีย์ -บริการของไปรษณีย์เป็นที่ น่าเชื่อถือและปลอดภัย -บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการ สำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ ฝากมีรูปแบบสวยงาม ทน ทาน มีขนาดและลักษณะ ตรงตามความต้องการใช้ บรรจุสิ่งของ	-ที่ทำกรไปรษณีย์มีบริการส่ง สิ่งของที่ตรงตามความต้องการ -มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล่อง ของ ไม้จำหน่ายหลาก หลาย รวมทั้งมีบริการเสริม เช่น บริการห่อหุ้มไม้บริการ -บริการมีความหลากหลาย สามารถให้บริการได้หลาย ประเภทในสถานที่เดียว เช่น บริการส่งของบริการรับชำระ เงินทางไปรษณีย์ -บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่า เชื่อถือและปลอดภัย -บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับ ใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่งมีรูป แบบสวยงาม ทนทาน มีขนาด และลักษณะตรงตามความ ต้องการใช้บรรจุสิ่งของ -มีการประกันความเสียหายของ สิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีเกิดการสูญหาย



ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
 จำแนกตามประเภทธุรกิจ  
 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านราคา	-อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่	-อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ -มีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก	-อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่ -มีป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน -อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการถูกกว่าบริการของเอกชน -มีความหลากหลายของระดับราคาตามประเภทของบริการที่เลือก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	-ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ -สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ	-สามารถติดต่อให้มาบริการ ณ ที่อยู่ของลูกค้าได้ -ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ -มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-มีการจัดนิทรรศการด้านบริการไปรษณีย์	-มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ	-มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์ -มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ -มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

(ต่อ)

ปัจจัยทางด้านการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านบุคลากร	-พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม	-พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม	-พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย -พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ -พนักงานมีความน่าเชื่อถือ -พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค -พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พุดจาติขี้มเข้มแจ่มใส -พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม -พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและสนใจตอบสนอง -พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆ ได้ชัดเจน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	- ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ	- เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและพร้อมเพรียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน	- ภายในที่ทำการไปรษณีย์มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย - ภายในที่ทำการไปรษณีย์มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
 จำแนกตามประเภทธุรกิจ  
 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)			<ul style="list-style-type: none"> <li>-มีป้ายสัญลักษณ์ของไปรษณีย์มองเห็นได้ง่าย</li> <li>-ภายในไปรษณีย์มีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอใช้บริการ</li> <li>วิธีการบริการอย่างเป็นระเบียบ ไม่เกะกะและกีดขวางทางเดิน</li> <li>-ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวก สบายในการใช้บริการ</li> <li>-เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม และพร้อมเพียง แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของหน่วยงาน</li> <li>-มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ/มีห้องน้ำที่สะอาด ไว้คอยให้บริการ</li> <li>-ภายในสถานที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาด</li> </ul>

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามประเภทธุรกิจ  
(ต่อ)

ปัจจัยทางด้านการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านกระบวนการให้บริการ	-มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้	-มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้	-มีคำอธิบายกระบวนการและวิธีการให้บริการแต่ละประเภทไว้อย่างชัดเจน -เอกสารที่ใช้ประกอบในการให้บริการเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน -มีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง -ขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน -จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ -มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้

ปัจจัยทางด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ทางคง จำแนกตามประเภทสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบกิจการจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการตลาดบริการแต่ละด้านในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 53 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทสินค้า

ปัจจัยทางด้านการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก
ด้านผลิตภัณฑ์	-บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย	-บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย	-บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย -บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่ฝากส่ง มีรูปแบบสวยงามทนทาน มีขนาดและลักษณะตรงตามความต้องการใช้บรรจุสิ่งของ -มีการประกันความเสียหายของสิ่งของที่ฝากส่งและชดใช้ค่าเสียหายกรณีสูญหาย
ด้านราคา	-อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	-อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	อัตราค่าบริการที่เหมาะสม

ตารางที่ 53 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามประเภทสินค้า

(ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และ ของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่อง ประดับ	ของฝากของที่ระลึก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-ที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์อยู่ในจุดที่ สะดวกต่อการใช้ บริการ	-ที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์อยู่ในจุดที่ สะดวกต่อการใช้ บริการ	-สถานที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ ทำงานสะดวกในการติด ต่อ -มีสถานที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-มีความต่อเนื่องของ การโฆษณาประชาสัมพันธ์	-มีการจัดนิทรรศการ ด้านบริการทาง ไปรษณีย์	มีการจัดนิทรรศการด้าน บริการทางไปรษณีย์
ด้านบุคลากร	-พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกายเหมาะสม	-พนักงานให้บริการ ถูกต้องอย่างเสมอภาค	พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกายเหมาะสม
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ขนาดของสถานที่ให้ บริการเหมาะสม สะดวกสบาย ในการ ใช้บริการ	-ขนาดของสถานที่ ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบาย ในการ ใช้บริการ	-ภายในไปรษณีย์มีความ เป็นระเบียบ เช่น การจัด วางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ ต่างๆ และเอกสาร คำขอใช้บริการ วิธีการ บริการอย่างเป็นระเบียบ ไม่เกะกะและกีดขวางทาง เดิน -ภายในสถานที่ทำการ ไปรษณีย์มีความสะอาด

ตารางที่ 53 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามประเภทสินค้า

(ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก		
	ไม้เฟอร์นิเจอร์และ ของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่อง ประดับ	ของฝากของที่ระลึก
ด้านกระบวนการให้บริการ	-มีระบบการทำงานที่ ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	-มีระบบการทำงานที่ ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	-มีระบบการทำงานที่ ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้

ปัญหาการให้บริการของที่ทำการ ไปรษณีย์ห้วงคง จำแนกตามเพศและประเภทธุรกิจ  
ส่วนใหญ่พบปัญหาแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภท  
ธุรกิจ

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านผลิตภัณฑ์	-ไม่สามารถส่งสินค้า ขนาดใหญ่ได้	- สินค้าหรืออุปกรณ์ เสริมไม่หลากหลาย	-บริการไม่มีความหลากหลาย ใช้ได้จำกัด -รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่ เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการ บรรจุ -การรับประกันของสูญ หายมีมูลค่าต่ำและเรียก เรื่องยุ่งยาก -บริการไม่น่าเชื่อถือไม่ ชำนาญ

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านราคา	-ไม่มีป้ายแสดงราคา สินค้าและบริการที่ชัดเจน	-อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมไม่คงที่	ไม่มีปัญหา
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-มีช่องทางสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ	-ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้	ไม่มีปัญหา
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	-ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ -สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง -ไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบเงินที่กำหนด -ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า	ไม่มีปัญหา
ด้านบุคลากร	-พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	-พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก	-พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองต่อลูกค้า ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไม่สุภาพ



ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
		-พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญไม่มี ความสามารถเพียงพอ -พนักงานไม่เข้าใจ ความต้องการของลูกค้า -พนักงานไม่สนใจ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอย บริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร ต่างๆ ที่นั่งพักระหว่าง รอใช้บริการ	-ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอย บริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร ต่างๆ ที่นั่งพัก ระหว่างรอใช้บริการ -มีระยะเวลาในการ รอใช้บริการนาน	- ไม่มีปัญหา

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านกระบวนการ	-พนักงานมีน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	-มีคำอธิบายวิธีการและกระบวนการให้บริการแต่ละขั้นตอนไม่ชัดเจน -การให้บริการแต่ละขั้นตอนล่าช้า ยุ่งยาก ซับซ้อน -พนักงานมีน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	- ไม่มีปัญหา

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทสินค้า

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	ไมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก
ด้านผลิตภัณฑ์	-ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้	-บริการไม่ครบถ้วนไม่ตรงตามความต้องการ	-ไม่สามารถส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้ -มีสินค้าหรืออุปกรณ์เสริม เช่น กล้อง ของไว้อำนาจไม่หลากหลายและไม่มีบริการห่อหุ้ม
ด้านราคา	-ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	-ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน	-ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-มีช่องทางสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ	-วันและเวลาในการให้บริการไม่เหมาะสม	-ไม่สามารถสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและทางโทรศัพท์ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	-สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง	-ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ -สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทสินค้า (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเป็นอันดับแรก		
	ไม้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	ของฝากของที่ระลึก
			<ul style="list-style-type: none"> <li>-ไม่มีความต่อเนื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์</li> <li>-ไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า</li> <li>-ไม่มีการมอบของที่ระลึกเมื่อใช้บริการครบเงินที่กำหนด</li> </ul>
ด้านบุคลากร	-พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาที่เข้าใจยาก	-พนักงานอธิบายเงื่อนไขต่างๆ ไม่ชัดเจน	-พนักงานไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน	-มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน	-มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	-พนักงานมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	-ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	-ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

ตารางที่ 56 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรก

ปัจจัย	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก	ปัญหาที่พบเป็นอันดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย	ไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้
ด้านราคา	อัตราค่าบริการที่เหมาะสมและคงที่	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสมและไม่คงที่
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของทำการไปรษณีย์อยู่ในจุดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	มีช่องสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอที่จะให้บริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดนิทรรศการด้านบริการทางไปรษณีย์	สื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารการให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง
ด้านบุคลากร	พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม	พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา ไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาเข้าใจยาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ขนาดของสถานที่ให้บริการเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้บริการ	มีระยะเวลาในการรอใช้บริการนาน
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้	ไม่ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร ในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง ควรเพิ่มบริการให้มีความหลากหลาย สามารถให้บริการได้หลายประเภทในสถานที่แห่งเดียว เช่น การบริการส่งของที่มีขนาดใหญ่ มีการรับประกันความเสียหายต่อสินค้า บริการรับชำระเงินค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า หรือค่าโทรศัพท์ นอกจากนั้นควรจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าหรืออุปกรณ์ เช่น กล่อง ชอง หรือการให้

บริการห่อบรรจุภัณฑ์ จากการศึกษาพบปัญหาในการใช้บริการ คือไม่สามารถส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ได้ ในขณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการให้บริการของไปรษณีย์ ด้านบริการของไปรษณีย์เป็นที่น่าเชื่อถือและปลอดภัย ดังนั้น ควรเพิ่มบริการให้นำเชื่อถือและปลอดภัย

2. ด้านราคา ควรกำหนดอัตราราคาค่าบริการที่เหมาะสมต่อบริการแต่ละประเภท และควรดูราคาตลาดและของเอกชน ไม่ควรเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่ออัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าบริการของเอกชน จึงควรนำข้อได้เปรียบดังกล่าวมาใช้ประโยชน์เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ทำการไปรษณีย์ควรเพิ่มช่องทางบริการและจัดให้มีพนักงานไว้คอยให้บริการกับลูกค้าให้มากขึ้น ตลอดจนการรับบริการนอกสถานที่ อีกทั้งจัดให้มีการบริการสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าเลือกใช้บริการตามความต้องการ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาของการใช้บริการของไปรษณีย์อันดับแรกคือมีช่องสำหรับให้บริการน้อยไม่เพียงพอ ในขณะที่ตัวกันผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญต่อที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ดังนั้น การจัดให้มีพนักงานไว้คอยบริการทั้งในและนอกสถานที่ที่ทำการไปรษณีย์ หรือการจัดให้มีการบริการสอบถามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นการเพิ่มช่องทางในการใช้บริการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการส่งเจ้าหน้าที่ออกไปพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดให้มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของไปรษณีย์ เช่น การโฆษณาทางสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้นซึ่งจะส่งก่อให้เกิดการจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการมอบของที่ระลึกในโอกาสพิเศษ หรือในเทศกาลที่สำคัญๆ เช่น วันครบรอบการก่อตั้งการไปรษณีย์ วันขึ้นปีใหม่ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้พบปัญหาเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ใช้ในการแจ้งข่าวสารให้บริการไม่เหมาะสมและไม่ทั่วถึง และไม่มีพนักงานไปรษณีย์ออกไปแนะนำบริการ ณ สถานที่ประกอบการหรือร้านค้าของลูกค้า ซึ่งไปรษณีย์ควรมีการแก้ไขและดำเนินการส่งเสริมการตลาดในเชิงรุก อันจะส่งผลให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้นเช่นกัน เพราะฉะนั้นควรจัดนิทรรศการด้านไปรษณีย์เพื่อให้ลูกค้าได้รู้บริการต่าง ๆ และควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง โดยใช้สื่อที่เข้าถึงลูกค้า เช่น วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ

5. ด้านบุคลากร ควรจัดพนักงานคอยให้คำปรึกษาและแนะนำถึงลำดับขั้นตอนในการให้บริการของไปรษณีย์แก่ลูกค้าอย่างถูกต้องและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และควรจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานเพื่อให้ความรู้ด้านการบริการหรืองานในหน้าที่ให้มีการทำงานที่ถูกต้อง และให้

บริการด้วยความสุภาพ มีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จากการศึกษพบว่า พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ถูกต้องหรือแนะนำโดยใช้ภาษาที่เข้าใจยาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากพนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ ตลอดจนไม่สนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ไปรษณีย์จึงควรแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการพัฒนาบุคลากร และปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงาน ควรมีการอบรมพนักงานในด้านการให้บริการและให้มีคุณสมบัติที่ดี เช่น บุคลิกภาพ และการแต่งกายที่เหมาะสม สามารถให้คำแนะนำและปรึกษาแก่ลูกค้าได้ และสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ทำการไปรษณีย์ควรมีการตกแต่งภายในที่ทำการให้มีความสวยงาม มีบรรยากาศที่ดีทันสมัยเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ น้ำดื่ม และห้องน้ำที่สะอาดไว้ให้กับลูกค้าระหว่างรอรับบริการ หรือปรับแต่งภายในที่ทำการไปรษณีย์ให้มีบรรยากาศที่ดีทันสมัยและสวยงาม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ระยะเวลาที่ลูกค้ารอรับบริการนานซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าระหว่างรอรับบริการ ควรมีบัตรคิว และพนักงานให้บริการในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการมาก เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องคอยนาน

7. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงวิธีการให้บริการ โดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีจำนวนลูกค้ามาก หรือจัดพนักงานคอยให้บริการในลักษณะการทำงานที่เป็นกระบวนการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากขึ้น รวมทั้งมีการปรับปรุงขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า ให้น้อยลง ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้าช่วยแนะนำผู้อื่นอาจจะเป็นกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักก็เป็นการช่วยสนับสนุนส่งเสริมการตลาดของที่ทำการไปรษณีย์ได้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่มีขั้นตอนมาก ทำให้การให้บริการลูกค้าเกิดความล่าช้า เสมือนหนึ่งว่าพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ หากไปรษณีย์ปรับปรุงวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนน้อยลง โดยใช้วิธีการให้บริการให้แล้วเสร็จ ณ จุดเดียว หรือ ONE STOP SERVICE แล้วจะทำให้การบริการลูกค้าเกิดความรวดเร็ว อันจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพอใจมากขึ้น และควรมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ ควรมีการปรับปรุงกระบวนการตลอดเวลา และอาจเพิ่มพนักงานให้บริการ ในวันและเวลาที่มีผู้มาใช้บริการมาก