

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น

THE CUSTOMER'S SATISFACTION TOWARDS KHON KAEN UNIVERSITY POST OFFICE

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตพล ภูตะโชติ

Associate Professor dr.Nitipon Putachote

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Nitput@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ T-test และ F-test (ANOVA) ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี สถานภาพ โสด อาชีพ นักเรียนนักศึกษา รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่นในแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม อยู่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจ แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน วุฒิ การศึกษาที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่ แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจไม่ แตกต่างกันทุก ด้านอาชีพที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้าน ประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา กระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกันรายได้ที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาวิทยาลัยขอนแก่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วน ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ ด้าน ลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ลูกค้า, บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

In this research survey of the customer's satisfaction towards Khon Kaen University Post Office was studied to improve customer satisfaction to the service of Thailand Post. 400 peoples were selected by using questionnaires. Descriptive statistic was used frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, inferential statistics, T- test, and F – test (ANOVA)

Results of the study were found that respondents were mostly female, age between 21 – 30 years, bachelor's degree, single, career was student, with 15,000 Bath per month or higher income.

Respondents satisfied with the product and service, price, place, promotion, personnel, productivity and quality of service, physical evidence, and process of service in the overall a high level of satisfaction.

The hypothesis test results founded that different gender was significant to different satisfaction in terms of product and service, price, place, personnel, productivity and quality of service, and physical evidence, but promotion, process of service, were not significant. Different age was significant to different satisfaction in terms of place, promotion, but product and service, price, personnel, productivity and quality of service, process of service, physical evidence were not significant. Different education was significant to different satisfaction in terms of product and service, price, promotion, personnel, process of service, but place, productivity and quality of service, physical evidence were not significant. Different status was not significant to different satisfaction in all of them. Different career was significant to different satisfaction in terms of place, promotion, personnel, productivity and quality of service, but product and service, price, process of service, physical evidence were not significant. Different income was significant to different satisfaction in terms of product and service, place, but price, promotion, personnel process of service, productivity and quality of service, physical evidence were not significant.

Key words: Satisfaction, Customer, Khon Kaen University Post Office

บทนำ

สิงหาคม พ.ศ 2546 บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(ไอซีที) เป็นบริษัทของรัฐบาลที่มีกระทรวงการคลังถือหุ้นทั้งหมด โดยมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบริหารจัดการใหม่ให้เหมือนกับบริษัทเอกชนทั่วไป โดยมุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกด้วยคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานสากล(บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด, 8 สิงหาคม 2551) ดังนั้นบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดต้องบริหารองค์กรให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ภายใต้ความเสี่ยงของการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้การดำเนินงานธุรกิจไปรษณีย์ต้องปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมโดยพิจารณาถึงโอกาสทางการตลาดและใช้จุดเด่นหรือจุดแข็งเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวทำให้บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดทั่วประเทศมีความจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรหลายอย่างทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสามารถเลี้ยงตัวเองได้ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงโดยไม่ต้องรอเงินสนับสนุนจากรัฐบาลและให้เป็นไปตามสโลแกน “บริการด้วยใจเชื่อมโยงไทยเชื่อมโลก” (บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด, 5 สิงหาคม 2551) ดังนั้นบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความจำเป็นต้อง

ปรับตัวเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายต่างๆของรัฐบาลโดยเน้นการเลี้ยงตัวเองเป็นหลักไม่ต้องรอเงินงบประมาณจากรัฐบาลช่วยเหลือมันเป็นการท้าทายความสามารถของผู้บริหารบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่นว่าจะสามารถบริหารงานให้สอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาลได้หรือไม่

จากความสำเร็จดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งจะทำให้ทราบถึงการบริหารงานของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยลัยขอนแก่น และผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการทำงานให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นและเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยลัยขอนแก่นนอกจากนั้นยังทำให้เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าผู้ใช้บริการและยังทราบถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

โจทย์วิจัย

บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยลัยขอนแก่นจะสามารถให้บริการลูกค้าที่ใช้บริการตามนโยบายของรัฐบาลได้หรือไม่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารจัดการใหม่ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ศึกษาข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่นแตกต่างกัน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้มาจาก 2 แหล่งดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ข้อมูลที่รวบรวมประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในประเด็นของความพึงพอใจเอาไว้ 4 ขอบเขตดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นรวมถึงประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน คำนวณตามสูตรของ (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2546, น. 14)

1.2 ขอบเขตด้านตัวแปรได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจัยด้านความพึงพอใจคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

1.4 ขอบเขตเวลา ได้ทำการเก็บข้อมูลในเดือน สิงหาคม 2558 ถึง เดือน กันยายน 2558

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้คะแนนเป็นอัตราส่วน (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-test และ สถิติ F-test (One Way Analysis Of Variance) ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเลือกทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.01 มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 สถานภาพโสดจำนวน 227 คิดเป็นร้อยละ 56.81 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 อาชีพพนักงานนักศึกษา จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีรายได้ระหว่าง 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 145 คนคิดเป็นร้อยละ 36.3

1.2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่นในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย และความปลอดภัยในการบริการ

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อราคาค่าบริการของ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน และความเหมาะสมของราคาสินค้าที่มีจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การ

โฆษณา/ประชาสัมพันธ์/การให้ข้อมูลข่าวสารแนะนำการให้บริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม และการแจกของขวัญ ของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ด้านบุคลากร (People) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบุคลากรของ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บุคลิกภาพและการแต่งกาย พนักงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีความสามารถในการใช้คำแนะนำและตอบคำถามได้ถูกต้อง และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process of service) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการของ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ช่วงเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม (เวลา เปิด-ปิด) มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และระยะเวลาในการรอคิวที่เหมาะสม

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อุปกรณ์ สำนักงานทันสมัยมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ มีสถานที่ จอดรถสะดวก กว้างขวาง ระบบรักษาความปลอดภัย และความชัดเจนของป้ายแนะนำการให้บริการและค่าธรรมเนียมการบริการต่าง ๆ

ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ (Productivity and quality of service) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้บริการลูกค้าไม่มีความผิดพลาดมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ อุปกรณ์และเครื่องมือพร้อมให้บริการ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 เพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.596	-2.600	.010
ด้านราคา	4.26	.632	-2.799	.005
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	-2.930	.004
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	-1.465	.144
ด้านบุคลากร	4.23	.623	-2.828	.005
ด้านกระบวนการ	4.36	.610	-1.491	.137
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.44	.557	-2.897	.004
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	-2.102	.036

1. เพศที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน ($P < 0.05$) ส่วนด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 2 อายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.596	1.448	.217
ด้านราคา	4.27	.632	1.346	.252
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	2.415	.048
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	3.829	.005
ด้านบุคลากร	4.23	.623	1.901	.110
ด้านกระบวนการ	4.44	.557	1.477	.208
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	.610	2.218	.066
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	1.742	.140

2. อายุที่ต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ($P > 0.05$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ($P < 0.05$)

ตารางที่ 3 วุฒิการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.596	2.773	.027
ด้านราคา	4.26	.632	2.413	.048
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	2.353	.053
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	2.475	.044
ด้านบุคลากร	4.23	.623	3.405	.009
ด้านกระบวนการ	4.44	.557	2.804	.026
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	.610	1.716	.146
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	.189	.944

3. วุฒิการศึกษาที่ต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการที่ต่างกัน ($P < 0.05$) ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 4 สถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.595	.517	.597
ด้านราคา	4.26	.632	.101	.904
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	2.124	.121
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	.466	.890
ด้านบุคลากร	4.23	.623	.307	.736

ตารางที่ 4 สถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D	F	Sig
ด้านกระบวนการ	4.44	.557	1.461	.233
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	.610	1.249	.288
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	.258	.773

4. สถานภาพที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 5 อาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.596	1.232	.289
ด้านราคา	4.26	.632	1.773	.103
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	2.496	.022
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	3.157	.005
ด้านบุคลากร	4.23	.623	2.366	.029
ด้านกระบวนการ	4.44	.557	1.603	.145
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	.610	2.115	.051
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	3.021	.007

5. อาชีพที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ($P < 0.05$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

ตารางที่ 6 รายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.596	3.483	.016
ด้านราคา	4.26	.632	1.997	.114
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	.569	5.800	.001
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.723	.567	.637
ด้านบุคลากร	4.23	.623	.863	.460
ด้านกระบวนการ	4.44	.557	2.472	.061
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.36	.610	1.441	.230
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการ	4.39	.650	.463	.708

6. รายได้ที่แตกต่างกันของลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($P < 0.05$) ส่วนด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ความรวดเร็วในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรี สกุรัตนศักดิ์ (2554, น. 38) พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากเกี่ยวกับห้องให้บริการและสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่อธิบายไว้ว่า ผลิตภัณฑ์และบริการเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งผู้ให้บริการต้องมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ (Utility) และคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ โดยลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการได้รับบริการจาก บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า มีความรวดเร็วในการบริการเมื่อมาใช้บริการต่างๆ

2. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อราคาของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ การแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน ความเหมาะสมของราคาสินค้าที่มีจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Lovelock Christopher (2004, p.24) ด้านราคาที่ยังอธิบายไว้ว่า คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน ราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของบริการที่นำเสนอ ซึ่งบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่นำเสนอต่อลูกค้ามีความหลากหลาย โดยลูกค้าจะมีความพึงพอใจกับความเหมาะสมของราคาสินค้าที่มีจำหน่ายและอัตราค่าบริการต่างๆ ที่มีหลายระดับราคาขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557, น.62) พบว่าด้านสถานที่ตั้งมีที่จอดรถเพียงพอเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายต่อการมาแวะใช้บริการของลูกค้าและสอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อธิบายไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยลูกค้าที่ใช้บริการจะมีความพึงพอใจกับทำเลที่ตั้งในย่านชุมชน การเดินทางสะดวก มีสาขาที่ครอบคลุมทั่วถึง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์/การให้ข้อมูลข่าวสารแนะนำการให้บริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆ การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม การใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนริรัตน์ พิกเพ็ญบุญ (2554, น. 47) พบว่าการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการและสอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่อธิบายไว้ว่า เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ โดยลูกค้าจะมีความพึงพอใจในการที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกค้าผ่านทางสื่อต่างๆ

5. ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบุคลากรของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ บุคลิกภาพและการแต่งกายพนักงาน พนักงานมีความสามารถในการใช้คำแนะนำและตอบคำถามได้ถูกต้อง การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยรัตน์ บันลือ (2556, น.33) พบว่าการให้บริการของบุคลากรมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและสอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร ที่อธิบายไว้ว่า พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความสามารถ

มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร โดยลูกค้า จะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการจากพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้ความสามารถ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ไปรษณีย์ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนนำไปสู่ความพึงพอใจ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่วงเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม (เวลา เปิด-ปิด) ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง ความเพียงพอของสถานที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่อธิบายไว้ว่า การสร้าง และส่งมอบสินค้าและบริการไปยังลูกค้า นั้น ต้องมีการออกแบบและจัดการขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการ นั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนที่ระบบการบริการต้องดำเนินไป โดยลูกค้าจะมีความพึงพอใจกับเริ่มตั้งแต่ ช่วงเวลาในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ความเพียงพอของสถานที่ให้บริการไม่คับแคบจนเกินไป ทำให้เกิดความประทับใจเมื่อมาใช้บริการในที่ทำการไปรษณีย์

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัย สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ระบบรักษาความปลอดภัย จัดการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามสะอาด เป็นระเบียบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา ชิมส์ (2547, น. 118) พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมด้านบริการอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ที่อธิบายไว้ว่า เป็นการพยายามสร้าง คุณค่าโดยรวม (Total Quality Management หรือ TQM) ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการบริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับ ลูกค้า (Customer – Value Proposition) ต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ โดยลูกค้าจะมีความ พึงพอใจกับการนำเสนอบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีเมื่อมาใช้บริการในที่ทำการไปรษณีย์

8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความ พึงพอใจ 2 อันดับ ได้แก่ การให้บริการลูกค้าไม่มีความผิดพลาด มีอุปกรณ์ เครื่องมือพร้อมจะให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วน ประสมทางการตลาดบริการ ของ Lovelock Christopher (2007, p.25) ได้อธิบายไว้ว่าการปรับปรุงคุณภาพของบริการจะทำให้ลูกค้า มีความพึงพอใจในบริการเพิ่มขึ้นนอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและยังสามารถลดต้นทุนของธุรกิจได้อีกด้วย

การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

1.1 สินค้าและบริการของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ควรเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังเพศ ชายมากขึ้น ควรเพิ่มสินค้าหลากหลายประเภท และมีการจัดแสดงภายในบริเวณพื้นที่บริการเพื่อให้ลูกค้าที่ชื่นชอบได้ชมสินค้า ระหว่างรอรับบริการ เพิ่มสินค้าที่เหมาะสมกับผู้ชาย เช่น พวงกุญแจ หมวก เนคไท เข็มกลัดติดเนคไท ปากกา ผ้าเช็ดหน้า ถุงเท้า พัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันของลูกค้า เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความ สนใจและต้องการซื้อเพิ่มขึ้น สิ่งของสะสมควรมีความสวยงาม ทันสมัย ใช้วัสดุในการผลิตที่มีคุณภาพ ลูกค้าสามารถนำไปใช้งานหรือ เก็บสะสมเอาไว้หรือใช้เป็นของขวัญมอบให้ในโอกาสพิเศษต่างๆ แก่บุคคลอื่น บริการของไปรษณีย์ต้องมีความครอบคลุม มีความ หลากหลายของบริการที่จะนำเสนอให้กับลูกค้า เนื่องจากจำนวนสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ถ้า มีบริการที่หลากหลาย ครบวงจรก็จะสามารถทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการไปรษณีย์มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

1.2 ความรวดเร็วในการให้บริการเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการบริการให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการจึงจำเป็นต้องมี ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย ช่วยลดขั้นตอนการทำงานลงทำให้พนักงานมีเวลาให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น

1.3 ความปลอดภัยในการให้บริการ ทำการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์ในทางบวกเพราะลูกค้าบางส่วนยังไม่มีความมั่นใจในความปลอดภัยของบริการไปรษณีย์ เนื่องจากการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ในบางครั้งลูกค้าจะส่งสินค้าที่มีราคาแพง หรือส่งสินค้าไปต่างประเทศ ลูกค้าอาจรู้สึกว่าคุณค่าของสินค้านั้นอาจสูญหายหรือถูกขโมย บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอาจแนะนำผ่านพนักงานซึ่งเป็นผู้สื่อสารกับลูกค้าโดยตรงให้ลูกค้าส่งสิ่งของในบริการที่มีการรับประกันมูลค่าสินค้าและให้ลูกค้าเก็บใบเสร็จไว้เพื่อเป็นหลักฐานใช้ตรวจสอบข้อมูลสิ่งของทางบริการอินเทอร์เน็ต หรือสอบถามจากบริการทางโทรศัพท์

2. ด้านราคา

2.1 ราคาที่ตั้งควรมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์และบริการ โดยราคาจะพิจารณาจากต้นทุนและคุณค่าที่ลูกค้าได้รับรู้จากผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับจาก บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่นพยายามใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงอัตราค่าบริการที่มีราคาถูกกว่าบริการไปรษณีย์เอกชนและบริการมีความปลอดภัยมากกว่าเพราะเป็นบริการของรัฐวิสาหกิจที่มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดี

2.2 มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน มีขนาดใหญ่มองเห็นได้ง่าย ให้ลูกค้าสามารถพิจารณาได้ถึงความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายต่อสินค้าและบริการที่ได้รับจาก บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อความโปร่งใสและชัดเจน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3.1 ท่าเลที่ตั้ง ควรมีความครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ การเดินทางสะดวกสบายสามารถมาใช้บริการได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะนำพาหุภัณฑ์ส่วนตัวเดินทางมาใช้บริการที่ไปรษณีย์

3.2 นำเสนอจุดแข็งของบริษัทไปรษณีย์ในด้านมีสาขาและสามารถครอบคลุมได้ทั่วถึงทุกท้องที่มีบริการที่ฉับไว

3.3 การขนส่งสิ่งของต้องมีความรวดเร็ว มีระบบฐานข้อมูลที่สามารถตรวจสอบสถานะสิ่งของได้ตลอดเวลา สามารถขนส่งสินค้าไปยังผู้รับได้ตามระยะเวลาที่กำหนดและสินค้าไม่สูญหาย ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในบริการของ บริษัท

3.4 กลยุทธ์การใช้ช่องทางการจำหน่ายใหม่ โดยจัดจำหน่ายสินค้าไปรษณีย์เคลื่อนที่จำหน่ายตามแหล่งชุมชน สถานศึกษา หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ เพื่อเป็นการนำเสนอสินค้าและบริการโดยตรงให้กับลูกค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 ควรมีการออกบูธตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไปรษณีย์ที่มีอยู่ นำเสนอสินค้าที่หลากหลายสวยงามและรายละเอียดของบริการต่างๆ

4.2 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาวิทยาลัยขอนแก่น ควรมีการแจกของขวัญ ของชำร่วย ของที่ระลึก ในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึง และมีการจัดส่งให้กับหน่วยงานที่ใช้บริการเป็นประจำ

4.3 จัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยเช่นการบริจาคสิ่งของ หนังสือ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนในท้องถิ่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไปรษณีย์และลูกค้า

5. ด้านบุคลากร

5.1 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาวิทยาลัยขอนแก่น ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับทักษะด้านงานบริการให้กับพนักงานไปรษณีย์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในด้านงานบริการ การสื่อสารกับลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ บุคลิกภาพ และการแก้ไขปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในขณะปฏิบัติหน้าที่

5.2 จัดอบรมหัวข้อ การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการรักษาลูกค้าให้อยู่กับเราได้นานๆ มีผลดีอย่างไร สามารถทำได้ด้วยวิธีใดบ้าง และมีวิธีปฏิบัติอย่างไร

5.3 สร้างค่านิยมที่ดีให้เกิดขึ้นกับตัวพนักงานให้มีความรักในอาชีพ และงานบริการของตนเอง

5.4 จัดกิจกรรมพนักงานดีเด่นประจำเดือน โดยให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้เขียนชื่อพนักงานที่ให้บริการที่ดี ประทับใจ เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานดี

5.5 จัดเวลาการทำงานของพนักงานในช่วงเวลาพักให้สอดคล้องกับจำนวนผู้มาใช้บริการ เพราะ ระยะเวลาดังกล่าวจะมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก และพนักงานส่วนใหญ่จะพักพร้อมๆ กัน ทำให้มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ

5.6 ทำโครงการไปรษณีย์ยิ้มให้บริการด้วยใจโดยกระตุ้นผ่านพนักงานที่ให้บริการกับลูกค้า มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างทักษะและอารมณ์ให้พร้อมกับการบริการสร้างความคุ้นเคยให้กับพนักงานด้วยการติดตั้งโลโก้ไปรษณีย์ยิ้มไว้ตามจุดต่างๆ ในที่ทำการเพื่อให้พนักงานเกิดการรับรู้และเกิดพฤติกรรม

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากระบวนการให้บริการดังนี้

6.1 การให้บริการลูกค้าของพนักงานจะต้องมีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกพึงพอใจในการมาใช้บริการ และได้รับบริการที่ดีจากพนักงาน

6.2 การบริการลูกค้าของพนักงานต้องเป็นไปตามลำดับคิวที่จัดไว้ การให้บริการควรมีความเสมอภาคเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกคน

6.3 ระยะเวลาในการให้บริการ ควรประชาสัมพันธ์แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสาขาที่มีการเปิดให้บริการนอกเหนือจาก ระยะเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อให้ลูกค้าไปใช้บริการในเวลาของตนเองสะดวก

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

7.1 ควรมีสถานที่จอดรถที่สะดวก กว้างขวาง และระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการ เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร และห้องน้ำ ไว้บริการลูกค้าระหว่างรอรับการให้บริการ

7.2 การจัดวางตำแหน่งของป้ายแนะนำการใช้บริการและค่าธรรมเนียมการบริการต่างๆ ควรมีความชัดเจนและสังเกตเห็นได้ง่าย

7.3 การจัดตกแต่งสถานที่ควรสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ เพราะในแต่ละวันมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก อาจทำให้เกิดความไม่สะอาด ควรจัดให้มีผู้มีหน้าที่รับผิดชอบคอยดูแลอยู่เสมอ

8. ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ

8.1 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น ด ควรพัฒนาให้มีความรวดเร็วในการให้บริการมากขึ้น โดยเฉพาะบริการรับ-ส่งเงินออนไลน์ เนื่องจากในบางครั้งจะมีปัญหาการส่งเงินล่าช้ากว่าระยะเวลาที่ระบุไว้ทำให้ลูกค้าไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

8.2 เมื่อเกิดปัญหาขัดข้องในส่วนของอุปกรณ์ เครื่องมือ ระบบการให้บริการ ควรได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การมาใช้บริการของลูกค้าไม่เกิดการเสียเวลาในการรอคอย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น เท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจึงเป็นความคิดเห็นของประชากรบางส่วนเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่ทำการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาอื่นๆ เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับงานด้านบริการ

2. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อจะได้ทราบปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งจะสามารถแก้ไขได้อย่างถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ spss for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- ธานีรัตน์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนธ์.
- นารีรัตน์ พักเพ็ญบุญ. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส.บี.ดีไซด์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. [ม.ป.ป.]. *ประวัติความเป็นมาของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2551, จาก <http://www.thailandpost.com/history.php#1>
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.[ม.ป.ป.]. *คู่มือการใช้บริการไปรษณีย์*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2551, จาก http://www.thailandpost.com/download/dirsucat.asp?cat_id=60
- ปัญญา ชิมสือ. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พัชรี สกฤตตันศักดิ์. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี*. รายงานวิจัยวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเน็ตโมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี*. งานนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาจิตรลดา*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Lovelock, Christopher;& Jochen, Wirtz. (2004). *Service marketing people, technology, strategy*. 5th ed. Singapore: Pearson prentice Hall.
- _____. (2007). *Service marketing people, technology, strategy*. 6th ed. Singapore: Pearson prentice Hall.

Translated Thai References

- Bunlue, H. (2013). *Customers' satisfaction on service at government savings bank chitralada branch*. (Master of Business Administration. Independent study, Sripatum University). (in Thai).
- Chimsue, P. (2004). *Satisfaction of tourist towards khao laen ya mukosamet national park*. (Master of communication arts). Thesis, Rambhailarni Rajabhat University). (in Thai)
- Jaruchpun, P. (2014). *Customer satisfaction towards service quality of customer service G-Net mobile center Chanthaburi*. (Master of Public Administration. Thesis, Burapha University). (in Thai).
- Pung pian boon, P. (2011). *The marketing factors that effect to customers' behavior of purchasing product in SB Design square center, Bangkok*, (Master of Business Administration. Thesis, Srinakarinwirot University). (in Thai).
- Sakulrattanasak, P. (2011). Satisfaction of buyers in Rama V fresh market in Nonthaburi province. *Journal of Rachapuekocollege*. (in Thai).
- SinJarua, Th. (2007). *Research and SPSS Analysis*. 7th ed. Bangkok: Inter fine company. (in Thai).
- Thai post company. (n.d.). *Instruction of Thai post company service*. Retrieved August 8, 2008, from http://www.thailandpost.com/download/dirsucat.asp?cat_id=60 (in Thai).
- Thai post company. (n.d.). Thai post company story. Retrieved August 5, 2008, from <http://www.thailandpost.com/history.php#1> (in Thai).
- Vanishbancha, K. (2003). *Using spss for windows data analysis*. 6th ed. Bangkok. Thammasan company. (in Thai).