

ชื่อภาคนิพนธ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์
ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์นราหงส์

ผู้วจัย นายเดชา บุญก่อสร้าง ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.ไกร ฤทธิ์คำพ 2) ดร.นงพงษา อิสไยนะ
3) ดร.จันทวัลย์ สุ่นสวัสดิ์ ปีการศึกษา 2550 จำนวน 125 หน้า คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์นราหงส์ได้แล้วเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์นราหงส์ได้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์นราหงส์ได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ในระดับปานกลาง คือ ด้านราคาและอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์นราหงส์ได้ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสและรายได้ต่ำเดือนต่างกันมีความคิดเห็น ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพสมรสและรายได้ต่ำเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นใน ด้านราคา และอัตราค่าบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านสถานที่ให้บริการและด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1. 2. 3.

Term Paper Title Marketing Mix Factors Influencing on Postal Service Selection in Post Offices of Metropolitan Postal Bureau (South)

Researcher Mr.Decha Boonkosrang. Master of Business Administration (Marketing) Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: 1) Dr.Krai Ridkamroph 2) Dr.Nongpanga Leelayana 3) Dr.Chanthwan Soonsawad Academic year: 2007. 125 pp. Keywords: marketing mix factors

Abstract

This research aims to study the marketing mix factors influencing on postal service selection in post offices of Metropolitan Postal Bureau (South), and to compare the marketing mix factors influencing on postal service selection in post offices of Metropolitan Postal Bureau (South), classified by demographic traits. There were 384 samples. The questionnaire was used as a research tool. The statistical data analysis were by percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The findings indicated that the service users' opinion about marketing mix factors influencing on postal service selection in post offices of Metropolitan Postal Bureau (South) was overall at high level. When considered aspect by aspect, the opinions in product and service, and place at high level, and in price and service fee, and public relation aspects were at moderate level. The comparison results of compare the marketing mix factors influencing on postal service selection in post offices of Metropolitan Postal Bureau (South), classified by demographic traits showed that the service users with different martial status, and monthly income had the opinion in product and service aspect with statistical difference at significance level of 0.01. Those with different age, martial status, and monthly income had the opinion in price and service fee aspect with statistical difference at significance level of 0.01. Those with different martial status had the opinion in place, and public relation aspects with statistical difference at significance level of 0.05.

Student's signature

Term Paper Advisors' signature 1. 2. 3.