

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการไปรษณีย์ไทยได้รับการก่อตั้งขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นหน่วยงานสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับหน่วยงานราชการและประชาชนทุกระดับในทุกภูมิภาคเพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงกัน รวมทั้งเป็นหน่วยงานในการปฏิรูปและพัฒนาประเทศไปสู่ความเป็นอารยะ จึงเห็นได้ว่า บทบาทของกิจการไปรษณีย์ไทยปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมและตอบสนองแนวทางการพัฒนาประเทศ นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 25)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) จึงได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยแปลงสภาพแยกกิจการออกมาจาก “การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.)” ตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนากิจการไปรษณีย์ไทยให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่าภาคเอกชนและมีคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต เพื่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้บริการที่หลากหลายครบวงจรด้วยการนำเอาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีความทันสมัยมาให้บริการในระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ และมีแนวทางการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ของบริษัทที่วางไว้ในครั้งแรกว่า “เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ด้วยคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานสากลและเป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่า เป็นผู้ให้บริการรับ-ส่งข่าวสาร สิ่งของ บริการการเงิน และบริการตัวแทน ที่มีเครือข่ายกว้างขวางและเชื่อถือได้มากที่สุด” (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2546, หน้า 1, และ 8)

ในศตวรรษที่ 21 แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้การบริหารงานในทุกองค์กรต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทุกองค์กรต่างมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ เพราะลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินว่า สินค้าหรือ

บริการมีคุณภาพหรือไม่ ดังนั้นองค์กรจะต้องมีวิธีการในการค้นหาความต้องการของลูกค้า และพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2543, หน้า 6) ซึ่งในปัจจุบันการให้บริการขององค์กรถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลผลิตและความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการขององค์กรได้ ดังนั้นองค์กรทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐหรือเอกชน จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวล้วนขึ้นอยู่กับคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ

การดำเนินงานของกิจการไปรษณีย์ก่อนการแปลงสภาพเป็นบริษัทจำกัดนั้น อยู่ภายใต้การบริหารงานของการสื่อสารแห่งประเทศไทย และมีผลดำเนินงานที่ประสบภาวะขาดทุนมาอย่างต่อเนื่อง โดยรายรับต่ำกว่ารายจ่าย เฉลี่ยประมาณปีละ 40 เปอร์เซ็นต์ การขาดทุนอาจมาจากสาเหตุ 2 ประการ ประการแรก รัฐถือว่าไปรษณีย์เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการช่วยพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญยิ่งขึ้น ฉะนั้น การที่รัฐมีนโยบายให้บริการกระจายไปสู่ชนบท โดยเฉพาะท้องถิ่นทุรกันดารซึ่งมีการคมนาคมไม่สะดวก ทำให้บริการไปรษณีย์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ขณะเดียวกันมีรายรับต่ำ ประการที่สอง การคิดค่าบริการต่ำกว่าต้นทุน และโดยธรรมชาติของบริการไปรษณีย์ที่เน้นปัจจัยแรงงานของมนุษย์เป็นหลักยิ่งเป็นตัวเสริมภาวะการขาดทุนให้สูงขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น เพราะว่าประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ ของต้นทุนทั้งหมดเป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ซึ่งถือเป็นต้นทุนคงที่ ไม่แปรผันตามจำนวนที่ลดลงของบริการไปรษณีย์ (สมนึก เปรื่องประยูร, 2546, หน้า 45-46) แต่ภายหลังจากจัดตั้งเป็นบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ปรากฏว่ามีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ประกอบกับการที่รัฐบาลได้อนุมัติให้ปรับอัตราค่าบริการไปรษณีย์พื้นฐานเพิ่มขึ้น เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2547 (หลังจากมีการปรับอัตราค่าบริการครั้งล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2528) เพื่อให้ใกล้เคียงกับต้นทุนการให้บริการจริง จึงทำให้การบริหารงานในปีแรกคือ พ.ศ. 2547 สามารถพลิกสถานะของกิจการที่ขาดทุน กลับมามีผลกำไรถึง 229.20 ล้านบาท และมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีถัดไป จนถึงปี พ.ศ. 2550 มีกำไรสุทธิถึง 1,785.88 ล้านบาท นับเป็นประวัติการณ์ของกิจการไปรษณีย์ไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่เมื่อได้รับการแปลงสภาพแล้วยังสามารถดำเนินกิจการจนทำผลกำไรได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 29)

จึงเห็นได้ว่า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ดำเนินงานจนประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดีในระดับหนึ่ง แต่ในอนาคตบริษัทจะต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงอีกหลายประการ ทั้งสภาพความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก เช่น แนวโน้มการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การเปิดการค้าเสรี และการเปิดเสรีบริการไปรษณีย์ในประเทศ รวมทั้งแนวโน้มการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันนั้นกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคมีอิทธิพลอย่างยิ่ง ดังนั้นกลยุทธ์ในแข่งขันจึงต้องเน้นการสร้างแตกต่างจากคู่แข่งและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับสินค้า

และบริการของตน เพื่อให้สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่เดิมไว้ให้ได้ ซึ่งก็สอดคล้องกับจุดยืนของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่มุ่งพัฒนาองค์กรให้สามารถเลี้ยงตนเองได้ด้วยกลยุทธ์การรักษาคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาบริการใหม่ ที่ทันสมัยและมีความหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง พร้อมทั้งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีศักยภาพสูงขึ้น ซึ่งบริการที่เกิดขึ้นใหม่สามารถแบ่งตามกลุ่มธุรกิจหลัก 4 กลุ่ม ได้ดังนี้ 1) กลุ่มธุรกิจสื่อสาร ได้แก่ บริการรับฝากเอกสารและสิ่งของ ณ สถานที่ตั้ง (Messenger Post) รวมถึงบริการ ไปรษณีย์ภัณฑ์ไม่มีเจ้าหน้าที่ระบุกลุ่มพื้นที่เป้าหมาย บริการไปรษณีย์ครบวงจร (Total Mail Solution) บริการจัดส่งหนังสือเดินทางที่ได้รับการประทับตราไว้แล้ว (Courier Pass Back) 2) กลุ่มธุรกิจขนส่ง ได้แก่ บริการขนส่งสินค้าและสิ่งของขนาดใหญ่ (Logispost) 3) กลุ่มธุรกิจการเงิน ได้แก่ บริการ Pay at Post บริการธนาคารอัตโนมัติ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ (Electronic Money Order Service via Eurogiro Network) บริการโอนเงินระหว่างประเทศ เวสเทิร์น ยูเนียน (Western Union) และ 4) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ได้แก่ การจำหน่ายบัตรโทรศัพท์ บริการรับส่งจองวัตถุดิบกลุ่มจำหน่ายสินค้าที่ระลึกภายใต้ตราสัญลักษณ์ไปรษณีย์ไทย ฯลฯ (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 97)

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ทำให้ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีกำไรนั้น ในความเป็นจริงแล้วต้องยอมรับว่า ไม่ได้มาจากความสามารถในการบริหารจัดการหรือการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเพราะมีปัจจัยเสริมมาจากการปรับเพิ่มอัตราค่าบริการไปรษณีย์พื้นฐาน เช่น การฝากส่งจดหมายธรรมดาในพิภคน้ำหนักแรกไม่เกิน 20 กรัม จากราคาเดิมฉบับละ 2 บาท ปรับราคาเป็น 3 บาท เมื่อต้นปี พ.ศ. 2547 ซึ่งจะเห็นว่าการปรับเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 33 และหากนํารายได้จากผลการดำเนินงานของปี พ.ศ. 2551 ที่มีรายได้รวม 15,830.54 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2550 มีรายได้รวม 16,628.83 ล้านบาท มาเปรียบเทียบกับกันจะพบว่า ปี พ.ศ. 2551 มีรายได้ลดลงถึง 798.30 ล้านบาท (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 69)

จากแนวโน้มปัจจัยเสี่ยงด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต และจากการเปรียบเทียบรายได้ระหว่าง ปี พ.ศ. 2551 กับ ปี พ.ศ. 2550 ที่พบว่ามียอดรายรับลดลง รวมทั้งผลการดำเนินงานของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ใน 2 ไตรมาสแรกของ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า มีรายได้ต่ำกว่าเป้าหมายเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานที่ผ่านมายังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกคน จะต้องร่วมมือปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนาระบบการให้บริการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง เพราะในอนาคตอันใกล้นี้ธุรกิจไปรษณีย์คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะถูกเปิดเสรี โดยสิ่งที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต้องพิจารณาอย่างยิ่ง คือ ทำอย่างไรจะให้บริษัทอยู่รอดได้อย่างเหมาะสม และทำอย่างไรจะให้ผู้ใช้บริการเดินเข้า

มาจ่ายเงินให้กับที่ทำการไปรษณีย์เท่ากับที่จ่ายให้กับหน่วยธุรกิจประเภทเดียวกันอื่นๆ แต่มีความพึงพอใจมากกว่า ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากิจการไปรษณีย์ให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพสูงขึ้นจึงเป็นความสำคัญอย่างยิ่งในขณะนี้ เพราะสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบริการเพื่อดึงดูดให้ประชาชนผู้ใช้บริการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ เช่นเดิม รวมทั้งยังช่วยประชาสัมพันธ์ให้เกิดการใช้บริการของคนอื่น ๆ มากขึ้นด้วย

จังหวัดสมุทรปราการมีเขตปกครองทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และอำเภอบางเสาธง ซึ่งมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของภาคกลาง รองจากกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองอุตสาหกรรม และจากสถิติข้อมูลประชากรในทะเบียนราษฎร ปี พ.ศ. 2552 พบว่า มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,163,419 คน แยกเป็นชาย 562,746 คน และเป็นหญิง 600,673 คน (กรมการปกครอง, 2552) นอกจากนี้ยังมีประชากรแฝงที่ไม่มีชื่อในทะเบียนราษฎรอีกเป็นจำนวนมาก รวมถึงประชากรของจังหวัดใกล้เคียงที่เดินทางเข้ามาทำงานหรือเดินทางเข้าออกในแต่ละวันด้วย ดังนั้นจึงมีผู้ใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์มากขึ้น

ที่ทำการไปรษณีย์เป็นหน่วยงานระดับล่างสุดในสายงานปฏิบัติการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่มีบทบาทในการสร้างรายได้ให้มากขึ้นมีกระบวนการปฏิบัติงานตามระบบงานไปรษณีย์ใน 3 ขั้นตอน คือ การรับฝาก การส่งต่อ และการนำจ่าย ซึ่งในจังหวัดสมุทรปราการมีที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 15 แห่ง มีหน้าที่ให้บริการรับฝาก บริการไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องกับธุรกิจไปรษณีย์ ซึ่งบริการไปรษณีย์ ได้แก่ จดหมาย ไปรษณีย์บัตร สิ่งตีพิมพ์ พัสดุย่อย เครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ พัสดุไปรษณีย์ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษฯลฯ บริการการเงินได้แก่ บริการธนาคัติ บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ บริการไปรษณีย์เก็บเงิน บริการตัวแทนรับชำระเงิน (PAY AT POST) ฯลฯ แล้วส่งต่อไปยังปลายทาง เพื่อนำจ่ายข่าวสารและสิ่งของหรือสิ่งจ่ายเงินให้แก่ผู้รับตามเจ้าหน้าที่ รวมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าไปรษณีย์ สินค้าฝากขาย และบริการอื่นๆตามที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งในปัจจุบันที่ทำการไปรษณีย์มีการให้บริการในรูปแบบบริการครบวงจร (One Stop Service) ด้วยระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติที่สามารถเชื่อมโยงออนไลน์กับเครือข่ายไปรษณีย์ได้ทั่วประเทศ ซึ่งประชาชนรวมทั้งผู้ประกอบการต่างๆทั้งภาครัฐและธุรกิจเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการจึงให้ความนิยมใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่พบว่า ได้เคยมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการมาก่อน

ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นพนักงานของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และปฏิบัติงานอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ จึงมีความสนใจศึกษาค้นคว้าเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ” ใน 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสถานที่ให้บริการ 2) ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ 3) ด้านการรับรู้บริการและข้อมูลข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 4) ด้านบริการรับฝาก 5) ด้านเจ้าหน้าที่รับฝาก และ 6) ด้านเจ้าหน้าที่ นำจ่าย ซึ่งข้อมูลและสาระสำคัญจากผลการศึกษาที่ได้ จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการ พิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์การบริหาร และพัฒนาระบบการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน จังหวัดสมุทรปราการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการและสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ประชาชนผู้มาใช้บริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัด สมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อ เดือน ใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ด้านการรับรู้ บริการและข้อมูลข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ด้านบริการรับฝาก ด้านเจ้าหน้าที่รับฝาก และด้าน เจ้าหน้าที่นำจ่าย
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความ พึงพอใจต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่ง (15 ที่ทำการไปรษณีย์) ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยคิดประมาณการจากจำนวนผู้ใช้บริการจริงในช่วงระยะเวลา 1 เดือน (เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552)

2. ด้านเนื้อหาและตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดสมุทรปราการ

2.2 ด้านตัวแปรที่ศึกษา ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ศึกษาไว้ ดังนี้

2.2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

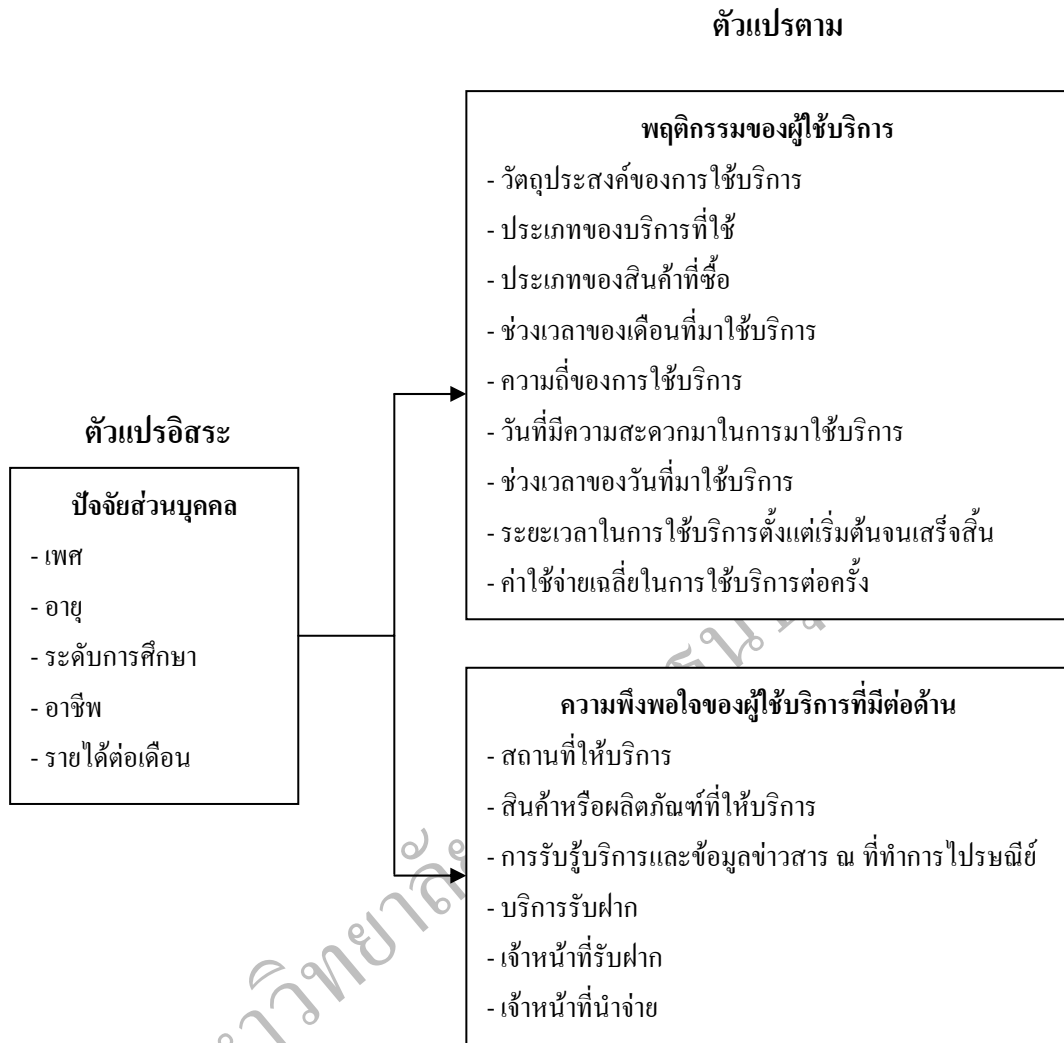
2.2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ใน 6 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่ให้บริการ 2) ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ 3) ด้านการรับรู้บริการและข้อมูลข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 4) ด้านบริการรับฝาก 5) ด้านเจ้าหน้าที่รับฝาก และ 6) ด้านเจ้าหน้าที่นำจ่าย

3. ด้านเวลา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ. 2553

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ” ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดคำนิยามศัพท์ของตัวแปรที่นำมาศึกษาไว้ดังนี้

1. บริการ หมายถึง การปฏิบัติเพื่อรับใช้การให้ความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น ให้บริการขนส่ง บริการขายสินค้า บริการรับซักรีดเสื้อผ้า บริการถ่ายภาพ ฯลฯ ในที่นี้หมายถึงบริการต่างๆ ของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บริการรับฝากหน้าเคาน์เตอร์ บริการรับชำระค่าบริการและสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ (PAY AT POST) บริการให้ความรู้และข้อมูล

ข่าวสารเกี่ยวกับงานไปรษณีย์ บริการนำจ่ายไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุไปรษณีย์ บริการจำหน่าย
สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ฯลฯ

2. ที่ทำการไปรษณีย์ หมายถึง สถานที่ปฏิบัติงานที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดตั้งขึ้น
เพื่อให้บริการด้านไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องกับธุรกิจไปรษณีย์
ในที่นี้หมายถึง ที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

3. พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก เป็นกระบวนการ
ตัดสินใจ ค้นหา เลือกซื้อและประเมินผลผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจเป็นตัวกำหนดให้
เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น ในที่นี้ หมายถึง การตัดสินใจเลือกใช้บริการและเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ของ
ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ

4. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่มาติดต่อเพื่อขอรับบริการในเรื่องใดๆ ของบุคคล หรือ
หน่วยงานที่ให้บริการในเรื่องนั้นในที่นี้ หมายถึง ผู้ใช้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัด
สมุทรปราการ

5. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือ ประทับใจ เมื่อได้รับ
การตอบสนองในสิ่งนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการในที่นี้ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี
ที่ชอบ พอใจ หรือ ประทับใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัด
สมุทรปราการ

6. ความพึงพอใจ ในด้านสถานที่ให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ
หรือ ประทับใจ ในด้านสถานที่ให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น ที่ทำ
การไปรษณีย์ตั้งอยู่ ณ ทำเลที่สามารถหาได้ง่ายไป-มาสะดวก ความสะอาดของสถานที่จอดรถ มี
ป้ายแสดงทาง เข้าออกอย่างชัดเจน มีแสงสว่างเพียงพอในบริเวณพื้นที่ที่ให้บริการ มีระบบปรับ
อากาศที่ดีมีอุณหภูมิที่พอเหมาะเย็นสบายในบริเวณพื้นที่ให้บริการ ฯลฯ

7. ความพึงพอใจในด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี
ที่ชอบ พอใจ หรือ ประทับใจ ในด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ใน
จังหวัดสมุทรปราการ เช่น สินค้าไปรษณีย์ (ซอง กล่อง วัสดุกันกระแทก ตู้รับจดหมายประจำบ้าน
 ฯลฯ) ที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับการใช้งาน สินค้าไปรษณีย์เบ็ดเตล็ด (ตู้ไปรษณีย์จำลอง ตุ๊กตาบุรุษ
ไปรษณีย์ ฯลฯ) มีรูปลักษณ์สวยงาม และสินค้าฝากขายที่นำมาวางจำหน่าย (พระเครื่อง วิชิตีเพลง
เครื่องสำอาง กาแฟ ฯลฯ) มีคุณภาพดีเชื่อถือได้ ฯลฯ

8. ความพึงพอใจในด้านการรับรู้บริการและข่าวสาร ณ ที่ทำการไปรษณีย์ หมายถึง
ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือ ประทับใจ ต่อการประชาสัมพันธ์ของที่ทำการไปรษณีย์ ใน
จังหวัดสมุทรปราการ เช่น บอร์ด/แผงประชาสัมพันธ์มีความสวยงามน่าสนใจ มีโปสเตอร์/เอกสาร

แนะนำบริการต่างๆ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการที่ประชาสัมพันธ์ในที่ทำการสามารถเข้าไปอ่าน
ได้สะดวก ฯลฯ

9. ความพึงพอใจในด้านบริการรับฝาก หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือ
ประทับใจ ในด้านบริการรับฝากของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น ขั้นตอนในการ
รับบริการมีความสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน ระเบียบหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการขอรับ
บริการมีความเหมาะสม ช่วงเวลาในการเปิด-ปิด การให้บริการมีความเหมาะสม ฯลฯ

10. ความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่รับฝาก หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ
หรือ ประทับใจ ในด้านเจ้าหน้าที่รับฝากของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น
เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ มีมนุษย
สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ ฯลฯ

11. ความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่นำจ่าย หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดี ที่ชอบ พอใจ
หรือ ประทับใจ ต่อประสิทธิภาพและคุณภาพในการปฏิบัติงาน/ประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่นำจ่าย
ของที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น เจ้าหน้าที่นำจ่ายสามารถนำส่งจดหมายและ
สิ่งของได้ถูกต้องตรงตามเจ้าหน้าที่นำจ่ายสามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามเกี่ยว
บริการต่าง ๆ ของไปรษณีย์ได้อย่างชัดเจน ฯลฯ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ
บริการของที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดสมุทรปราการ” จะเกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ
บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ

2. สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางสำหรับการพิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์ และ
พัฒนาระบบการให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ให้มีคุณภาพและมี
ประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ใช้บริการทั้ง
ในปัจจุบันและอนาคต

3. เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องของผู้สนใจต่อไป