

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. ประวัติบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
6. ระบบบริหารจัดการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
7. ประเภทบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
8. ข้อมูลที่ทำกรไปรษณีย์และบริการในจังหวัดสมุทรปราการ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สาระสำคัญของแต่ละประเด็นสามารถนำเสนอได้ในลำดับต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักขององค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจ มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไว้หลายท่าน ดังต่อไปนี้

ความหมายด้านผลิตภัณฑ์นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ตามทรรศนะต่างๆ ดังนี้

เลฟล็อก (Lovelock, 2002, p. 156 อ้างถึงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2546, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ผลผลิตหลักของอุตสาหกรรมทุก

ประเภทที่ส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ซึ่งแบ่งเป็นสินค้า (Good) คือ วัตถุหรือเครื่องมือที่มีลักษณะทางกายภาพจับต้องได้และบริการ (Service) คือ ปฏิบัติการดำเนินงานต่างๆ ของธุรกิจต่อลูกค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 407) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง สิ่งใดๆ ที่เสนอให้แก่ตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อดึงดูดการเป็นเจ้าของ เพื่อการใช้ หรือเพื่อการบริโภค โดยที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน (2547, หน้า 79) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง แนวความคิดโดยรวมของวัตถุ และกระบวนการ ซึ่งให้คุณค่าแก่ลูกค้า คำว่าผลิตภัณฑ์นี้มีนัยนิยมใช้กันในความหมายอย่างกว้าง เพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ 1) สินค้า (Manufactured Good / Product) และ 2) บริการ (Service)

ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งใดๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ บริการ บุคคล สถานที่ อาคาร ประสิทธิภาพ เหตุการณ์ ข้อมูลข่าวสาร แนวความคิด หรือหลายๆ อย่างประกอบกัน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์อาจจะอยู่ในรูปแบบที่จับต้องได้ที่ เรียกว่า สินค้า (Goods) หรือจับต้องไม่ได้ที่เรียกว่า บริการ (Service)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนั้นการที่องค์กรต่างๆ ทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านต่างๆ และสามารถนำข้อค้นพบที่ได้รับไปใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป นักวิชาการหลายท่านได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังต่อไปนี้

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีผู้ที่ให้ความหมายไว้สอดคล้องกันหลายท่าน ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541, หน้า 124) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจและลักษณะพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา เลือกรซื้อ และประเมินผลการให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภค

ปีเตอร์ และ โอลเซน (Peter and Olsen, 1990, p. 5 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2534, หน้า 5) แห่งสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association : AMA) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมผู้บริโภคว่า คือ การกระทำซึ่งส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของ

ความรู้ ความเข้าใจพฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์

อิงเกล (Engel, 1995, p. 5 อ้างถึงใน อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539, หน้า 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออกเป็นกระบวนการตัดสินใจ ค้นหา เลือกซื้อ และประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สนองความต้องการของตน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการ

มอริสัน (Morrison, 1989, p. 63 อ้างถึงใน จดลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548, หน้า 35) กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการไว้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

(1) ปัจจัยภายใน (personal factor/internal variables) ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (needs, wants and motivation) การรับรู้ (perception) การเรียนรู้ (learning) บุคลิกภาพ (personality) รูปแบบการดำรงชีวิต (life style) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self concept) ทักษะคติ (attitudes)

(2) ปัจจัยภายนอก (interpersonal factors/ external variables) ได้แก่ วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (culture and subcultures) ชั้นของสังคม (social classes) กลุ่มอ้างอิง (reference group) ผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ครอบครัว (the family)

วิลเลียม (William, 1983, p. 72 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 64) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าว่าเป็นสิ่งจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่ซื้อด้วยเหตุผลหลายประการ ดังนี้

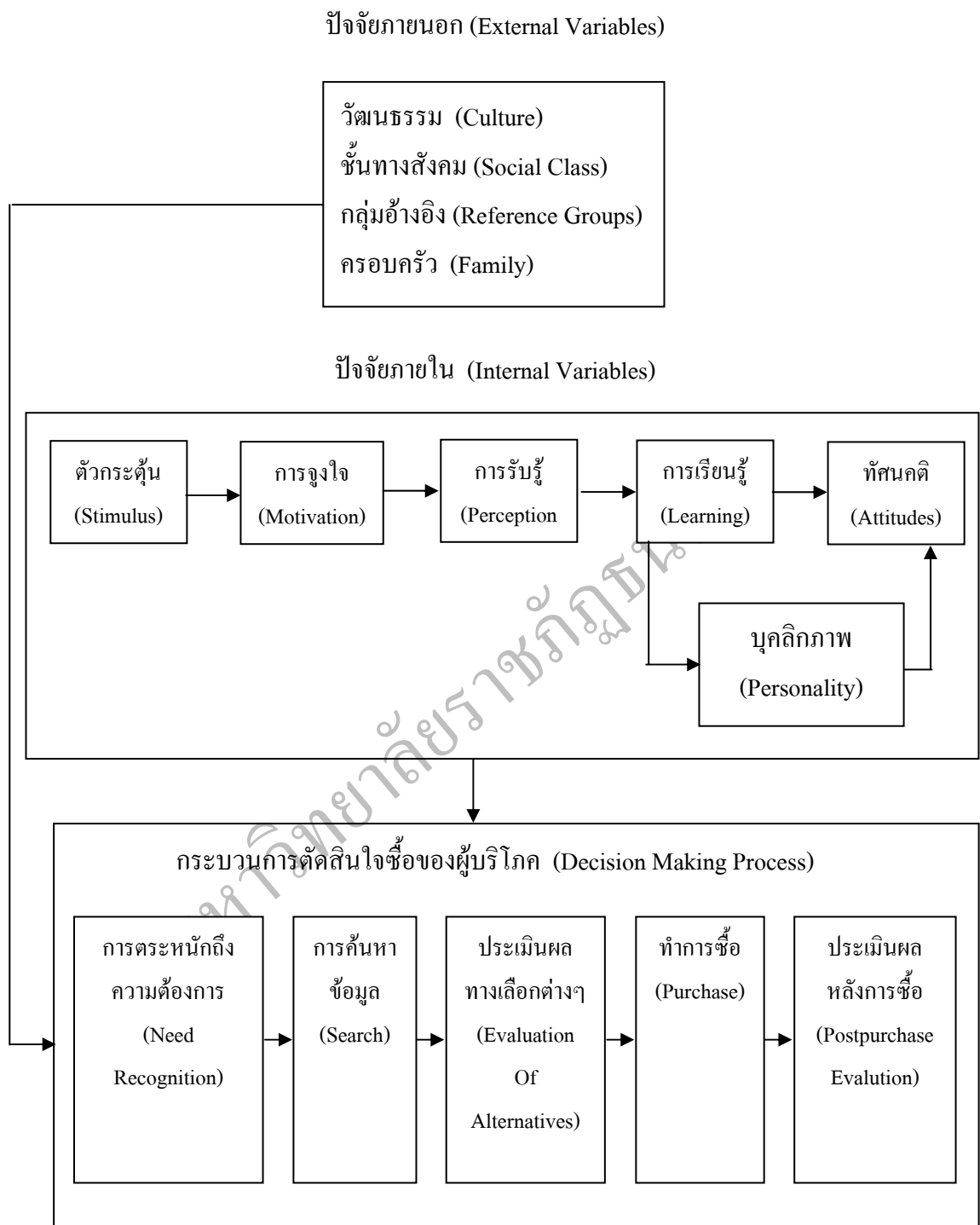
(1) เนื่องจากวิธีการที่ผู้ซื้อแสดงออกต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง

(2) จากแนวความคิดการตลาดที่ว่า ธุรกิจควรต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่ทำให้ลูกค้าพอใจ เพื่อเพิ่มความเข้าใจว่าอะไรที่ทำให้ผู้บริโภคพอใจ นักการตลาดจึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคว่าเขาจะซื้อหรือไม่ซื้อ ซื้ออะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร

(3) เมื่อนักการตลาดได้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อดีขึ้น ทำให้นักการตลาดเป็นผู้ที่อยู่ในสถานะที่ดีในการคาดคะเนถึงการตอบสนองของผู้ซื้อที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจได้

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อสินค้า และปัจจัยต่างๆ ของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจดังกล่าว นั้นสามารถแยกพิจารณาได้ 2 ประเภท คือ 1) ปัจจัยภายใน (internal variables) เช่น ตัวกระตุ้น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ และ 2) ปัจจัยภายนอก (external variables) ซึ่งเกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชั้นของสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ของผู้บริโภคว่า ซื้ออะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร จึงมีความสำคัญต่อนักธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการรวมทั้งนักการตลาดที่นำเสนอสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวในรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดแสดง ในภาพที่ 2.1 ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



ภาพที่ 2.1 รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548, หน้า 35.

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการ

1. ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546, หน้า 607) ให้ความหมายของบริการไว้ว่า หมายถึง ปฏิบัติ รับผิดชอบ และการให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ

ความหมายของการบริการ คือ งานบริการอันเป็นงานที่เกิดจากพฤติกรรมของฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้บริการตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ใช้บริการ หากเปรียบเทียบการผลิตก็เป็นการผลิตที่ผู้บริโภค บริโภคทันทีระหว่างผลิต ผลงานบริการหากออกมาในสภาวะที่เป็นสสาร และไม่เป็นสสารจับต้องสัมผัสทางกายไม่ได้ แต่สามารถสัมผัสทางอารมณ์ในรูปของความรู้สึกพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ เครื่องชี้วัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานบริการคือ ระดับความพึงพอใจและความพอใจเพียงของผู้ใช้บริการ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539, หน้า 45) ให้ความหมายของการบริการ (service) ว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน โรงแรม ตามความหมายดังกล่าวทำให้สามารถอธิบายลักษณะของการบริการได้เป็น 4 ประเภท คือ

(1) ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกก่อนที่จะมีการซื้อ เช่น คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากรับบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคลเครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

(1.1) สถานที่ (place) ต้องการสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ เช่น โรงพยาบาลต้องใหญ่โตโอโถง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งให้พอเพียง มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดี รวมทั้งให้เสียงดนตรีประกอบด้วย

(1.2) บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

(1.3) เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และให้ลูกค้าพอใจ

(1.4) วัสดุสื่อสาร (communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการ ที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

(1.5) สัญลักษณ์ (symbols) ก็คือชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

(1.6) ราคา (price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

(2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในขณะเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในระยะเวลา การให้บริการเพื่อแก้ปัญหา ข้อจำกัดด้านเวลา แก้ไขโดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการเดียว หรือใช้เครื่องมือ การรักษาคณโฑของจิตแพทย์จัดเป็นกลุ่มเล็กแทนการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือกำหนดเวลาไว้ว่า รักษาคนโฑประมาณ 30 นาที ต่อหนึ่งรายแทน 60 นาที

(3) ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจ และความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนถึงการบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุม คุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 เป็นการตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรมและธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี และขั้นตอนที่ 2 คือต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

(4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

จินตนา บุญบงการ (2539, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับต้องสัมผัส แต่ต้องได้ยาก แต่เสื่อมสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของ เวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่า การ

บริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า service ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษรทั้ง 7 ตัวดังนี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม และเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอก เห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์ของผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจ เต็มใจ ไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระตือรือร้น กระตือรือร้น ขณะให้บริการ และให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

วิชราภรณ์ สุริยาภรณ์ (2546, หน้า 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของ “การบริการ” ว่า หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่ผู้ให้บริการแสดงออก หรือ จัดกระทำเพื่อส่งมอบให้หรือตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมุ่งให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ แม้จะไม่สามารถจับต้องได้ แต่ก็สามารถรับรู้ได้ทางจิตใจ และแสดงออกได้ด้วยอาการของความพึงพอใจในส่วนที่ได้รับ และเป็นความรู้สึกที่ดีแก่ผู้มาขอรับบริการ

2. หลักการให้บริการ

เพนชานสกี และโทมัส (Penchansky & Thomas, 1975 อ้างถึงใน กนิษฐา ปุญญนิรันดร์, 2539, หน้า 6) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการที่ผู้รับบริการจะสามารถเข้าถึงการบริการได้ ดังนี้

(1) ความพอเพียงของการบริการที่มีอยู่ (Availability) คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการ

(2) การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งและการเดินทาง

(3) ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่ามีความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก

(4) ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

(5) การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้รวมถึง การยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

พาราเดอร์แมน,ไซทาล และบาร์รี่ (Paradurman, Zeithaal & Barry,1900 อ้างถึงในพิทักษ์ ทรุษิม, 2538, หน้า 33) กล่าวถึงหลักการบริการที่ดีว่าต้องประกอบด้วย

(1) ความเชื่อถือ (reliability) ประกอบด้วย

(1.1) ความสม่ำเสมอ

(1.2) ความพึงพา

(2) การตอบสนอง (responsiveness) ประกอบด้วย

(2.1) ความเต็มใจที่จะให้บริการ

(2.2) ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

(2.3) ความต่อเนื่องในการติดต่อ

(2.4) การปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

(3) ความสามารถ (competence) ประกอบด้วย

(3.1) ความสามารถในการให้บริการ

(3.2) ความสามารถในการสื่อสาร

(3.3) ความสามารถในวิชาความรู้ที่จะให้บริการ

(4) การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย

(4.1) ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการ หรือรับบริการได้สะดวกไม่ควรมีระเบียบ

ขั้นตอนมากมาย

(4.2) ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย

(4.3) เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ

(4.4) อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก

(5) ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy)

- (6) การสื่อสาร (communication)
- (7) ความเชื่อถือ (credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
- (8) ความมั่นคง (stability) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ
- (9) ความเข้าใจ (understanding) ประกอบด้วย
 - (9.1) การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - (9.2) การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - (9.3) การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
- (10) การสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ประกอบด้วย
 - (10.1) การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับการบริการ
 - (10.2) การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
 - (10.3) การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

สรุปได้ว่า หลักการบริการที่ดี ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึง มีความพร้อมให้บริการอย่างสม่ำเสมอ รวดเร็ว เพียงพอและน่าเชื่อถือ รวมทั้งให้บริการด้วยความเสมอภาค มีความสะดวก ขั้นตอนการเข้ารับบริการไม่ยุ่งยากเกินไป และมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

วีรพจน์ ลือประสิทธิ์สกุล (2540, หน้า 81) กล่าวว่า คุณภาพ คือความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ โดยคุณภาพคือการบริการที่ยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าประสงค์นั่นเอง ซึ่งครอบคลุมไปถึงความต้องการหรือความคาดหวังหรือความพึงพอใจของลูกค้า

วิฑูรย์ สิมะโชคคี (2542, หน้า 3) กล่าวว่า คุณภาพ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีความเป็นเลิศในทุกด้าน เป็นไปตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ปราศจากการชำรุดหรือข้อบกพร่อง ดังนั้น คุณภาพจะมีความหมายต่างกันไปตามความรู้สึกหรือความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งมักจะวัดกันด้วยความพึงพอใจหรือความประทับใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

สำหรับ ปฏิพล ตั้งจักรวานนท์ และธนิกานต์ มาณะศิริวานนท์ (2547, หน้า 13) ได้กล่าวถึง คุณภาพว่าหมายถึง การตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า การให้บริการที่มีคุณภาพในระดับโลกนั้น จะมีการแข่งขันกันมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่เสมอ ดังนั้น ลูกค้าจึงมีความต้องการที่ซับซ้อนและสูงขึ้นส่งผลให้มีความจำเป็นที่ผู้ให้บริการจะต้องพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง คุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่สุด สำหรับความสำเร็จในการให้บริการลูกค้า

นอกจากนี้ กำพล กิจชระภูมิ และสุชาติ ยิวรี (2546, หน้า 7) ได้รวบรวม ความหมายของ **คุณภาพ** ที่ปรมาจารย์ด้านคุณภาพแต่ละท่านได้บัญญัติไว้ สรุปได้ว่า **คุณภาพ** หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม

วัชระ ตาสอน (2548, หน้า 8) สรุปได้ว่าคุณภาพบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นเลิศได้มาตรฐานปราศจากการชำรุดบกพร่องสนองตอบความต้องการให้แก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีต้นทุนที่เหมาะสม

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2539, หน้า 25) กล่าวว่า คุณภาพ คือ หัวใจของการบริการ คุณภาพของการบริการมาจาก นโยบาย ระบบ และคน ที่เน้นคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) ธุรกิจบริการต้องมีนโยบายการบริการที่ดี ซึ่งนโยบายนี้รวมถึงปรัชญาการให้บริการและความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจและความสุขให้แก่ลูกค้า และแฝงไปด้วยการให้เกียรติแก่ลูกค้า และการให้ความสำคัญแก่ สถานที่ ห้องน้ำ และบรรยากาศในการต้อนรับลูกค้า สำหรับพนักงานควรจัดให้มีสถานที่ทำธุระส่วนตัวโดยไม่รบกวนลูกค้า

(2) ธุรกิจบริการต้องมีระบบการให้บริการที่ดี หมายถึง

(2.1) ระบบเกี่ยวกับการวางตัวและกริยาท่าทาง ตลอดจนทัศนคติที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า

(2.2) ระบบเกี่ยวกับวิธีการทำงานทุก ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นหน้าทำงานด้านการต้อนรับ การทำความสะอาด การอธิบาย การให้ข้อมูลหรือการตอบคำถามของลูกค้า การตกแต่งสถานที่ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะต้องกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน

(2.3) ระบบเกี่ยวกับการให้อำนาจพนักงาน หรือผู้ให้บริการได้พิจารณา และตัดสินใจในการทำงานซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากวิธีการทำงานที่เคยปฏิบัติตามปกติเพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์พิเศษ ซึ่งอาจจะต้องให้บริการเหนือความคาดหมายของลูกค้า

(2.4) ระบบเกี่ยวกับการพุดจาที่มีการทักทายลูกค้าและการกล่าวขอบคุณ เพื่อให้เกียรติแก่ลูกค้า ตลอดจนถ้อยคำที่จะต้องพูดในระหว่างที่ให้บริการแก่ลูกค้า

(2.5) ระบบเกี่ยวกับการจำชื่อลูกค้า และทักทายลูกค้าด้วยชื่อของเขา ตลอดจนกริยาท่าทางที่นอบน้อม และการไหว้ลูกค้าเพื่อให้เกียรติ

(2.6) ระบบเกี่ยวกับการรับฟังและสังเกตความต้องการของลูกค้า และพยายามตอบสนองและจดจำ หรือบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการในครั้งต่อไป

(2.7) ระบบวิจยความเห็นของลูกค้าที่ทำการสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ปรับตัวตามข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

(3) ธุรกิจบริการ ต้องมีคนที่ให้บริการที่ดี หมายถึง ตั้งแต่

(3.1) ระบบการคัดเลือกบุคคลที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับงานบริการ เช่น มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกที่เป็นมิตรและอบอุ่น และมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ

(3.2) ระบบการอบรมที่ดี หมายถึง หลักสูตรการฝึกอบรมที่ชี้ให้เห็นบทบาทของผู้ให้บริการที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นกิริยา ท่าทาง สีหน้า การพูดจา น้ำเสียง และบทพูดในการให้บริการ

(3.3) การฝึกอบรมในห้องเรียน และการฝึกปฏิบัติตลอดจนระบบที่เลี้ยง ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยและความชำนาญ

อนุเทพ เบื้องบน (2544, หน้า 31-33) กล่าวไว้ว่า ความหมายของคุณภาพอาจจะหมายความดังนี้

(1) ความหมายแบบเก่า คือ ทำผลิตภัณฑ์หรือบริการเหมือนมาตรฐาน ผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้าโดยผลิตสินค้าแบบเดิมๆ ไม่มีการพัฒนาหรือการสร้างมาตรฐาน และส่งสินค้าให้กับ ลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าว่าต้องการอย่างไรเกี่ยวกับสินค้าที่มาส่ง ความหมายแบบเก่านี้ คุณภาพของสินค้าหรือบริการต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน

(2) ความหมายแบบใหม่ คือ ความพอใจของลูกค้า หรือผู้ใช้สิ่งที่จะช่วยเหลืออย่างเหมาะสม คุณภาพของสินค้าหรือบริการต้องมีความพึงพอใจที่รวมอยู่ด้วย ผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้าโดยผลิตสินค้าที่มีการพัฒนาคุณภาพที่ดีขึ้น โดยสร้างความเชื่อถือ ในส่วนของมาตรฐานสินค้า ความรวดเร็วในการขนส่ง และต้องการทราบว่าลูกค้ามีความต้องการอย่างไรเพื่อจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นที่สุด ดังนั้น คุณภาพ จึงเท่ากับ ความพึงพอใจของลูกค้า

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพ คือ หัวใจของการบริการ คุณภาพของการบริการมาจากนโยบายการบริการที่ดีมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจและให้ความสุขให้แก่ผู้รับบริการ มีระบบการให้บริการที่ดี และมีคนที่ให้บริการที่ดี ที่ผ่านการคัดเลือกและการอบรม จนเกิดความชำนาญคุ้นเคย การที่ผู้รับบริการจะพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับนั้น ผู้ให้บริการต้องให้บริการด้วยหลักการบริการที่ดีซึ่งมีอยู่หลายด้าน มีความเข้าใจและเห็นใจผู้มารับบริการ การปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเต็มความรู้ความสามารถ และด้วยความเต็มใจ ซึ่งลักษณะต่างๆ นี้จะบ่งบอกถึงความเป็นนักบริการที่มีจิตบริการ (service mind) และเป็นคนมีคุณภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542, หน้า 793) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง รัก ชอบใจ คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “satisfaction” ซึ่งมีความหมายทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้ ดังนี้

เดวิส (Davis, 1968 อ้างถึงใน พิเชษฐ เศษอุดมศิริกุล, 2542, หน้า 28) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลเมื่อความต้องการพื้นฐานทั้งทางร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนอง พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นความพยายามที่จะจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่สมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวออกไปได้ มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

ชรีณี เชนจินดา (อ้างถึงใน ชีระ อินทรลาวัณย์, 2546, หน้า 15) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

วไลรัตน์ สวัสดิ์ (2546, หน้า 20) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนที่ดีที่ชอบ พอใจ หรือ ประทับใจ เมื่อได้รับการตอบสนองในสิ่งนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

หลุย จำปาเทศ (2533 อ้างถึงใน ชีระ อินทรลาวัณย์, 2546, หน้า 15) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาจะมีความสุข ซึ่งสังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

นิรันดร์ ประชัญกุล (2547, หน้า 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่า เป็นไปในลักษณะทิศทางบวก หรือทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

ฟิตเซอร์รัลด์ และคูแรนท์ (Fitzgerald & Durant, 1980, p.11 อ้างถึงใน สุทธิ ปันมา, 2535, หน้า 20) กล่าวถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (public service satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการของหน่วยงานการปกครอง

ท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (perception) ถึงการส่งมอบการบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็แตกต่างกันไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับเกณฑ์ (criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้รวมทั้งการตัดสินใจ (judgment) ของบุคคลนั้น โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

- (1) ด้านอัตวิสัย (subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบการบริการ
- (2) ด้านวัตถุวิสัย (objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการ

บริการ

เชลลี เมย์นาร์ด (Shelly, Maynard W, 1975, อ้างถึงใน คลฤทัย มานะกิติวิภาค, 2550, หน้า 11) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วมีความสุข ความสุขเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากรู้สึกในทางลบอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่เป็นระบบ ย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือ ความรู้สึกทางบวกเพิ่มมากขึ้นอีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกทางบวกมากกว่า ความรู้สึกทางลบ

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2543, หน้า 12) ได้สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจ ของลูกค้า เป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้า หรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่ม อาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องแยกแยะความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักๆ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ ความต้องการดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับราคา คุณภาพ การส่งมอบ และการบริการ เป็นต้น

พิพัฒน์ ก่องกิจกุล (2546, หน้า 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องของความรู้สึกสมหวังหรือเกินความคาดหวังที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการบริการซึ่งสิ่งที่มีความสำคัญอย่างแท้จริงต่อความสำเร็จของธุรกิจในทุกวันนี้ คือความพึงพอใจของลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 140) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (customer satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการและความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความตั้งใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความ พึงพอใจนั้นยังคงอยู่หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (customer loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

จากความหมายของความพึงพอใจตามที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดี หรือทัศนคติในทางบวกของบุคคล ซึ่งมักเกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนอง

ตามที่ตนต้องการ ก็จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นนั้นก็คือทัศนคติทางลบนั่นเอง ความรู้สึกสมหวังที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการและมีความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการนั้น ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวทางหนึ่งในการวิเคราะห์ถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ

2. แนวคิดความพึงพอใจ

มิลเลต (Millet, 1954, อ้างถึงใน อ้อยทิพย์ กองสมบัติ, 2538, หน้า 8) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานของรัฐนั้น ควรพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

(1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) โดยยึดหลักว่า คนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมกันนั้นหมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสถานะเท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติผิว หรือความยากจน ตลอดจนสถานะทางสังคม

(2) การให้บริการอย่างทันเวลา (timely service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใด ๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพหากไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้ว การบริการนั้น ก็ถือว่า ไม่เป็นสิ่งที่ถูกต้องและน่าพอใจ

(3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) นอกจากการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและให้อย่างรวดเร็วแล้ว ต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมด้วย

(4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) คือการให้บริการตลอดเวลา ต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

(5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) เป็นการบริการที่มีความเจริญก้าวหน้าไปทั้งทางด้านผลงานและคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

นิตยาพร เสมอใจ (2547, หน้า 156-158) ชี้ให้เห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าจะทำให้เราทราบว่า ควรจะพิจารณาที่ปัจจัยใดบ้างในการที่จะทำการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขและหาทางป้องกันปัญหาต่างๆ ที่จะกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นได้เพื่อลดความรู้สึกไม่พึงพอใจให้น้อยที่สุดและเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ คุณภาพการบริการ ราคา สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพสินค้าที่ใช้ร่วมกับบริการ

สิ่งสำคัญในการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่

(1) คุณภาพที่ลูกค้าต้องการจากบริการของเราในปัจจุบันเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพของการบริการในปัจจุบัน เพื่อใช้ปรับปรุงและพัฒนาให้อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

(2) คุณภาพใหม่ที่ลูกค้าให้ความสนใจ คำตอบที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการเพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

(3) คุณภาพของกลุ่มแข่งขันที่เหนือกว่า ในสายตาของลูกค้าจะทำให้ทราบว่ายังมีจุดอ่อนด้านใดบ้างเพื่อที่จะนำมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงกว่าหรืออย่างน้อยเท่าเทียมกับที่คู่แข่งทำได้เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและดึงลูกค้าจากคู่แข่ง

(4) ขั้นตอนการตัดสินใจของลูกค้าคำตอบที่ได้จะช่วยให้เราสามารถมองเห็นภาพของกระบวนการในการตัดสินใจของลูกค้า และสามารถหาวิธีการในการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม

(5) ต้นทุนในการซื้อและใช้บริการเมื่อได้รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายไปกับการซื้อและบริการจะทำให้เราสามารถนำมาเป็นแนวทางในการควบคุมให้ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเป็นต้นทุนของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและพยายามลดต้นทุนของลูกค้า

(6) สิ่งที่จะช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของลูกค้าดีขึ้น คำตอบที่ได้จะถูกนำไปเป็นเกณฑ์ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของลูกทำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(7) แผนงานของลูกค้าในอนาคต คำตอบที่ได้รับจะช่วยให้ทราบและเตรียมแผนการในการพัฒนาและนำเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการในอนาคตก่อนที่คู่แข่งจะสามารถสร้างสรรค์ได้

(8) แนวโน้มของรสนิยมของลูกค้าการรักษาระดับการบริการให้อยู่ในรูปแบบเดิมอาจช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาระดับของกลุ่มลูกค้าและรายได้ในระดับหนึ่ง แต่การไม่พัฒนาสิ่งใหม่จะกลายเป็นการทำลายตนเองอย่างช้าๆ เนื่องจากในขณะที่เราหยุดอยู่กับที่ คู่แข่งกันได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บริการของเราก็จะกลายเป็นความล้าหลังไป

จากแนวคิดที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าโดยทั่วไปแล้วจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความพึงพอใจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ คุณภาพการบริการ ราคา สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพสินค้าที่ใช้ร่วมกับบริการ ดังนั้น องค์กรธุรกิจสมัยใหม่ ที่มุ่งเน้นการบริหารงานในเชิงรุก จึงให้ความสำคัญในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า และนำมาเป็นแนวทางแก้ไขปัญหา ปรับปรุงการ

ดำเนินงาน และพัฒนาคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

3. ทฤษฎีความพึงพอใจ

มาสโลว์ (Maslow, 1968 อ้างถึงใน นพดล ชนธรรมสถิต และ เทียมดาว ทองโกฏ, 2547, หน้า 13-15) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษ ได้สร้างทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น ซึ่งมีสมมติฐานอยู่ 3 ประการ ได้แก่

(1) มนุษย์มีความต้องการตลอดเวลาไม่มีที่สิ้นสุด ตราบใดที่ยังมีชีวิตอยู่
(2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วก็จะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมนั้นอีกต่อไป ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นจึงจะมีอิทธิพลจูงใจต่อไป

(3) ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากต่ำไปสูงตามลำดับความสำคัญ ในเมื่อความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นสูงจึงจะตามมา

ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับความต้องการของมนุษย์ ออกเป็น 5 ลำดับขั้น คือ
ขั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และการพักผ่อน เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (security or safety needs) เป็นความต้องการที่จะป้องกันตนเองให้พ้นจากอันตราย หรือถูกแย่งชิงสิ่งของที่ตนเป็นเจ้าของ

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (social or belonging needs) เป็นความต้องการที่จะอยู่ร่วมกับคนอื่น และมีสถานภาพทางสังคมที่สูงขึ้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (esteem or status needs) เป็นความต้องการมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจ และรู้จักตนเอง หรือความต้องการประจักษ์ในตนเอง (self-realization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ที่อยากจะทำอะไรให้สำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง

กล่าวได้ว่า ทฤษฎีของ มาสโลว์ ซึ่งให้เห็นว่ามนุษย์มีความต้องการ 5 ขั้น เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานขั้นหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วขั้นอื่น ๆ ที่สูงกว่าก็จะเกิดตามมาเป็นลำดับ ซึ่งจะมีความสำคัญกับบุคคลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับว่า ความพึงพอใจที่ได้รับนั้นสนองตามความต้องการของบุคคลนั้นๆ เพียงใด

เฮอส์สเบอร์ก (Herzberg อ้างถึงใน คลฤทัย มานะกิติวิภาค, 2550, หน้า 17) ได้อธิบายถึงทฤษฎีสองปัจจัย (two factors theory) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยจูงใจ หรือปัจจัยกระตุ้น (motivation

factors) และ ปัจจัยบำรุง (maintenance factors) ว่า ปัจจัยจิตใจเป็นปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความพึงพอใจในการทำงานนั้น แต่ถ้าหากขาดปัจจัยบำรุงก็อาจมีผลทำให้บุคคลเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานนั้นได้ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยบำรุงเป็นเสมือนเครื่องช่วยสนับสนุนให้ปัจจัยจิตใจคงอยู่ต่อไป ดังนั้นจึงควรมีปัจจัยทั้งสองอย่างพอดี จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ เกิดจากปัจจัยจิตใจ หรือ ปัจจัยกระตุ้น และปัจจัยบำรุง เพื่อตอบสนองความต้องการให้ตนเองมีความสุข ก็คือความพึงพอใจ ซึ่งตรงกับทฤษฎีของมาสโลว์ คือความต้องการพื้นฐาน 5 ชั้นของมนุษย์ แต่ความต้องการของมนุษย์ไม่เคยถึงที่สุด เนื่องจากมนุษย์ยังมีความต้องการอยู่ตลอดเวลา และไร้ขีดจำกัด ดังนั้น ความต้องการขั้นที่ 5 คือ ความต้องการที่จะเข้าใจ และรู้จักตนเอง จึงเป็นการยากที่มนุษย์จะมีความรู้สึกนั้นได้

4. การวัดความพึงพอใจ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 39) กล่าวว่า ในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ นั้นมีอยู่หลายวิธี ดังนี้

(1) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มของบุคคลที่ต้องการวัดให้ แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ

(2) การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามได้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

(3) การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น

นภดล ธนธรรมสถิต และเทียมดาว ทองโกฏิ (2547, หน้า 28) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจเป็นการวัดความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะหนึ่งลักษณะใด เทคนิคของลิเคิร์ต (Likert's scale) เป็นแบบหนึ่งที่สามารถใช้กับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางโดยการสร้างประโยคหรือข้อความเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่ต้องการวัดเมื่อวัดทัศนคติในประเด็นต่างๆ ครบทุก

ประเด็นแล้วนำคะแนนที่ได้ในแต่ละประเด็นมาหาค่าเฉลี่ยเป็นค่าทัศนคติวิธีการที่ใช้วัดได้อย่างกว้างขวางกว่าแบบอื่นๆ และสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่องรวมทั้งให้ค่าความเที่ยงตรงสูง

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535, หน้า 15) ได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการวัดความพึงพอใจไว้ดังนี้ คือ

- (1) เพื่อจะได้เข้าใจถึงปัจจัยต่างๆทั้งด้านส่วนบุคคล ด้านงาน ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการทำงาน
- (2) เพื่อจะได้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับการปฏิบัติงานว่า อะไรเป็นสาเหตุให้คนทำงานได้ดี
- (3) เพื่อให้เข้าใจว่าหน่วยงานลักษณะใดที่คนพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ รวมทั้งเกี่ยวกับการจัดและการบริหารหน่วยงานนั้น
- (4) เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลของการไม่พึงพอใจงาน เช่น การขาดงาน การลางาน และการออกจากงาน

สรุปได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อบริการนั้น สามารถที่จะทำได้หลายวิธี เช่น การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้ โดยเฉพาะความพึงพอใจอาจจะมีสาเหตุมาจาก ปัจจัย หรือสิ่งเร้าต่างๆหลายด้าน โดยสิ่งเร้าอาจหมายถึงบริการที่ได้รับจากการสังสรรค์ หรือ ปฏิบัติก็ได้ ความพึงพอใจอาจเกิดขึ้นได้จากการที่บุคคลได้รับสิ่งที่ตนปรารถนา หรืออยากอยู่ใกล้ชิดความพึงพอใจจึงเป็นทั้งพฤติกรรมและกระบวนการในการช่วยลดความตึงเครียด ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกวิธีการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยการใช้แบบสอบถาม

ประวัติบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

กิจการไปรษณีย์ไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2426 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นหน่วยงานสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการให้บริการติดต่อสื่อสาร สำหรับหน่วยงานราชการและประชาชนทุกระดับ ทุกภูมิภาค ให้สามารถดำเนินการได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงกัน รวมทั้งเป็นหน่วยงานในการปฏิรูปและพัฒนาประเทศไปสู่ความเป็นอารยะ จึงเห็นได้ว่าบทบาทของกิจการไปรษณีย์ได้ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมและตอบสนองแนวทางการพัฒนาประเทศ นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 25) จากนโยบายรัฐบาลที่ต้องการแปรสภาพรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่าภาคเอกชน โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรสภาพการสื่อสารแห่งประเทศไทยตามแผนแม่บทพัฒนากิจการ โทรคมนาคม และพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 236)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้จัดตั้งขึ้นมาเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในรูปแบบบริษัท จำกัด ในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ และมีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป และพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจ เพื่อให้กิจการไปรษณีย์ มีความทันสมัย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเพื่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดไป โดยให้บริการที่หลากหลายครบวงจรเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในทุกกระดับ รวมทั้งหน่วยงานธุรกิจต่างๆ (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2551, หน้า 1)

1. วิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์

1.1 วิสัยทัศน์

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้มีการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ให้เหมาะสมตามสภาพและสภาวะการณ์ของระบบเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ในปี พ.ศ. 2551 บริษัท ได้วางวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์ ด้วยเครือข่ายที่มีคุณภาพ กว้างไกล ใกล้ชิดคนไทย และเชื่อถือได้มากที่สุด”

1.2 ภารกิจ

1.2.1 ให้บริการไปรษณีย์และบริการการเงินที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

1.2.2 ขยายขอบเขตของบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางขึ้น

1.2.3 ขยายขอบเขตการให้บริการสู่บริการในลักษณะหรือรูปแบบใหม่ๆ

1.2.4 พัฒนาบริการและการบริหารงานของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.3 วัตถุประสงค์การดำเนินงาน

1.3.1 เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

1.3.2 เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในองค์กรทุกระดับ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

1.3.3 เพื่อวางรากฐานพัฒนาองค์กรในระยะเวลา 5 ปี ข้างหน้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สถานะการแข่งขันได้อย่างมั่นคง โดยพัฒนาบุคลากรให้สามารถเรียนรู้และทำงานในรูปแบบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. นโยบายด้านการให้บริการ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้บริการไปรษณีย์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่อง ที่มีคุณภาพดี รวดเร็ว ตรงเวลา ในอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

2.1 ด้านการตลาด เพื่อมุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

2.2 ด้านการเงินและการลงทุน เพื่อดำเนินการให้พึ่งตนเองได้ ในด้านการเงินและสามารถลงทุนขยายงานต่อไปในอนาคต

2.3 ด้านบุคลากรเพื่อบริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้มีสวัสดิการด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม

2.4 ด้านการบริหารและการจัดการ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ตระหนักในความรับผิดชอบ และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน โดยยึดหลักการให้ความเป็นธรรมในการปกป้องผลประโยชน์และสิทธิประโยชน์ การรับรู้ข้อมูล และการสามารถตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทได้ทาง Web Site www.Thailandpost.co.th และใช้นโยบายกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมายและสร้างความมั่นใจว่า สิทธิดังกล่าวได้รับการคุ้มครองและปฏิบัติด้วยดีตามข้อกำหนดของกฎหมายและระเบียบ ในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องคือ รัฐบาล พนักงาน คู่ค้า คู่แข่ง และสังคม

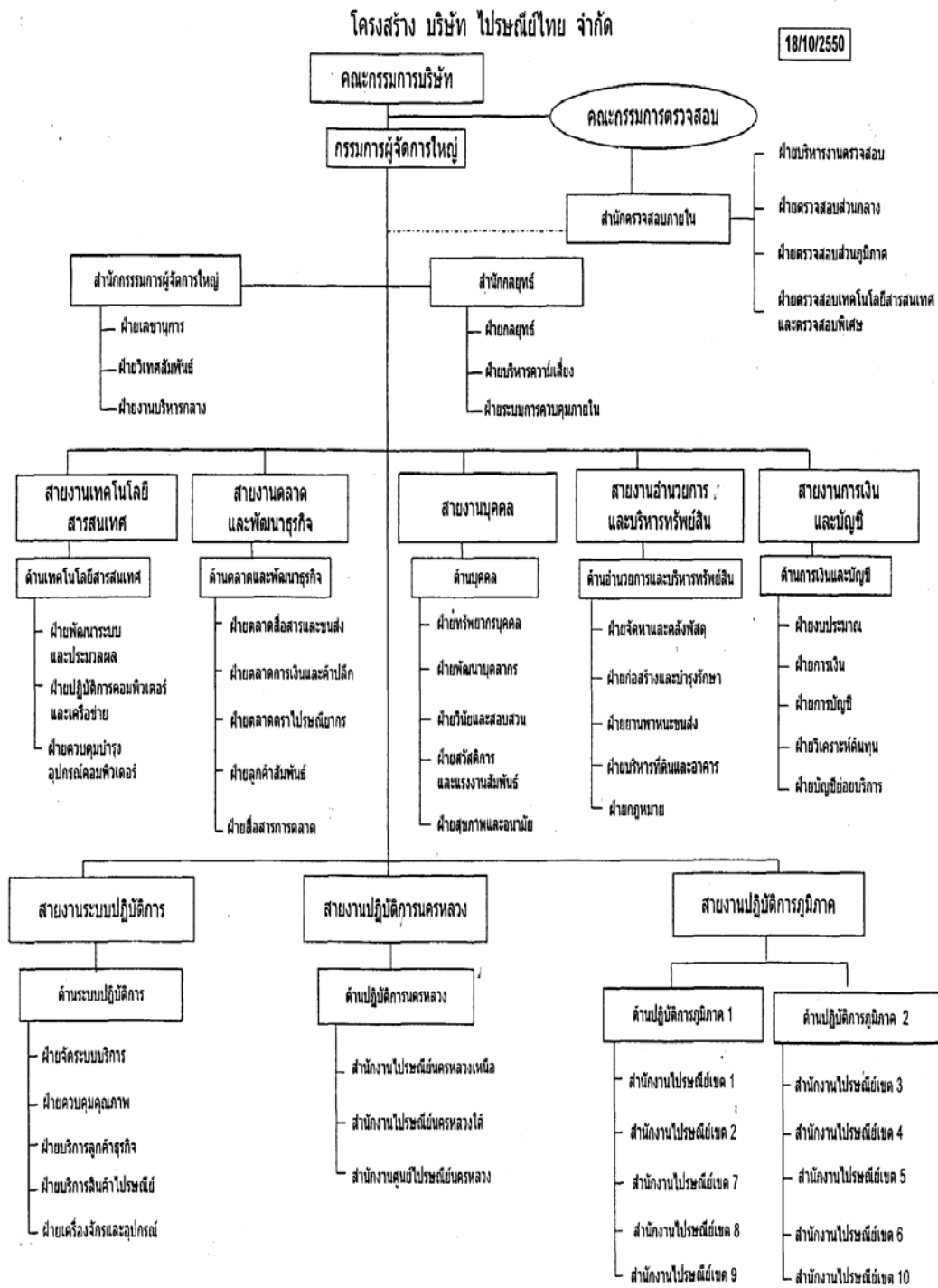
ในอดีตก่อนการแปลงสภาพมาเป็นบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด นั้น การให้บริการไปรษณีย์ประสบปัญหาการขาดทุนมาตลอดเนื่องจากอัตราค่าบริการไปรษณีย์พื้นฐานที่ไม่สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง และการปรับปรุงอัตราค่าบริการครั้งสุดท้ายเกิดขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2528 ในขณะที่รัฐบาลกำหนดให้หน่วยงานด้านไปรษณีย์ต้องมีการลงทุนในการพัฒนาระบบเครือข่ายการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศเมื่อมีการแปลงสภาพในระยะแรกคณะกรรมการบริษัทได้ผลักดันให้มีการทบทวนบทบาท ภาระหน้าที่ กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ในเวลาที่เร็วขึ้นภายในระยะเวลา 3 ปี โดยมองเห็นว่า เป็นองค์กรที่มีจุดเด่นในเรื่องการมีเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ฐานลูกค้า ความชำนาญในการให้บริการไปรษณีย์ ตลอดจนให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีและอุปกรณ์เข้ามาสนับสนุนและพัฒนากิจการให้บริการ

การขาดทุนของธุรกิจไปรษณีย์ของไไทยนั้น มิได้เกิดจากการจัดการที่ไม่ดีหรือไม่มีลูกค้าใช้บริการ แต่เนื่องจากรัฐบาลกำหนดให้บริการไปรษณีย์เป็นหนึ่งในบริการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่รัฐจัดให้มีเพื่อบริการประชาชนและเป็นผู้กำหนดกรอบอัตราค่าบริการไปรษณีย์ ซึ่งต่ำกว่าต้นทุนที่แท้จริงทำให้องค์กรต้องแบกภาระการขาดทุนมาโดยตลอด อย่างไรก็ตามภายหลังจากการแปลงสภาพเป็นบริษัทจำกัด รัฐบาลได้ผ่อนปรนให้กิจการไปรษณีย์ปรับอัตราค่าบริการพื้นฐานให้คุ้มกับต้นทุนที่แท้จริงโดยไม่ให้ประชาชนเดือดร้อน ในครั้งแรกปรับอัตราค่าบริการไป เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2547 จาก 2 บาทเป็น 3 บาท และกำหนดให้ปรับค่าบริการอีกครั้งในปี พ.ศ. 2549 จาก 3 บาทเป็น 4 บาท แต่เนื่องจากการดำเนินงานภายหลังการแปลงสภาพประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีโดยมีผลกำไรตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา จึงไม่มีความจำเป็นต้องขอปรับอัตราค่าบริการในปี พ.ศ. 2549 ตามที่รัฐบาลกำหนดไว้

ระบบบริหารจัดการของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

1. โครงสร้างการบริหาร บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด กระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด 100 % ดังนั้นการดำเนินงานต่าง ๆ จึงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล โดยคณะรัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวนไม่เกิน 11 คน เพื่อให้ทำหน้าที่ในการวางนโยบายและกำกับดูแลกิจการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รวมทั้งพิจารณาทบทวนและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการดำเนินการใดๆ ตามที่กฎหมายกำหนด ในส่วนของการบริหารงานภายในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ประกอบด้วยกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้บริหารสูงสุดโดยทำหน้าที่บริหารกิจการงานของบริษัทให้ประสบผลสำเร็จตามนโยบายที่คณะกรรมการได้วางไว้ โดยมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน ดังนี้



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

ที่มา : บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, คำสั่งที่ 02911/2550 เรื่อง การแบ่งส่วนงานและหน้าที่
ความรับผิดชอบของส่วนงานในบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สั่ง ณ วันที่ 12 พฤศจิกายน
พ.ศ. 2550

2. การแบ่งส่วนงานภายใน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

2.1 หน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่ ประกอบด้วย 3 ฝ่าย และ 1 สำนักงาน ดังนี้

- 1) ฝ่ายเลขานุการ
- 2) ฝ่ายวิเทศสัมพันธ์
- 3) ฝ่ายบริหารงานกลาง
- 4) สำนักกลยุทธ์

2.2 สำนักตรวจสอบภายใน ประกอบด้วย 4 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายบริหารงานตรวจสอบภายใน
- 2) ฝ่ายตรวจสอบส่วนกลาง
- 3) ฝ่ายตรวจสอบส่วนภูมิภาค
- 4) ฝ่ายตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศและตรวจสอบพิเศษ

2.3 สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 3 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายพัฒนาระบบและประมวลผล
- 2) ฝ่ายปฏิบัติการคอมพิวเตอร์และเครือข่าย
- 3) ฝ่ายควบคุมบำรุงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

2.4 สายงานตลาดและพัฒนาธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายตลาดสื่อสารและขนส่ง
- 2) ฝ่ายตลาดการเงินและค้าปลีก
- 3) ฝ่ายตลาดตราไปรษณียากร
- 4) ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- 5) ฝ่ายสื่อสารการตลาด

2.5 สายงานบุคคล ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
- 2) ฝ่ายพัฒนาบุคลากร
- 3) ฝ่ายวินัยและสอบสวน
- 4) ฝ่ายสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์
- 5) ฝ่ายสุขภาพและอนามัย

2.6 สายงานอำนวยการและบริหารทรัพย์สิน ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายจัดหาและคลังพัสดุ

- 2) ฝ่ายก่อสร้างและบำรุงรักษา
- 3) ฝ่ายยานพาหนะขนส่ง
- 4) ฝ่ายบริหารที่ดินและอาคาร
- 5) ฝ่ายกฎหมาย

2.7 สายงานการเงินและบัญชี ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายงบประมาณ
- 2) ฝ่ายการเงิน
- 3) ฝ่ายบัญชี
- 4) ฝ่ายวิเคราะห์ต้นทุน
- 5) ฝ่ายบัญชีย่อยบริการ

2.8 สายระบบปฏิบัติการ ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ดังนี้

- 1) ฝ่ายระบบบริการ
- 2) ฝ่ายควบคุมคุณภาพ
- 3) ฝ่ายบริการลูกค้าธุรกิจ
- 4) ฝ่ายบริการสินค้าไปรษณีย์
- 5) ฝ่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์

2.9 สายงานปฏิบัติการนครหลวง ประกอบด้วย 2 สำนักงานไปรษณีย์นครหลวง และ 1 สำนักงานศูนย์ไปรษณีย์นครหลวง ดังนี้

1) สำนักงานไปรษณีย์นครหลวงเหนือ รับผิดชอบพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนทิศเหนือ จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1.1) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงเหนือ 1 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 20 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์พลับพลาไชย 2) ที่ทำการไปรษณีย์ป้อมปราบ 3) ที่ทำการไปรษณีย์หลานหลวง 4) ที่ทำการไปรษณีย์สามแยก 5) ที่ทำการไปรษณีย์ราชดำเนิน 6) ที่ทำการไปรษณีย์วัดเลียบ 7) ที่ทำการไปรษณีย์หน้าพระลาน 8) ที่ทำการไปรษณีย์บางลำภูบน 9) ที่ทำการไปรษณีย์สหประชาชาติ 10) ที่ทำการไปรษณีย์วังเทวะเวสม์ 11) ที่ทำการไปรษณีย์มหาดไทย 12) ที่ทำการไปรษณีย์คูลิต 13) ที่ทำการไปรษณีย์บางกระบือ 14) ที่ทำการไปรษณีย์ท่าเนียบรัฐบาล 15) ที่ทำการไปรษณีย์สวนจิตรลดา 16) ที่ทำการไปรษณีย์ศึกษาธิการ 17) ที่ทำการไปรษณีย์รัฐสภา 18) ที่ทำการไปรษณีย์บางโพ 19) ที่ทำการไปรษณีย์พระจอมเกล้า 20) ที่ทำการไปรษณีย์บางซื่อ

1.2) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงเหนือ 2 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 27 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์สามเสนใน 2) ที่ทำการไปรษณีย์ราชเทวี 3) ที่ทำการไปรษณีย์มักกะสัน 4) ที่ทำการไปรษณีย์ไทยพาณิชย์ 5) ที่ทำการไปรษณีย์ประดิพัทธ์ 6) ที่ทำการไปรษณีย์อรุณพงษ์ 7) ที่ทำการไปรษณีย์สนามเป้า 8) ที่ทำการไปรษณีย์ดินแดง 9) ที่ทำการไปรษณีย์ประตูนาวี 10) ที่ทำการไปรษณีย์กระทรวงการคลัง 11) ที่ทำการไปรษณีย์จตุจักร 12) ที่ทำการไปรษณีย์สามแยกลาดพร้าว 13) ที่ทำการไปรษณีย์เสนานิคม 14) ที่ทำการไปรษณีย์เกษตรศาสตร์ 15) ที่ทำการไปรษณีย์จันทระเกษม 16) ที่ทำการไปรษณีย์ชั้นทาวเวอร์ 17) ที่ทำการไปรษณีย์ตึกช้าง 18) ที่ทำการไปรษณีย์ยุติธรรม 19) ที่ทำการไปรษณีย์ลาดพร้าว 20) ที่ทำการไปรษณีย์สำนักงานใหญ่ ปตท. 21) ที่ทำการไปรษณีย์สุทธิสาร 22) ที่ทำการไปรษณีย์เพชรบุรีตัดใหม่ 23) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากบดินทรเดชา 24) ที่ทำการไปรษณีย์มอนเทอร์เรย์ทาวเวอร์ 25) ที่ทำการไปรษณีย์ไทยประกันชีวิต 26) ที่ทำการไปรษณีย์เมืองไทย-ภัทรคอมเพล็กซ์ 27) ที่ทำการไปรษณีย์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

1.3) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงเหนือ 3 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 11 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์จรเข้บัว 2) ที่ทำการไปรษณีย์บึงกุ่ม 3) ที่ทำการไปรษณีย์คลองจั่น 4) ที่ทำการไปรษณีย์รามคำแหง 5) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากโชคชัย 4 6) ที่ทำการไปรษณีย์บึงทองหลาง 7) ที่ทำการไปรษณีย์หัวหมาก 8) ที่ทำการไปรษณีย์คลองกุ่ม 9) ที่ทำการไปรษณีย์หนองจอก 10) ที่ทำการไปรษณีย์มีนบุรี 11) ที่ทำการไปรษณีย์มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

1.4) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงเหนือ 4 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 15 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ 2) ที่ทำการไปรษณีย์ดอนเมือง 3) ที่ทำการไปรษณีย์กองทัพอากาศ 4) ที่ทำการไปรษณีย์สำนักงาน ปทท 5) ที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรี 6) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากแจ้งวัฒนะ 7) ที่ทำการไปรษณีย์งามวงศ์วาน 8) ที่ทำการไปรษณีย์ตลาดขวัญ 9) ที่ทำการไปรษณีย์สวนใหญ่ 10) ที่ทำการไปรษณีย์บางบัวทอง 11) ที่ทำการไปรษณีย์ปากเกร็ด 12) ที่ทำการไปรษณีย์ห้าแยกปากเกร็ด 13) ที่ทำการไปรษณีย์บางกรวย 14) ที่ทำการไปรษณีย์บางใหญ่ 15) ที่ทำการไปรษณีย์ไทรน้อย

1.5) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงเหนือ 5 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 16 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา 2) ที่ทำการไปรษณีย์ไทรวิเศษ 3) ที่ทำการไปรษณีย์สะพานใหม่ 4) ที่ทำการไปรษณีย์คลองถนน 5) ที่ทำการไปรษณีย์ปทุมธานี 6) ที่ทำการไปรษณีย์เทศบาลปทุม 7) ที่ทำการไปรษณีย์ธรรมศาสตร์รังสิต 8) ที่ทำการไปรษณีย์ชัยบุรี 9) ที่ทำการไปรษณีย์รังสิต 10) ที่ทำการไปรษณีย์คลองหลวง 11) ที่ทำ

การไปรษณีย์คูคต 12) ที่ทำการไปรษณีย์ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต 13) ที่ทำการไปรษณีย์ลาดหลุมแก้ว 14) ที่ทำการไปรษณีย์ลำลูกกา 15) ที่ทำการไปรษณีย์สามโลก 16) ที่ทำการไปรษณีย์หนองเสือ

2) สำนักงานไปรษณีย์นครหลวงใต้ รับผิดชอบพื้นที่กรุงเทพมหานครในส่วน ทิศใต้ และจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

2.1) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงใต้ 1 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับ ดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 16 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์บางคอแหลม 2) ที่ทำการไปรษณีย์บางรัก 3) ที่ทำการไปรษณีย์ยานนาวา 4) ที่ทำการไปรษณีย์จิวเวลรี่เทรค เซ็นเตอร์ 5) ที่ทำการไปรษณีย์จุฬาลงกรณ์ 6) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากหัวลำโพง 7) ที่ทำการไปรษณีย์สีลม 8) ที่ทำการไปรษณีย์พัฒนาพงษ์ 9) ที่ทำการไปรษณีย์สวนพลู 10) ที่ทำการไปรษณีย์ รongเมือง 11) ที่ทำการไปรษณีย์วัดพระยาไกร 12) ที่ทำการไปรษณีย์สาทรประดิษฐ์ 13) ที่ทำการไปรษณีย์บางโพธิ์ 14) ที่ทำการไปรษณีย์สาทร 15) ที่ทำการไปรษณีย์กลาง 16) ที่ทำการไปรษณีย์สินธร

2.2) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงใต้ 2 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับ ดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 19 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์ประสานมิตร 2) ที่ทำการไปรษณีย์บางนา 3) ที่ทำการไปรษณีย์อ่อนนุช 4) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากอ่อน นุช 5) ที่ทำการไปรษณีย์คลองเตย 6) ที่ทำการไปรษณีย์นานา 7) ที่ทำการไปรษณีย์พระโขนง 8) ที่ ทำการไปรษณีย์สันติสุข 9) ที่ทำการไปรษณีย์คลองตัน 10) ที่ทำการไปรษณีย์พัฒนาการ 11) ที่ทำ การไปรษณีย์สวนหลวง 12) ที่ทำการไปรษณีย์ศรีนครินทร์วิโรฒประสานมิตร 13) ที่ทำการไปรษณีย์ซีคอนสแควร์ 14) ที่ทำการไปรษณีย์อุดมสุข 15) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิตต์ 16) ที่ทำการไปรษณีย์คลองบางนา 17) ที่ทำการไปรษณีย์ทุ่งเศรษฐี 18) ที่ทำการไปรษณีย์ เซ็นทรัลซีดีบางนา 19) ที่ทำการไปรษณีย์กล้วยน้ำไท

2.3) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงใต้ 3 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับ ดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 15 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์บางกอกน้อย 2) ที่ทำการไปรษณีย์บางขุนเทียน 3) ที่ทำการไปรษณีย์ภาษีเจริญ 4) ที่ทำการไปรษณีย์ตลิ่งชัน 5) ที่ ทำการไปรษณีย์บางพลัด 6) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากเพชรเกษม 81 7) ที่ทำการไปรษณีย์ศิ ริราช 8) ที่ทำการไปรษณีย์บางขุนนนท์ 9) ที่ทำการไปรษณีย์บางอ้อ 10) ที่ทำการไปรษณีย์พระปิ่น เกกล้า 11) ที่ทำการไปรษณีย์บางบอน 12) ที่ทำการไปรษณีย์บางแค 13) ที่ทำการไปรษณีย์หนองแขม 14) ที่ทำการไปรษณีย์มหาวิทยาลัยสยาม 15) ที่ทำการไปรษณีย์เซ็นทรัลพระราม 2

2.4) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงใต้ 4 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับ ดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 13 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์สมุทรปราการ

2) ที่ทำการไปรษณีย์บางปู 3) ที่ทำการไปรษณีย์ลาดกระบัง 4) ที่ทำการไปรษณีย์บางพลี 5) ที่ทำการไปรษณีย์คลองด่าน 6) ที่ทำการไปรษณีย์บางบ่อ 7) ที่ทำการไปรษณีย์สำโรง 8) ที่ทำการไปรษณีย์ปากน้ำ 9) ที่ทำการไปรษณีย์ด่านสำโรง 10) ที่ทำการไปรษณีย์เจ้าคุณทหาร 11) ที่ทำการไปรษณีย์บางนาทาวเวอร์ 12) ที่ทำการไปรษณีย์บางเสาธง 13) ที่ทำการไปรษณีย์ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2.5) สำนักงานไปรษณีย์พื้นที่นครหลวงใต้ 5 มีหน้าที่ควบคุม และกำกับดูแล การดำเนินงานของที่ทำการในสังกัด จำนวน 12 แห่ง ดังนี้ 1) ที่ทำการไปรษณีย์สำโรง 2) ที่ทำการไปรษณีย์พระประแดง 3) ที่ทำการไปรษณีย์ราษฎร์บูรณะ 4) ที่ทำการไปรษณีย์พระสมุทรเจดีย์ 5) ที่ทำการไปรษณีย์ตลาดพลู 6) ที่ทำการไปรษณีย์วงเวียนใหญ่ 7) ที่ทำการไปรษณีย์คลองสาน 8) ที่ทำการไปรษณีย์ท่าพระ 9) ที่ทำการไปรษณีย์บางกอกใหญ่ 10) ที่ทำการไปรษณีย์สำโรงใต้ 11) ที่ทำการไปรษณีย์ปากลัด 12) ที่ทำการไปรษณีย์บางประแก้ว

3) สำนักงานศูนย์ไปรษณีย์นครหลวง ประกอบด้วย ศูนย์ไปรษณีย์ในความรับผิดชอบ จำนวน 2 แห่ง ดังนี้ 1) ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ 2) ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพ

3.1) สายงานปฏิบัติการภูมิภาค ประกอบด้วย 1) ด้านปฏิบัติการภูมิภาค 1 และ 2) ด้านปฏิบัติการภูมิภาค 1 โดยมีการแบ่งส่วนงานภายใน ดังนี้

3.1.1) ด้านปฏิบัติการภูมิภาค 1 ประกอบด้วย สำนักงานไปรษณีย์เขต จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

3.1.1.1) สำนักงานไปรษณีย์เขต 1 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 6 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) จังหวัดอ่างทอง 3) จังหวัดลพบุรี 4) จังหวัดสิงห์บุรี 5) จังหวัดชัยนาท 6) จังหวัดสระบุรี

3.1.1.2) สำนักงานไปรษณีย์เขต 2 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 8 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดชลบุรี 2) จังหวัดฉะเชิงเทรา 3) จังหวัดระยอง 4) จังหวัดจันทบุรี 5) จังหวัดนครนายก 6) จังหวัดตราด 7) จังหวัดปราจีนบุรี 8) จังหวัดสระแก้ว

3.1.1.3) สำนักงานไปรษณีย์เขต 7 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 8 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดราชบุรี 2) จังหวัดนครปฐม 3) จังหวัดสุพรรณบุรี 4) จังหวัดกาญจนบุรี 5) จังหวัดเพชรบุรี 6) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 7) จังหวัดสมุทรสงคราม 8) จังหวัดสมุทรสาคร

3.1.1.4) สำนักงานไปรษณีย์เขต 8 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 7 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) จังหวัดภูเก็ต 3) จังหวัดกระบี่ 4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) จังหวัดชุมพร 6) จังหวัดระนอง 7) จังหวัดพังงา

3.1.1.5) สำนักงานไปรษณีย์เขต 9 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 7 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดสงขลา 2) จังหวัดยะลา 3) จังหวัดตรัง 4) จังหวัดสตูล 5) จังหวัดนราธิวาส 6) จังหวัดพัทลุง 7) จังหวัดปัตตานี

3.1.2) ด้านปฏิบัติการภูมิภาค 2 ประกอบด้วย สำนักงานไปรษณีย์เขตจำนวน 5 แห่ง ได้แก่

3.1.2.1) สำนักงานไปรษณีย์เขต 3 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 5 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดนครราชสีมา 2) จังหวัดบุรีรัมย์ 3) จังหวัดสุรินทร์ 4) จังหวัดชัยภูมิ 5) จังหวัดร้อยเอ็ด

3.1.2.2) สำนักงานไปรษณีย์เขต 4 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 7 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดขอนแก่น 2) จังหวัดอุดรธานี 3) จังหวัดกาฬสินธุ์ 4) จังหวัดมหาสารคาม 5) จังหวัดหนองคาย 6) จังหวัดหนองบัวลำภู 7) จังหวัดเลย

3.1.2.3) สำนักงานไปรษณีย์เขต 5 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 9 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดเชียงใหม่ 2) จังหวัดลำปาง 3) จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4) จังหวัดลำพูน 5) จังหวัดแพร่ 6) จังหวัดน่าน 7) จังหวัดเชียงราย 8) จังหวัดอุตรดิตถ์ 9) จังหวัดพะเยา

3.1.2.4) สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 8 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดนครสวรรค์ 2) จังหวัดพิษณุโลก 3) จังหวัดสุโขทัย 4) จังหวัดตาก 5) จังหวัดกำแพงเพชร 6) จังหวัดอุทัยธานี 7) จังหวัดพิจิตร 8) จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1.2.5) สำนักงานไปรษณีย์เขต 10 มีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลที่ทำการไปรษณีย์ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของ 7 จังหวัด ดังนี้ 1) จังหวัดอุบลราชธานี 2) จังหวัดศรีสะเกษ 3) จังหวัดยโสธร 4) จังหวัดสกลนคร 5) จังหวัดมุกดาหาร 6) จังหวัดนครพนม 7) จังหวัดอำนาจเจริญ

3. ประเภทและชนิดที่ทำการของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้แบ่งประเภทของที่ทำการออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2550, หน้า 5-7)

3.1 ศูนย์ไปรษณีย์ (Mail Centre) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการคัดแยกและส่งต่อสิ่งของทางไปรษณีย์ ที่ทำการชนิดนี้ไม่มีการแบ่งชนิด

3.2 ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมาก (Bulk Posting Centre) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการรับฝากส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์จากผู้ใช้บริการรายใหญ่ซึ่งมีปริมาณการรับฝากส่งคราวละมาก ๆ รวมทั้งการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ แก่ผู้ใช้บริการรายใหญ่ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถติดต่อขอใช้บริการ ฝากส่งสิ่งของเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้งได้ ณ ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมากทุกแห่ง หรือโทรศัพท์แจ้งให้ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมาก จัดพนักงานไปรับฝาก ณ สำนักงานหรือที่อยู่ก็ได้

3.3 ที่ทำการไปรษณีย์ (Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ชนิดได้แก่

3.3.1 ที่ทำการไปรษณีย์รับจ่าย ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (Delivery Post Office) ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด (Province Post Office) และที่ทำการไปรษณีย์อำเภอ (District Post Office) คือ ที่ทำการซึ่งให้บริการรับฝากและนำจ่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด ที่ทำการประเภทนี้จะมีพนักงานนำจ่ายสิ่งของ ณ ที่ของผู้รับ

3.3.2 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝาก (Non-Delivery Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด ที่ทำการไปรษณีย์ประเภทนี้ไม่มีการนำจ่ายสิ่งของ ณ ที่ของผู้รับ

3.3.3 ที่ทำการไปรษณีย์สาขา (Branch Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นโดยเป็นสาขาหนึ่งของที่ทำการไปรษณีย์ให้บริการเฉพาะการรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด

3.3.4 ที่ทำการไปรษณีย์รถยนต์ (Mobile Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นบนรถยนต์ที่เคลื่อนย้ายไปตามจุดจอดประจำต่างๆ เพื่อให้บริการเฉพาะการรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน จำหน่ายสินค้าไปรษณีย์ และบริการอื่นๆทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด

3.3.5 ที่ทำการไปรษณีย์ชั่วคราว (Temporary Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเป็นการชั่วคราวเพื่อให้บริการเฉพาะกิจในโอกาสที่มีการประชุม ชุมนุม สัมมนา งานแสดง งานมหกรรม หรือโอกาสพิเศษอื่นๆ ตามที่เห็นสมควร

3.4 ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต (Licensed Post Office) คือ ที่ทำการที่ได้อนุญาตให้บุคคลภายนอกซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลจัดตั้งเพื่อเป็นตัวแทนในการให้บริการไปรษณีย์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ตามที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า และอยู่ในความควบคุมของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

3.5 ร้านจำหน่ายตราไปรษณียากร (Postage Stamps Agency) คือ ที่ทำการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อนุญาตให้บุคคลภายนอกซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนในการจำหน่ายตราไปรษณียากร (แสตมป์) ผู้ใช้บริการสามารถซื้อดวงตราไปรษณียากรและสินค้าไปรษณีย์ได้ ณ ร้านจำหน่ายตราไปรษณียากร

ประเภทบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการให้บริการที่หลากหลายครบวงจร เพื่อให้เข้าถึงประชาชนในทุกระดับ รวมทั้งหน่วยงานในธุรกิจต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยมีระบบงานไปรษณีย์และประเภทบริการต่างๆ ดังนี้

1. ระบบงานไปรษณีย์ หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานไปรษณีย์ที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการต่อสิ่งของที่ฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ให้สามารถส่งถึงผู้รับได้ตามมาตรฐานบริการโดยกระบวนการปฏิบัติงานมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับฝาก 2) การส่งต่อ และ 3) การนำจ่าย

1.1 การรับฝาก หมายถึง การปฏิบัติการของพนักงานในการรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์จากผู้ให้บริการ ซึ่งอาจทำได้ 3 ลักษณะดังนี้

1.1.1 การรับฝาก ณ ที่ทำการ

1.1.2 การรับฝาก ณ ตู้ไปรษณีย์

1.1.3 การรับฝาก ณ สถานที่อยู่หรือสำนักงานของผู้ฝากส่ง

1.2 การส่งต่อ หมายถึง การนำสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้รับไว้ไปคัดแยกออกเป็นแต่ละปลายทาง แล้วบรรจุลงในภาชนะที่จัดทำขึ้นตามความเหมาะสมกับสภาพห่อซองของสิ่งของส่งทางไปรษณีย์แต่ละประเภทและชนิด เพื่อคุ้มครองให้ความปลอดภัยในการส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เหล่านั้นไปยังที่ทำการปลายทางโดยวิธีการขนส่งต่างๆ ตามที่บริษัทกำหนด

1.3 การนำจ่าย หมายถึง การที่ทำการปลายทางส่งมอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ เช่น จดหมาย พัสดุ ไปรษณีย์ ฯลฯ ที่ได้รับไว้ให้แก่ผู้รับ หรือผู้ได้รับมอบนั้นจากผู้รับ หรือผู้แทน

ของผู้รับโดยวิธีการต่างๆ ที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดไว้ การนำจ่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์สามารถนำจ่ายได้ 2 ลักษณะ คือ

1.3.1 การนำจ่าย ณ ที่ทำการ

1.3.2 การนำจ่าย ณ ที่อยู่ผู้รับ

2. บริการไปรษณีย์ (Postal Service)

บริการไปรษณีย์ คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ดำเนินการรับฝากข่าวสาร เอกสารและสิ่งของจากบุคคลหนึ่งแล้ว ไปส่งมอบให้แก่อีกบุคคลหนึ่งภายในประเทศและต่างประเทศโดยทางไปรษณีย์หรือวิธีสื่อสารอื่นรวมทั้งบริการที่ต่อเนื่องใกล้เคียงกัน

บริการไปรษณีย์แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะบริการ ดังนี้ 1) บริการหลัก 2) บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ และ 3) บริการพิเศษ

2.1 บริการหลัก หมายถึง บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดให้แก่ผู้ใช้บริการในการฝากส่งข่าวสาร เอกสารและสิ่งของต่างๆ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีอัตราค่าบริการและคุณภาพที่เหมาะสม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ไปรษณีย์ภัณฑ์ 2) พัสดุไปรษณีย์

2.1.1 ไปรษณีย์ภัณฑ์ (Letter -Post Item) หมายถึง ข่าวสารหรือสิ่งของซึ่งฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของไปรษณีย์ภัณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ชนิดได้แก่ จดหมาย ไปรษณียบัตร ของตีพิมพ์ พัสดุย่อย และเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ

1) จดหมาย (Letter) คือไปรษณีย์ภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นข่าวสารส่วนตัวไม่ว่าจะเข้าห่อซองปิดผนึกหรือไม่ปิดผนึก หรือมิได้เข้าห่อซองเลขก็ตาม

2) ไปรษณียบัตร (Postcard) คือไปรษณีย์ภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นบัตรที่ใช้ส่งข่าวสารทางไปรษณีย์ซึ่งอาจเป็นบัตรที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดทำขึ้นจำหน่าย หรือบัตรที่บุคคลภายนอกจัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของไปรษณียบัตรก็ได้

3) ของตีพิมพ์ (Printed Paper) คือไปรษณีย์ภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นข้อความรูป หรือรอยประดิษฐ์บนกระดาษ กระดาษแข็งหรือวัสดุที่ใช้กัน โดยทั่วไปในกิจการพิมพ์ซึ่งทำขึ้นเป็นหลายสำเนาเหมือนกันทุกประการ ด้วยกระบวนการทางเครื่องกลไก หรือการถ่ายภาพอันเกี่ยวข้องกับการใช้แม่พิมพ์ต้นแบบ กระดาษไข เนกาตีฟ หรือสิ่งอื่นๆ ที่ใช้กัน โดยทั่วไปในกิจการพิมพ์ ทั้งนี้ ของตีพิมพ์ต้องหุ้มห่อในลักษณะที่สามารถเปิดดูสิ่งของภายในได้โดยไม่ทำให้ห่อซองนั้นเสียหาย

4) พัสดุย่อย (Small Packet) คือ ไปรษณีย์ภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นหีบห่อบรรจุสิ่งของ ตัวอย่างสินค้าหรือสินค้าที่ฝากส่งโดยไม่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของ

พัสดุไปรษณีย์ ทั้งนี้ พัสดุย่อยต้องหุ้มห่อในลักษณะที่สามารถเปิดดูสิ่งของภายในได้ ซึ่งปัจจุบันให้บริการเฉพาะพัสดุย่อยระหว่างประเทศ เท่านั้น

5) เครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ (Literature for the blind) คือ ไปรษณีย์ภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นเครื่องอ่านทุกชนิดที่พิมพ์ หรือจัดทำขึ้น โดยใช้อักษรสำหรับคนเสียจักษุและฝากส่งโดยเปิดผนึก โดยฝากส่งหรือจำหน่ายถึงสถาบันเพื่อคนเสียจักษุที่ทางการรับรองแล้ว

2.1.2 พัสดุไปรษณีย์ (Postal Parcel) หมายถึง หีบห่อบรรจุสิ่งของ ตัวอย่างสินค้า และสินค้า ซึ่งฝากส่งตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ พัสดุไปรษณีย์ในประเทศ และพัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศ

2.2 บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หมายถึง บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับดำเนินการต่อสิ่งต่างๆ เช่น ข่าวสาร เอกสารธุรกิจการค้า สิ่งพิมพ์ ตัวอย่างสินค้า และสินค้าเป็นต้น ที่ส่งทางไปรษณีย์ด้วยความรวดเร็วและแน่นอนเป็นพิเศษ โดยมีระบบงานแยกต่างหากจากระบบงานไปรษณีย์ปกติ และผู้ใช้บริการสามารถติดตามตรวจสอบสิ่งของที่ฝากส่งได้ ทุกขั้นตอนการปฏิบัติงานนับตั้งแต่การรับฝาก ส่งต่อ เตรียมการนำจ่าย และการนำจ่ายได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่ง หรือทางอินเทอร์เน็ต www.thailandpost.co.th หรือ โทรศัพท์สอบถามที่ Call Center 1545 ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ 1) ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ 2) ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ

2.3 บริการพิเศษ หมายถึง บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดให้มีขึ้นตามความเหมาะสมเพื่อให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้ได้โดยชำระค่าบริการตามที่กำหนด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.3.1 ประเภทบริการที่ใช้ควบคู่กับบริการไปรษณีย์ เพื่อให้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ดำเนินการเป็นพิเศษต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ ได้แก่

1) บริการไปรษณีย์รับรอง (Certified Mail) คือ ให้บริการโดยมีหลักฐานการรับฝาก และการนำจ่าย ส่วนการส่งต่อจะปฏิบัติเหมือนไปรษณีย์ภัณฑ์ธรรมดา

2) บริการไปรษณีย์ลงทะเบียน (Registration) คือ บริการที่ให้ความคุ้มครองโดยมีหลักฐานการรับฝาก และการนำจ่าย มีการดำเนินงานเป็นพิเศษจากไปรษณีย์ภัณฑ์ธรรมดาโดยผู้ฝากส่งสามารถตรวจสอบไปรษณีย์ภัณฑ์ลงทะเบียนในประเทศได้ในขั้นตอนการรับฝาก การเตรียมการนำจ่าย และการนำจ่าย ได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่ง หรือทางอินเทอร์เน็ต www.thailandpost.co.th หรือ โทรศัพท์สอบถามที่ Call Center 1545

3) บริการไปรษณีย์รับประกัน (Insurance) คือ บริการสำหรับการฝากส่งสิ่งของที่มีมูลค่าสูง ซึ่งบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความคุ้มครอง และรับประกันความปลอดภัยอย่างละเอียดทุกขั้นตอน

4) บริการไปรษณีย์ตอบรับ (Advice or Delivery) คือ บริการที่ใช้ควบคู่กับบริการอื่นๆ เพื่อให้ผู้ส่งทราบว่าใครเป็นผู้รับ และรับไว้เมื่อใด โดยใช้ใบตอบรับที่แนบติดไปกับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ดังกล่าว เพื่อให้ผู้รับลงนามรับพร้อมวัน เดือน ปี แล้วส่งคืนแก่ผู้ฝากส่งทางไปรษณีย์

5) บริการไปรษณีย์นำจ่ายด่วน (Express Delivery Service) คือ บริการที่ดำเนินการนำจ่ายไปรษณีย์ภัณฑ์ และพัสดุไปรษณีย์โดยด่วน เมื่อไปรษณีย์ภัณฑ์ หรือพัสดุไปรษณีย์นั้นไปถึงที่ทำการไปรษณีย์ปลายทาง

2.3.2 ประเภทบริการที่จัดให้มีขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ได้แก่

1) บริการธุรกิจตอบรับ (Business Reply Service) คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อนุญาตให้ผู้ใช้บริการจัดทำของ บัตร แผ่นพับ หรือป้าย ซึ่งจะใช้ผนึกเป็นจำหน่ายหน้าของไปรษณีย์ภัณฑ์ หรือพัสดุทางไปรษณีย์ หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ เพื่อส่งให้บุคคลอื่นใช้ส่งกลับมาถึงตนทางไปรษณีย์ โดยไม่ต้องชำระค่าบริการในการฝากส่ง แต่ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นผู้ได้รับอนุญาตดังกล่าวจะเป็นผู้ชำระแทน

2) บริการหนังสือพิมพ์ตราสินค้า (Registered Publication Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อนุญาตให้สำนักพิมพ์ในประเทศฝากส่งหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารให้กับสมาชิกทางไปรษณีย์

3) บริการรับฝากนอกที่ทำการ (Collection at Sender's Premises Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดให้พนักงานไปรษณีย์ไปทำการรับฝากไปรษณีย์ภัณฑ์ และพัสดุไปรษณีย์ ณ สถานที่อยู่ หรือสำนักงานของผู้ฝากส่ง

4) บริการหุ้มห่อ (Packing Service) คือ บริการรับหุ้มห่อและผูกมัดสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ด้วยวัสดุอุปกรณ์ของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

5) บริการไปรษณีย์ภัณฑ์ไม่มีจำหน่าย (Unaddressed Mail Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความสะดวกแก่ธุรกิจที่ต้องการส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ หรือประกาศแจ้งความ ฯลฯ เพื่อนำจ่ายแก่ผู้รับในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง โดยไม่ต้องจำหน่ายบนไปรษณีย์ภัณฑ์แต่ละชิ้น

6) บริการจัดส่งงบการเงิน (ส.บข.3) (Despatch of financial Statement) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และฝ่ายรับงบการเงิน กรมทะเบียนการค้า กระทรวง

พาณิชย์ร่วมมือกันเปิดให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่หน่วยงานธุรกิจเอกชน โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด รับดำเนินการจัดส่งงบการเงิน (ส.บข.3) ระหว่างหน่วยงานธุรกิจเอกชน กับ ฝ่ายรับงบการเงิน ทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับทางไปรษณีย์

7) บริการประทับตราเพื่อการเผยแพร่และโฆษณา (Promotional Imprint Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความร่วมมือแก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่ดำเนินการเพื่อสาธารณะประโยชน์ด้านต่างๆที่ประสงค์จะเผยแพร่โฆษณา คำขวัญ คำแนะนำ คำเชิญชวน ที่เป็นประโยชน์ ต่อประเทศชาติและประชาชนทั่วไปโดยตรง โดยการประทับตราที่ต้องการลงบนไปรษณีย์ภัณฑ์

8) บริการอนุญาตให้ใช้เครื่องประทับตราไปรษณียากร (Franking Machine Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อนุญาตให้ผู้ใช้บริการจัดหาเครื่องประทับไปรษณียากรมาใช้ประทับตราไปรษณียากร เพื่อชำระค่าบริการในการฝากส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์แทนการฉีกดวงตราไปรษณียากร

9) บริการรับชำระค่าบริการเป็นเงินสด (Payment of Postage in Cash) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับฝากไปรษณีย์ภัณฑ์ โดยผู้ฝากส่งชำระค่าบริการเป็นเงินสด แทนการฉีก ดวงตราไปรษณียากร

10) บริการรับชำระค่าบริการเป็นเงินเชื่อ (Payment of postage on Credit) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ โดยผู้ฝากส่งไม่ต้องชำระค่าบริการในขณะที่ฝากส่ง แต่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จะรวบรวมเรียกเก็บค่าบริการ ตามระยะเวลาที่ตกลงกันได้

11) บริการไปรษณีย์รอจ่าย (Post Restate) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับเก็บรักษาสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ไว้ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ที่ผู้ฝากส่งกำหนดเพื่อรอให้ผู้รับมาติดต่อขอรับเอง โดยผู้รับต้องชำระค่าบริการพิเศษสำหรับบริการไปรษณีย์รอจ่ายก่อนรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์นั้น

12) บริการตู้ไปรษณีย์เช่า (Post Office Box) คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้เช่าตู้ไปรษณีย์เช่า ณ ที่ทำการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดสำหรับเก็บรวบรวมสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่มีมาถึงผู้เช่า

13) บริการขออนคืนสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ (Withdrawal from the post) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับดำเนินการต่อคำขอของผู้ฝากส่งที่ประสงค์จะขออนคืน สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้ฝากส่งไปแล้ว และยังมีได้นำจ่ายแก่ผู้รับ หรือมิได้เป็นของต้องห้าม หรือมิได้ถูกยึด หรือริบตามกฎหมาย

14) บริการขอแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงจำหน่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ (Alteration or Correction of Address) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับดำเนินการต่อคำขอของผู้ฝากส่งที่จะขอแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงจำหน่ายของส่งทางไปรษณีย์ที่ตนได้ฝากส่งไปแล้ว และยังมีได้นำจ่ายแก่ผู้รับ หรือมิได้เป็นของต้องห้าม หรือมิได้ถูกยึด หรือริบตามกฎหมาย

3. บริการการเงิน (Postal Payment Service)

บริการการเงิน หมายถึง บริการที่รับฝากเงินหรือจำหน่ายตราสารหรือรับชำระเงินจากผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการต้นทางแห่งใดแห่งหนึ่ง เพื่อจ่ายเงินให้แก่ผู้รับหรือหน่วยงานที่ทำความตกลงกับ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ณ ที่ทำการปลายทางแห่งหนึ่ง โดยทางไปรษณีย์หรือวิธีการสื่อสารอื่น ที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้จัดแบ่งประเภทบริการการเงินออกเป็น 5 ประเภทดังนี้ 1) บริการธนาคาร 2) บริการตั๋วแลกเงินไปรษณีย์ 3) บริการไปรษณีย์เก็บเงิน 4) บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ 5) บริการโอนเงินระหว่างประเทศเวสเทิร์นยูเนียน

3.1 บริการธนาคาร (Money Order Service) คือ บริการที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับฝากเงินจากผู้ฝากส่งแล้วดำเนินการออกตราสารสั่งจ่ายเงินซึ่งเรียกว่า “ธนาคาร” หรือออกคำสั่งให้ที่ทำการไปรษณีย์แห่งหนึ่งจ่ายเงิน หรือออกตราสารสั่งจ่ายเงินให้แก่ผู้รับที่มีนามระบุในตราสารนั้น แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ธนาคารในประเทศ 2) ธนาคารระหว่างประเทศ

3.1.1 ธนาคารในประเทศ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

1) ไปรษณีย์ธนาคารธรรมดา (Postal money order) เป็นบริการที่ใช้ในการส่งเงินถึงผู้รับภายใน 1-5 วันทำการนับถัดจากวันที่ฝากส่งโดย บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จะส่งไปให้ผู้รับทางบริการไปรษณีย์รับรอง

2) ไปรษณีย์ธนาคารด่วนพิเศษ (EMS money order) เป็นบริการที่ใช้ในการส่งเงินถึงผู้รับภายใน 1-2 วันทำการนับถัดจากวันที่ฝากส่ง ผู้ใช้บริการสามารถติดตามตรวจสอบสถานะไปรษณีย์ธนาคารด่วนพิเศษได้ตลอดทางไปรษณีย์ตั้งแต่ฝากส่งจนถึงมือผู้รับ โดย สอบถามได้ทาง Call Center 1545 หรือตรวจสอบจากเว็บไซต์ www.thailandpost.co.th

3) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic money order) หรือ ปัจจุบันเรียกว่า “ธนาคารออนไลน์” เป็นบริการที่ใช้ส่งเงินถึงผู้รับอย่างรวดเร็ว โดยใช้เทคโนโลยีและระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย หลังจากฝากส่งธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อให้ผู้รับเงินไปติดต่อขอรับเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ได้ทันที

3.1.2 มาตรฐานระหว่างประเทศ แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

1) ไปรษณีย์มาตรฐานระหว่างประเทศ (International money order) คือ มาตรฐานที่ส่งจากประเทศไทยไปจ่ายเงินให้แก่ผู้รับ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในต่างประเทศหรือส่งจากต่างประเทศมาจ่ายเงินให้ผู้รับ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในประเทศไทยโดยทางไปรษณีย์ โดยมีระยะเวลาถึงผู้รับประมาณ 2 สัปดาห์นับถัดจากวันที่ฝากส่ง

2) มาตรฐานอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ (International electronic money order) คือ มาตรฐานที่ส่งจากประเทศไทยไปจ่ายเงินให้แก่ผู้รับ ณ ต่างประเทศหรือส่งจากต่างประเทศมาจ่ายเงินให้ผู้รับในประเทศไทยโดยทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้บริการมาตรฐานอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศส่งผ่านเครือข่ายของ Eurogiro จะมีระยะเวลาถึงผู้รับประมาณ 4 วันทำการ นับถัดจากวันที่ฝากส่ง

3.2 บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ (Postal order service) หมายถึง บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จำหน่ายตราสารส่งจ่ายเงินที่เรียกว่าตัวแลกเงินไปรษณีย์ซึ่งกำหนดชนิดราคาไว้แล้วเพื่อให้ผู้ซื้อส่งไปให้ผู้รับนำไปปรับเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์และที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต

3.3 บริการไปรษณีย์เก็บเงิน (Cash on delivery service : COD) หมายถึง บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เพื่อไปเรียกเก็บเงินจากผู้รับสิ่งของนั้นตามจำนวนเงินที่ระบุไว้บนห่อซอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์อีกแห่งหนึ่งและจัดการส่งเงินจำนวนนั้นให้แก่ผู้ฝากส่งโดยทางบริการมาตรฐาน

3.3.1 ไปรษณีย์ภัณฑ์เก็บเงิน คือ สิ่งของที่ผู้ฝากส่ง ส่งไปเรียกเก็บเงินจากผู้รับโดยฝากส่งเป็นจดหมายลงทะเบียน หรือจดหมายรับประกันแล้วแต่กรณี

3.3.2 พัสดุไปรษณีย์เก็บเงิน คือ สิ่งของที่ผู้ฝากส่ง ส่งไปเรียกเก็บเงินจากผู้รับโดยฝากส่งเป็นพัสดุไปรษณีย์

3.3.3 ไปรษณีย์ด่วนพิเศษเก็บเงิน คือ สิ่งของที่ผู้ฝากส่ง ส่งไปเรียกเก็บเงินจากผู้รับ โดยฝากส่งเป็นไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS)

3.4 บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ (Pay at post service) หมายถึง บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับชำระเงิน ค่าสินค้า ค่าธรรมเนียม ค่าสินค้า และค่าบริการต่างๆ ให้แก่หน่วยงานที่ได้ทำความตกลงไว้กับ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งบริการชำระเงินทางไปรษณีย์ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 บริการ ได้แก่ 1) บริการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ 2) บริการรับชำระด้วยระบบมาตรฐาน

3.4.1 บริการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นตัวแทนรับชำระเงินให้แก่หน่วยงานต่างๆ ที่ได้ทำความตกลงไว้ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

- 1) บริการรับชำระค่าน้ำประปา ให้แก่ การประปานครหลวง และการประปาส่วนภูมิภาค
- 2) บริการรับชำระค่าไฟฟ้า ให้แก่ การไฟฟ้านครหลวง และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
- 3) บริการรับชำระค่าโทรศัพท์พื้นฐาน ให้แก่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
- 4) บริการรับชำระค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ให้แก่ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
- 5) บริการรับชำระค่าบริการเครดิต
- 6) บริการรับชำระค่าสินค้าส่วนบุคคลและค่าเช่าซื้อ
- 7) บริการรับชำระค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 8) บริการรับชำระค่าประกันภัย
- 9) บริการรับชำระค่าสินค้าและผลิตภัณฑ์
- 10) บริการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร
- 11) บริการอื่น เช่น เกมสล็อตออนไลน์ ฯลฯ

3.4.2 บริการรับชำระด้วยระบบธนาคัติ หมายถึง บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด รับเป็นตัวแทนชำระเงินให้แก่หน่วยงานต่างๆ ที่ทำความตกลงไว้ โดยใช้ธนาคัติในประเทศ เป็นเอกสารในการรับชำระเงิน ได้แก่

1) บริการรับชำระภาษีรถประจำปีทางไปรษณีย์ (Annual vehicle tax payment service) บริการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างกรมการขนส่งทางบกกับ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าของรถในการชำระภาษีรถประจำปีได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด ไม่ว่าจะรถจะจดทะเบียนในจังหวัดใด โดยที่ทำการไปรษณีย์จะส่งเงินค่าภาษีรถ ใบคู่มือจดทะเบียนรถและเอกสารที่กรมการขนส่งทางบกกำหนดไว้ ไปให้หน่วยงานของกรมการขนส่งทางบกเพื่อดำเนินการต่อทะเบียนและส่งคืนใบคู่มือจดทะเบียนรถ เครื่องหมายแสดงการเสียภาษีรถ และใบเสร็จรับเงินให้ผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์รับประกัน

2) บริการรับชำระค่าเบี้ยประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ ทางไปรษณีย์ (Compulsory motor insurance payment service) คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

รับชำระค่าเบี้ยประกันภัยคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถให้แก่ บริษัทประกันภัยที่ได้ทำความตกลงไว้กับ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยจะส่งเงินค่าเบี้ยประกันภัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องไปให้บริษัทประกันภัยทางบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ เพื่อให้บริษัทประกันภัย ดำเนินการออกกรมธรรม์ และส่งกรมธรรม์พร้อมกับใบเสร็จรับเงินให้ผู้ใช้บริการทางบริการไปรษณีย์ลงทะเบียน ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะได้รับเครื่องหมายแสดงการทำประกันภัยจากที่ทำการไปรษณีย์ และมีผลคุ้มครองตามกฎหมายทันที

3) บริการรับชำระค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ทางไปรษณีย์ (Third party insurance payment service) คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด รับชำระค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจประเภท 3 ให้แก่ บริษัทประกันภัยที่ได้ทำความตกลงไว้กับ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยจะส่งเงินค่าเบี้ยประกันภัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องไปให้บริษัทประกันภัยทางบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ เพื่อให้บริษัทประกันภัยดำเนินการออกกรมธรรม์และส่งกรมธรรม์พร้อมกับใบเสร็จรับเงินให้ผู้ใช้บริการทางไปรษณีย์ลงทะเบียน ทั้งนี้ ผู้ให้บริการจะได้รับผลคุ้มครองตามกฎหมายทันที

4) บริการรับชำระค่าปรับจราจรทางไปรษณีย์ (Traffic fine payment service) คือ บริการรับชำระค่าปรับตามใบสั่งของเจ้าพนักงานจราจร ให้แก่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยจะส่งเงินค่าปรับ และสำเนาใบสั่งของเจ้าพนักงานจราจรไปยังสถานีตำรวจที่ระบุไว้ทางบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษเพื่อให้สถานีตำรวจดำเนินการรับชำระค่าปรับและส่งใบเสร็จรับเงินพร้อมใบ อนุญาตขับรถ (ถ้ามี) ให้ผู้ใช้บริการทางบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

5) บริการรับชำระค่าต่ออายุใบอนุญาตให้ตั้งสถานพยาบาลทางไปรษณีย์ (Annual medical establishment permit revalidation payment service) คือ บริการรับชำระเงินค่าต่ออายุใบอนุญาตให้ตั้งสถานพยาบาล (คลินิก) ให้แก่ กองการประกอบโรคศิลป์ กระทรวงสาธารณสุข โดยที่ทำการไปรษณีย์จะส่งใบอนุญาตให้ตั้งสถานพยาบาล ใบอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล และค่าธรรมเนียม (ถ้ามี) ไปให้กองการประกอบโรคศิลป์ กระทรวงสาธารณสุขเพื่อดำเนินการต่ออายุใบอนุญาต และส่งคืนใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการสถานพยาบาลทางบริการไปรษณีย์รับประกัน

3.5 บริการโอนเงินระหว่างประเทศเวสเทิร์นยูเนียน เป็นบริการรับ-ส่งเงินด่วนพิเศษที่ส่งผ่านระบบเครือข่ายของเวสเทิร์นยูเนียน ณ ที่ทำการไปรษณีย์หรือจุดบริการที่มีเครื่องหมายเวสเทิร์นยูเนียน ทุกแห่งทั่วโลก ซึ่งผู้รับสามารถติดต่อขอรับเงินได้ภายในเวลาไม่กี่นาที

4. บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรและสิ่งสะสม คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดดวงตราไปรษณียากรไว้เพื่อจำหน่ายแก่นักสะสมตราไปรษณียากร

4.1 ดวงตราไปรษณียากร (Postage Stamp) หรือแสตมป์ คือดวงตราที่ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อใช้แสดงการชำระค่าไปรษณียากรและบริการพิเศษ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

4.1.1 ดวงตราไปรษณียากรทั่วไป (Current Stamp หรือ Definitive Stamp) เป็นดวงตราไปรษณียากรที่พิมพ์ออกมาจำหน่ายอยู่เป็นประจำ และมีการพิมพ์เพิ่มเติมเพื่อให้มีเพียงพอแก่การใช้งานในกิจการไปรษณีย์

4.1.2 ดวงตราไปรษณียากรที่ระลึก (Commemorative Stamp) เป็นดวงตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นที่ระลึกเนื่องในวาระพิเศษหรือเหตุการณ์และวันสำคัญต่างๆ เช่น ดวงตราไปรษณียากรชุดฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ดวงตราไปรษณียากรที่ระลึกงานแสดงตราไปรษณียากรแห่งชาติ เป็นต้น

4.1.3 ดวงตราไปรษณียากรพิเศษ (Special Stamp) เป็นดวงตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สิ่งที่น่าสนใจของประเทศเป็นพิเศษ โดยไม่กำหนดวาระหรือโอกาส เช่น ดวงตราไปรษณียากรชุดพระเครื่องเบญจภาคี ชุดแมลง ชุดผีตาโขน เป็นต้น

4.2 สิ่งสะสม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่จัดทำเกี่ยวกับดวงตราไปรษณียากรเพื่อส่งเสริมการสะสมตราไปรษณียากร ให้มีรูปแบบของการสะสมมากขึ้น ได้แก่

4.2.1 ซองวันแรกจำหน่าย (First Day Cover)

4.2.2 ซองที่ระลึก (Commemorative Cover)

4.2.3 แผ่นตราไปรษณียากรที่ระลึก (Souvenir Sheet)

4.2.4 สมุดตราไปรษณียากรประจำปี (Annual Stamp Album)

4.2.5 บัตรภาพตราไปรษณียากร (Maximum Card)

4.2.6 บัตรตราไปรษณียากรที่ระลึก (Presentation Pack)

4.2.7 สิ่งสะสมอื่นๆ ที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดทำขึ้นในวาระพิเศษ

5. บริการจำหน่ายสินค้า คือ การที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำหน่ายสินค้าที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการหุ้มห่อสิ่งของ เพื่อฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ หรือนำไปใช้ในลักษณะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการไปรษณีย์ เช่น กล่อง ซอง วัสดุกันกระแทก ตู้รับไปรษณีย์ภัณฑ์ประจำบ้าน เป็นต้น รวมทั้งสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดทำขึ้น หรือเอกชน หรือหน่วยงานอื่นผลิตและมอบให้ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่ายผู้ที่ทำการไปรษณีย์ สินค้าต่างๆ ได้แก่

5.1 ซองจดหมาย คือ ซองกระดาษที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุเอกสารหรือสิ่งของขนาดเล็กเพื่อฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์

5.2 ซองจดหมายอากาศต่างประเทศ คือ ซองกระดาษที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุเอกสารหรือสิ่งของเพื่อฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ถึงผู้รับปลายทางต่างประเทศทางอากาศ

5.3 ซองขยายข้าง คือ ซองกระดาษขยายด้านข้างที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุเอกสารหรือสิ่งของที่มีความหนาและขนาดไม่เหมาะสมที่จะบรรจุในซองธรรมดาเพื่อฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์

5.4 ซองกันกระแทก คือ ซองกระดาษ ด้านในกรุด้วยแผ่นพลาสติกอ่อนที่มีฟองอากาศตลอดแผ่นที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของเพื่อป้องกันมิให้สิ่งของนั้นชำรุดเสียหายในระหว่างทางไปรษณีย์ก่อนถึงมือผู้รับ

5.5 กล่องสำเร็จรูป คือ กล่องกระดาษลูกฟูกที่สามารถประกอบเป็นรูปกล่องได้ง่ายพร้อมด้วยอุปกรณ์ปิดผนึกที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของต่างๆ เพื่อฝากส่งทางไปรษณีย์

5.6 กล่องกระดาษลูกฟูก คือ กล่องกระดาษลูกฟูกที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บรรจุสิ่งของที่มีรูปแบบและขนาดต่างๆ เพื่อฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์

5.7 วัสดุกันกระแทก คือ แผ่นพลาสติกอ่อนที่มีฟองอากาศอยู่ตลอดแผ่นที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับใช้หุ้มห่อสิ่งของเพื่อป้องกันความเสียหายจากการกระทบกระแทกในระหว่างส่งของทางไปรษณีย์

5.8 ตู้รับไปรษณีย์ประจำบ้าน คือ ตู้รับไปรษณีย์ที่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้บริการสำหรับนำไปติดตั้ง ณ สถานที่อยู่ สำนักงาน หรือสถานที่อื่น ๆ ที่เหมาะสมเพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในการรับไปรษณีย์ภัณฑ์ธรรมดาและใบแจ้งรับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์

6. บริการ Logispost คือ บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ดำเนินการรับฝากส่งสิ่งของขนาดใหญ่ทางไปรษณีย์ในประเทศ โดยมีหลักฐานการรับฝาก การส่งต่อ และการนำจ่ายสามารถติดตามตรวจสอบได้ทุกขั้นตอนการปฏิบัติงานนับตั้งแต่ ขั้นตอนการรับฝาก การส่งต่อ และการนำจ่าย หาก Logispost ดังกล่าวเกิดการสูญหาย หรือเสียหาย เพราะความผิดของทางไปรษณีย์ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด จะชดใช้ค่าเสียหาย ให้ตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนด

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะรับผิดชอบต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เมื่ออยู่ในทางไปรษณีย์เท่านั้น หากสิ่งของนั้นได้พ้นทางไปรษณีย์ไปแล้วถือว่าความรับผิดชอบเป็นอันสิ้นสุดลง ซึ่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ จะถือว่าอยู่ในทางไปรษณีย์ตั้งแต่เวลาที่ได้อัดลงตู้ไปรษณีย์หรือมอบให้แก่พนักงานไปรษณีย์จนถึงเวลาที่ได้นำจ่ายให้แก่ผู้รับหรือจ่ายคืนผู้ฝากส่ง หรือได้จัดการเป็นอย่างอื่นตามที่กฎหมาย ข้อบังคับ หรือระเบียบเกี่ยวกับการไปรษณีย์ได้บัญญัติไว้ แต่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะไม่รับผิดชอบต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่อยู่ในทางไปรษณีย์ในกรณีต่อไปนี้

- (1) การสูญหายหรือเสียหายเกิดขึ้นโดยเหตุสุดวิสัย
- (2) สอบสวนไม่ได้เพราะหลักฐานสูญหายหรือถูกทำลายโดยเหตุสุดวิสัย
- (3) การเสียหายเกิดขึ้นเนื่องจากความบกพร่องของผู้ฝากส่ง หรือการที่ผู้ฝากส่งไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขเกี่ยวกับการฝากส่งที่ถูกต้อง
- (4) การเสียหายเกิดขึ้นจากธรรมชาติของสิ่งของนั้น
- (5) สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่บรรจุสิ่งของต้องห้ามส่งทางไปรษณีย์ หรือของผิดกฎหมาย
- (6) สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ถูกกัก รับ ยึด หรือทำลายตามกฎหมายของประเทศปลายทาง

ข้อมูลที่ทำกำรไปรษณีย์และบริกำรในจังหวัดสมุทรปรำกำร

ที่กำรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปรำกำร มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ประกอบด้วยที่กำรไปรษณีย์ประเภทรับจ่าย 7 แห่ง และที่กำรไปรษณีย์ประเภทรับฝาก 8 แห่ง โดยมีรายละเอียดเขตที่ตั้ง ดังนี้

1. ที่กำรไปรษณีย์ประเภทรับจ่าย ของจังหวัดสมุทรปรำกำร

1.1 ที่กำรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายสมุทรปรำกำร [ปณศ.(พ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 87 ถนนสุขุมวิท ตำบลปากน้ำ อำเภอมืองสมุทรปรำกำร จังหวัดสมุทรปรำกำร 10270

1.2 ที่กำรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายพระประแดง [ปณศ.] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 339 หมู่ที่ 18 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลบางพิง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปรำกำร 10130

1.3 ที่กำรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายพระสมุทรเจดีย์ [ปณศ.] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 193 หมู่ที่ 3 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลปากคลองบางปลากด อำเภพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปรำกำร 10290

1.4 ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายบางปู [ปณศ.] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 400 หมู่ที่ 2 ถนนสุขุมวิท ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280

1.5 ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายบางพลี [ปณศ.] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 99/4 หมู่ที่ 12 ถนนรัตนพิศาล ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

1.6 ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอบางบ่อ [ปณภ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 323 หมู่ที่ 1 ถนนรัตนราช ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560

1.7 ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอคลองด่าน [ปณภ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 151/1 หมู่ที่ 6 ถนนสุขุมวิท ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10550

2. ที่ทำการไปรษณีย์ประเภทรับฝาก ของจังหวัดสมุทรปราการ

2.1 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากปากน้ำ [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 5 ถนนสุขุมวิทซอย 2 ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10272

2.2 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากสำโรง [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 176-177 หมู่ที่ 9 ถนนสุขุมวิท ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10272

2.3 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากสำโรงใต้ [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 14 /14-15 หมู่ที่ 9 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรงกลาง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10131

2.4 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากด่านสำโรง [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 173/1-2 หมู่ที่ 5 ถนนศรีนครินทร์ ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10273

2.5 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากบางเสาธง [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 213/2 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10542

2.6 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากปากกลัด [ปณฝ.(ก)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 40 ถนนศรีเชื่อนขัน ตำบลตลาด อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10132

2.7 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากบางนาทาวเวอร์ [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 2/3 หมู่ที่ 14 ถนนบางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10541

2.8 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ [ปณฝ.(ญ)] มีที่ตั้งอยู่ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ เลขที่ 999 หมู่ 1 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

3. โครงสร้างการบริหารงาน

3.1 ที่ทำการไปรษณีย์รับจ่ายในจังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

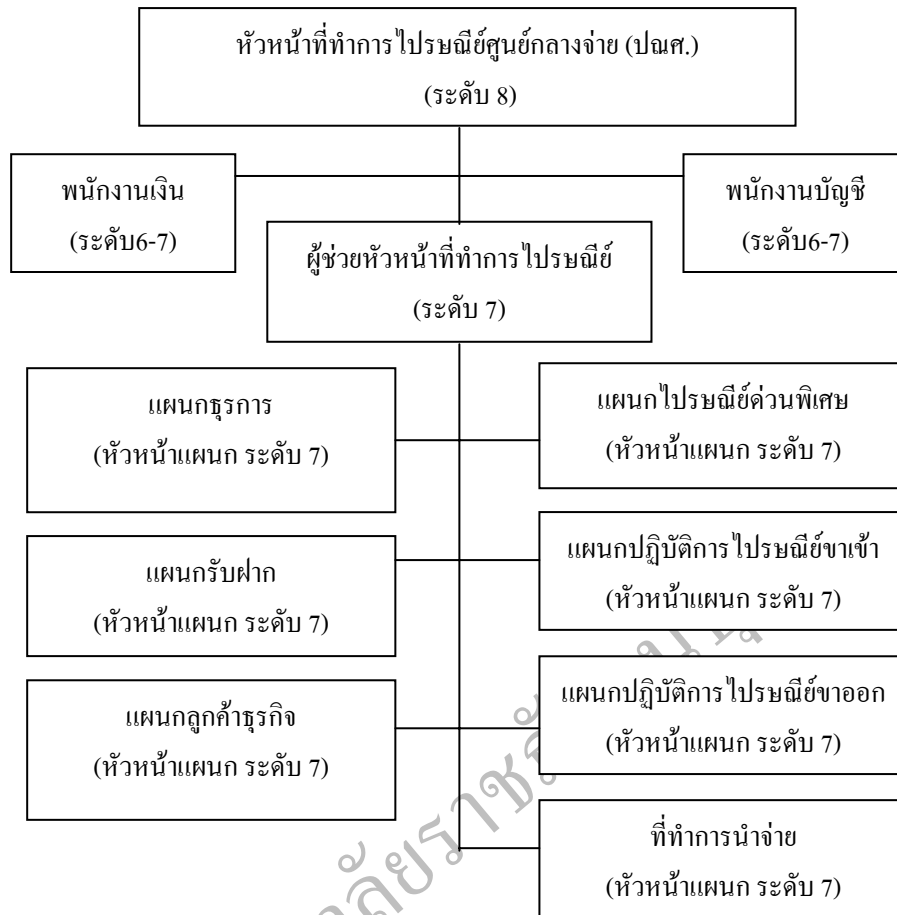
1) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (พิเศษ) [ปณศ.(พ)] 2) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ.) และ 3) ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณภ.(ญ)]

3.1.1 ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (พิเศษ) [ปณศ.(พ)] ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์สมุทรปราการ 10270 โดยมีโครงสร้างการบริหารงาน การแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดระดับตำแหน่ง ไว้ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 โครงสร้างที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (พิเศษ) [ปณศ.(พ)]

3.1.2 ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ.) ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายพระประแดง 10130 2) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายพระสมุทรเจดีย์ 10290 3) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายบางปู 12080 4) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายบางพลี 10540 โดยมีโครงสร้างการบริหารงาน การแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดระดับตำแหน่ง ไว้ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 โครงสร้างที่ทำกรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ.)

3.1.3 กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของที่ทำกรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (พิเศษ) [ปณศ.(พ)] และที่ทำกรไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ.) มีกำหนดให้ รับผิดชอบให้บริการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่าย สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้า ตลอดจนงานอื่นๆ ตามที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดให้มีบริการ ตลอดจนมีการแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดหน้าที่ไว้ ดังนี้

- 1) แผนกธุรการ รับผิดชอบ งานสารบรรณ งานพัสดุ ยานพาหนะ งานการเจ้าหน้าที่และสวัสดิการ งานการเงินและงบประมาณ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
- 2) แผนกรับฝาก รับผิดชอบ งานจำหน่ายตราไปรษณียากร สินค้าไปรษณีย์ งานรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ งานบริการการเงิน และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3) แผนกลูกค้าธุรกิจ รับผิดชอบ งานบริการลูกค้ารายใหญ่ รับฝากจำนวน มากนอกที่ทำการ งานแจ้งหนี้และติดตามหนี้ลูกค้า งานฐานข้อมูลลูกค้า และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับ มอบหมาย

4) แผนกปฏิบัติการไปรษณีย์ขาออก รับผิดชอบ งานไขตู้ คัดเลือก ปิดถุง ส่งต่อไปรษณีย์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

5) แผนกปฏิบัติการไปรษณีย์ขาเข้า รับผิดชอบ งานเปิดถุง คัดแยกที่ทำ การนำจ่ายและด้านจ่ายไปรษณีย์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

6) แผนกไปรษณีย์ด่วนพิเศษ รับผิดชอบ งานรับฝาก EMS นอกที่ทำการ งานคัดเลือก ปิดถุง ส่งต่อ EMS งานเปิดถุง คัดแยกและนำจ่าย EMS และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับ มอบหมาย

7) ที่ทำการนำจ่ายมีฐานะเป็นแผนกหนึ่งของที่ทำการไปรษณีย์ รับผิดชอบงานเตรียมการนำจ่าย และนำจ่ายไปรษณีย์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

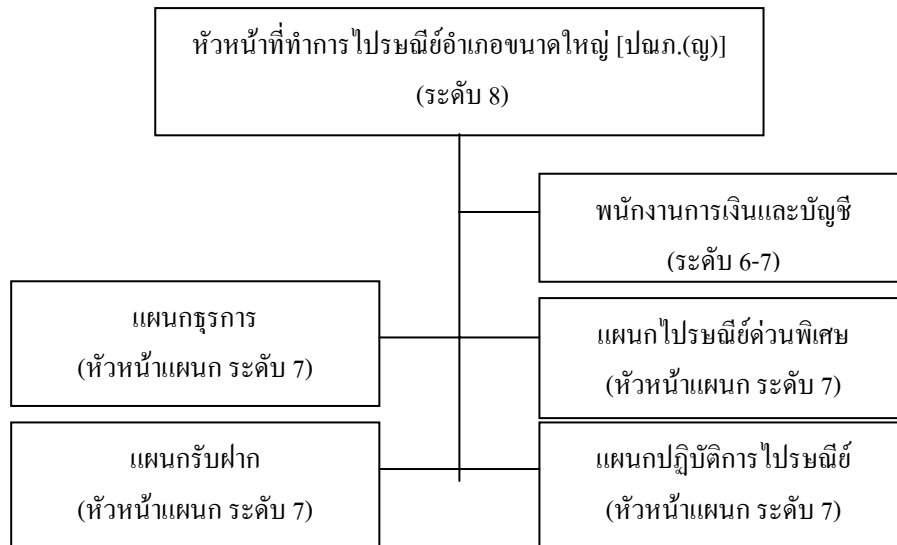
3.1.4 กำหนดเวลาทำการของที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ.) และ [ปณศ.(พ)] ได้กำหนดเวลาให้บริการไว้ดังนี้

วันจันทร์-วันศุกร์ เปิดทำการตั้งแต่เวลา 08.00 น. - 17.00 น.

วันเสาร์ เปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00 น.- 12.00 น.

วันอาทิตย์ และวันหยุดตามประเพณี หยุด

3.1.5 ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณภ.(ญ)] ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ 1) ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอบางบ่อ 10560 2) ที่ทำการไปรษณีย์อำเภอคลองด่าน 10550 โดยมีโครงสร้างการบริหารงาน การแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดระดับตำแหน่ง ไว้ ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 โครงสร้างที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณ.ญ.]

3.1.6 กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณ.ญ.] มีกำหนดให้ รับผิดชอบให้บริการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่าย สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้า ตลอดจนงานอื่นๆ ตามที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดให้มีบริการ ตลอดจนมีการแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดหน้าที่ไว้ ดังนี้

1) แผนกธุรการ รับผิดชอบ งานสารบรรณ งานพัสดุ ยานพาหนะ งาน การเจ้าหน้าที่และสวัสดิการ งานการเงินและงบประมาณ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2) แผนกรับฝาก รับผิดชอบ งานจำหน่ายตราไปรษณียากร สินค้า ไปรษณีย์ งานรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ งานบริการการเงิน และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3) แผนกปฏิบัติการใช้ไปรษณีย์ รับผิดชอบ งานไขตู้ คัดเลือก ปิดถุง ส่งต่อ ไปรษณีย์ งานเปิดถุง งานเตรียมการนำจ่ายและนำจ่ายไปรษณีย์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

4) แผนกไปรษณีย์ด่วนพิเศษ รับผิดชอบ งานคัดเลือก ปิดถุงส่งต่อ EMS งานเปิดถุงคัดแยก และนำจ่าย EMS และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3.1.7 กำหนดเวลาทำการของที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณ.ญ.] ได้ กำหนดเวลาให้บริการไว้ดังนี้

วันจันทร์-วันศุกร์ เปิดทำการตั้งแต่เวลา 08.30 น. - 16.30 น.

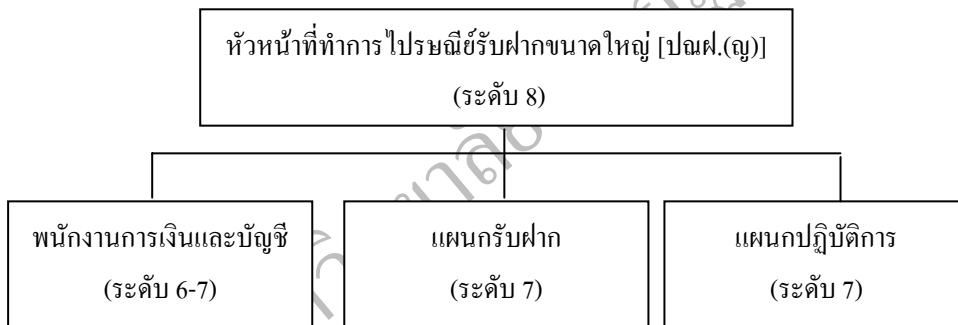
วันเสาร์ เปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00 น.- 12.00 น.

วันอาทิตย์ และวันหยุดตามประเพณี หยุด

3.2 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากในจังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากขนาดใหญ่ [ปณฝ.(ญ)] 2) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากขนาดกลาง [ปณฝ.(ก)]

3.2.1 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากขนาดใหญ่ [ปณฝ.(ญ)] ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ 1) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากปากน้ำ 2) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากสำโรง 3) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากสำโรงใต้ 4) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากด่านสำโรง 5) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากบางเสาธง 6) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากบางนาทาวเวอร์ 7) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีโครงสร้างการบริหารงาน การแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดระดับตำแหน่ง ไว้ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 โครงสร้างที่ทำการไปรษณีย์รับฝากขนาดใหญ่ [ปณฝ.(ญ)]

3.2.2 กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของที่ทำการไปรษณีย์อำเภอขนาดใหญ่ [ปณภ.(ญ)] ให้บริการรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่าย ณ ที่ทำการ สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงิน บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้า ตลอดจนงานอื่นๆ ตามที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดให้มีบริการ ตลอดจนมีการแบ่งส่วนงานภายในและกำหนดหน้าที่ไว้ ดังนี้

1) หัวหน้าที่ทำการ รับผิดชอบ งานสารบรรณ งานพัสดุ งานการเจ้าหน้าที่และสวัสดิการ งานการเงินและงบประมาณ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2) แผนกรับฝาก รับผิดชอบ งานจำหน่ายตราไปรษณียากร สิ้นค้าไปรษณีย์ งานรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ งานบริการการเงิน และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3) แผนกปฏิบัติการ รับผิดชอบงานคัดเลือก ปิดถุงไปรษณีย์และEMS งานเปิดถุง งานเตรียมการนำจ่าย ณ ที่ทำการ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2.3 ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากขนาดกลาง [ปณฝ.(ก)] ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์รับฝากปากลัด ประกอบด้วยหัวหน้าที่ทำการ (ระดับ 7) และไม่มีกรแบ่งส่วนงานภายใน โดยหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์เป็นผู้ควบคุมดูแลงานภายในทุกประเภท

3.2.4 กำหนดเวลาทำการของที่ทำการไปรษณีย์รับฝาก [ปณฝ.(ญ)] และ[ปณฝ.(ก)]

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.30 น.- 16.30 น.

วันเสาร์ เวลา 09.00 น.- 12.00 น.

วันอาทิตย์ และวันหยุดตามประเพณี หยุด

หมายเหตุ กำหนดเวลาทำการอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม เช่นที่ทำการไปรษณีย์รับฝากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

ที่มา : (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด คำสั่ง ปณท ที่ 02001/2549)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ มีสาระสำคัญที่นำมาจัดหมวดหมู่ตามตัวแปรที่สนใจได้ ดังต่อไปนี้

ทิพย์สุดา จาระเวชสาร และคณะ (อ้างถึงใน หทัยรัตน์ เจียรากร, 2542, หน้า 30) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงการสำรวจความต้องการด้านบริการไปรษณีย์ของภาคธุรกิจเอกชนในเขต กทม.” พบว่า บริการไปรษณีย์ใช้มากที่สุดในแต่ละเดือน คือ จดหมายธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 40.06 บริการพิเศษที่ใช้เป็นประจำ คือ ไปรษณีย์ลงทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 82.60 เอกสารธุรกิจส่งในประเทศ ต่างประเทศ เอกสารแผ่นพับ มีอัตราการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 70.00 ใช้บริการส่งสินค้า และตัวอย่างสินค้า (น้ำหนักไม่เกิน 20 กก.) คิดเป็นร้อยละ 42 เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจเอกชนไม่ใช้กับ

บริการไปรษณีย์ในการจัดส่งสิ่งของเพราะความล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 37 เห็นว่าอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการทุกประเภทเหมาะสมแล้วคิดเป็นร้อยละ 83.35 เห็นว่าบริการไปรษณีย์มีอยู่เพียงพอแล้ว คิดเป็นร้อยละ 66.02 เห็นว่าจำนวนช่องให้บริการไม่เพียงพอกับผู้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 29.80 เห็นว่าสภาพแวดล้อมของที่ทำการไปรษณีย์คับแคบ คิดเป็นร้อยละ 27.64 เห็นว่าพนักงานบริการล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 14.04 เห็นว่าพนักงานมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 31.68 เห็นว่ากำหนดเวลาการให้บริการในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 62.43 เมื่อผู้ใช้บริการขอให้มีการสอบสวนสิ่งของฝากส่งทางไปรษณีย์สูญหาย พบว่าผลการติดตามการตรวจสอบอยู่ในระดับดีพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 40.33 เห็นว่าระเบียบปฏิบัติไม่ยุ่งยากซับซ้อน คิดเป็นร้อยละ 54.97 เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของที่ทำการควรให้มีมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.86

ธีระพงศ์ สุทธิพนธ์ (อ้างถึงใน สมนึก เปรื่องประยูร, 2546, หน้า 44-45) ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบริการไปรษณีย์” ผลการวิจัย พบว่า สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความจำเป็นต้องพัฒนาบริการไปรษณีย์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยมีประเด็นที่ควรพิจารณา ดังนี้

(1) ตลาดบริการไปรษณีย์ ซึ่งแต่เดิมสัดส่วนผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ใช้บริการรายย่อย และเป็นการฝากส่งข่าวสารและสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ ได้เปลี่ยนไปเป็นผู้ใช้บริการรายใหญ่ ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจการค้าและหน่วยงานราชการเพิ่มมากขึ้นและการใช้บริการไปรษณีย์เพื่อดำเนินธุรกิจ หรือดำเนินงานราชการได้มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผลให้การให้บริการไปรษณีย์เริ่มที่จะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ทั้งในด้านประเภทของบริการไปรษณีย์ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขโดยเร็ว

(2) ระบบงานไปรษณีย์ ยังมีขีดความสามารถไม่เพียงพอในการรับปริมาณงานมากๆ และการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการรายใหญ่ ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพของบริการและส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ใช้บริการรายย่อยด้วย จำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไป

(3) บุคลากรที่ให้บริการไปรษณีย์ ยังมีคุณลักษณะไม่เหมาะสมเท่าที่ควร และยังต้องการเสริมสร้างประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

(4) อัตราค่าบริการไปรษณีย์ โดยเฉพาะอัตราสำหรับบริการพื้นฐาน ยังมิได้ถูกกำหนดตามต้นทุนจริง ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านไปรษณีย์สูงกว่ารายได้เป็นอันมาก และเพิ่มขึ้นตามลำดับ จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน เพื่อให้กิจการไปรษณีย์มีเงินทุนเพียงพอที่ใช้ในการดำเนินกิจการพัฒนาบริการไปรษณีย์ได้ต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

(5) กิจการไปรษณีย์ยังใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินงานน้อยมาก ทำให้การดำเนินงานบางอย่างล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าที่ควร ในขณะที่คุณภาพของบริการยังไม่ดีเท่าที่ควร

ทิพย์สุดา จาระเวชสาร (อ้างถึงใน สมนึก เปรื่องประยูร, 2546, หน้า 47) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิจัยเพื่อขยายข่ายงานไปรษณีย์ในเขตชนบทตามความเหมาะสมของสภาพเศรษฐกิจ” เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการด้านไปรษณีย์และความสามารถในการขยายกิจการไปรษณีย์ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางเศรษฐกิจมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และขยายประเภทบริการ ให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสังคมในท้องถิ่นชนบท พบว่า

(1) ลักษณะการใช้บริการของประชาชนในชนบท พบว่า บริการไปรษณีย์ที่ประชาชนนิยมใช้มากที่สุดคือไปรษณีย์ธรรมดา (จดหมาย/ไปรษณีย์บัตร) ส่วนบริการอื่นๆ ได้แก่ พัสดุไปรษณีย์ และบริการพิเศษ คือไปรษณีย์ลงทะเบียน จะมีอัตราการใช้รองลงไป และในการใช้บริการประชาชนจะเดินทางไปใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน สะดวกต่อการเดินทางและเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเอาใจใส่

(2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการไปรษณีย์ที่มีผลต่อการพัฒนาสังคมและการเมือง พบว่า เนื่องจากพื้นที่ชนบทห่างไกลบริการโทรคมนาคม ยังเข้าไปไม่ถึง บริการไปรษณีย์ได้มีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มชนนั้นๆ โดยทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเป็นสื่อกลางในการพัฒนาการศึกษา การติดต่อค้าขาย และการติดต่อสัมพันธ์กับญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ส่วนในด้านการเมืองนั้น พบว่า ประชาชนจำนวนมากได้รับข่าวสารการเลือกตั้งผ่านบริการไปรษณีย์ ซึ่งช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งและเกิดความตื่นตัวในการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งมากขึ้น นับว่าบริการไปรษณีย์มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยในท้องถิ่นชนบทเป็นอย่างมาก

(3) ความสามารถในการขยายบริการของที่ทำกรไปรษณีย์อนุญาตเอกชน และที่ทำกรไปรษณีย์โทรเลขในระดับตำบล ผู้ใช้บริการในระดับตำบลต่างก็เห็นด้วยกับการเปิดให้มีบริการพิเศษอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ บริการธนาณัติ”

จุฑาธิป ดิเรกศรี (อ้างถึงใน สมนึก เปรื่องประยูร, 2546, หน้า 45-46) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจแปรรูปรัฐวิสาหกิจ กรณีศึกษาการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.)” ผลการวิจัยพบว่า บริการไปรษณีย์ประสบภาวะขาดทุนมาตลอด รายรับต่ำกว่ารายจ่ายเฉลี่ยประมาณปีละ 40 เปอร์เซ็นต์ การขาดทุนอาจมาจากสาเหตุ 2 ประการ ประการแรก รัฐถือว่าไปรษณีย์เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการช่วยพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญยิ่งขึ้น ฉะนั้น การที่รัฐมีนโยบาย

ให้บริการกระจายไปสู่ชนบท โดยเฉพาะท้องถิ่นทุรกันดารซึ่งมีการคมนาคมไม่สะดวก การให้บริการไปรษณีย์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ขณะเดียวกันมีรายรับต่ำ ประการที่สอง การคิดค่าบริการต่ำกว่าต้นทุน และโดยธรรมชาติของการบริการไปรษณีย์ที่เน้นปัจจัยแรงงานแล้ว ยิ่งเป็นตัวเสริมภาวะการขาดทุนให้สูงยิ่งขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น เพราะประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ ของต้นทุนทั้งหมดเป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ซึ่งถือเป็นต้นทุนคงที่ ไม่แปรผันตามจำนวนที่ลดลงของบริการไปรษณีย์

ชมพูนุท สรรคบุรานุรักษ์ (2541, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์” โดยทำการศึกษาภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่สื่อมวลชนสะท้อนให้เห็น โดยเลือกทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวที่ตัดจากหนังสือพิมพ์ เพื่อดูภาพลักษณ์ในมุมมองที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของกิจการไปรษณีย์ที่สื่อหนังสือพิมพ์นำเสนอปรากฏในทางบวกมากที่สุด ร้อยละ 57.63 เนื้อหาที่ให้ภาพทางลบและไม่มีทิศทางใด ๆ นำเสนอในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน ประมาณร้อยละ 21

สังคม สุวรรณแสง (2541, หน้า 251) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาการปฏิบัติงานของที่ทำกรไปรษณีย์รับจ่าย : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดกาฬสินธุ์” ผลการศึกษา พบว่า ที่ทำการไปรษณีย์รับจ่ายในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ปฏิบัติงานตามกรอบงานที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ครบทั้ง 7 ด้าน โดยด้านที่มีการปฏิบัติมากกว่าด้านอื่นๆ คือ ด้านบริการการเงิน ด้านไปรษณีย์ ด้านธุรการ และด้านโทรคมนาคมสาธารณะ โดยเฉพาะงานรับฝาก จ่ายเงิน รับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการโทรเลข และนำจ่าย ปัญหาสำคัญที่พบ คือ การบริการหน้าเคาน์เตอร์ทุกประเภทไม่ทันความต้องการของผู้ใช้บริการ มีสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ตกค้างนำจ่ายไม่หมดทั้งนี้ เนื่องมาจากมีอัตรากำลังไม่เพียงพอและต้องรับผิดชอบให้บริการหลายงาน ในขณะเดียวกันงานแต่ละอย่างมีขั้นตอนการปฏิบัติมาก และต้องทำให้ทันภายในเวลาอันจำกัด ซึ่งที่ทำการได้แก้ไขปัญหา โดยให้พนักงานผู้รับผิดชอบมาปฏิบัติงานนอกเวลาทำการ หรือวันหยุด มีการระดมกำลังมาช่วยกันทำงานที่มีปริมาณงานมาก หรือมีผู้ใช้บริการคับคั่ง รวมทั้งไม่หยุดพักกลางวัน และเพิ่มเที่ยวนำจ่าย

บุญชนะ สอนนารา (2542, หน้า 33) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ พัฒน์พงษ์” ผลการวิจัย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ในเรื่องเครื่องแต่งกาย ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความเอาใจใส่และการตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการเองมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้ง รูปแบบการจัดเคาน์เตอร์ การจัดป้ายบอกการบริการที่พักของผู้ใช้บริการ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การระบายอากาศและแสงสว่างในพื้นที่ใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความสะดวกที่ได้รับ ผู้ใช้บริการมี

ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความสะดวกที่ได้รับจากการให้บริการของพนักงาน การฝากส่งจดหมาย พัสดุ ทัศนคติ การชำระภาษี และต่อทะเบียนรถ รวมถึงการให้บริการสอบถามอัตราค่าบริการ ซึ่งผู้ใช้บริการเอง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการของพนักงาน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการของพนักงาน ป้ายบอกช่องบริการ ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่มองเห็นชัดเจน ให้รายละเอียด เข้าใจง่าย เอื้ออำนวยต่อการใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และความเร็วของการให้บริการของพนักงาน การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และการเปิดให้บริการในตอนกลางวัน ซึ่งผู้ใช้บริการเองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

วรวิทย์ เริงเขา (2545, หน้า 37) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์อ่อนนุช กรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจากมากไปน้อย ได้แก่ ระยะเวลาที่ให้บริการ อาชีพ และระดับการศึกษา ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการในภาพรวมแล้วได้คะแนนความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละลักษณะการให้บริการ และค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง นั่นคือผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีการจัดแผนกบริการต่าง ๆ เป็นสัดส่วนได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด มีงานบริการบางด้านที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาให้เอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของไปรษณีย์อ่อนนุช คือ การจัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้คำแนะนำบริการ โดยเฉพาะ รวมทั้งบริการอำนวยความสะดวกในการให้บริการทุกรูปแบบ นอกจากนั้นจะต้องเร่งรัดพัฒนาบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้มีความพร้อมต่อการให้บริการทุกๆ ด้านเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ

ทรงศณี พูลสวัสดิ์ (2546, หน้า 30) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับบริการที่จุดชำระเงินของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมีอายุ 20-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา/ปวช. มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ หย่า/ม่าย จะค้ำถึงปัจจัยในภาพรวม และปัจจัยด้านบริการ ช่องทางการให้บริการ สื่อสารการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่เซเว่น-อีเลฟเว่น พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ โสดจะค้ำถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สูงกว่าสถานภาพอื่นๆ และอาชีพของผู้ใช้บริการที่เป็นข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ จะค้ำถึงปัจจัยด้านราคาสูงที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรรณ กัลนทานนท์ (2547, หน้า ๙) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลโครงการเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ: กรณีศึกษาที่ทำกรไปรษณีย์ลาดพร้าว” ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของ

ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ต่อประสิทธิภาพการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ลาดพร้าว ด้านบริการและด้านพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านสถานที่อยู่ในระดับสูง และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ลาดพร้าว ในด้านบริการ ส่วนปัจจัยด้านรายได้ การใช้บริการ EMS และลงทะเบียน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ลาดพร้าว ด้านพนักงาน และปัจจัยด้านอายุ การใช้บริการพัสดุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ลาดพร้าว ด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่พบความสัมพันธ์

อนันต์ นุ่มดี (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อที่ทำกรไปรษณีย์สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านประเภทของบริการในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านประเภทของบริการเป็นอันดับแรก และมีความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจใน ภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อมรรัตน์ ขวโนวานิช (2548, หน้า 25) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการรับชำระเงินผ่านที่ทำกรไปรษณีย์ (PAY AT POST) สาขาหลักสี่” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการ PAY AT POST อยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดลองสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการ PAY AT POST ของที่ทำกรไปรษณีย์หลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับการศึกษาและสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการ PAY AT POST อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วีระ ตาสอน (2548, หน้า 74-75) ได้ศึกษาเรื่อง “การให้บริการแบบครบวงจรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด : บทสำรวจความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการ” ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของที่ทำกรไปรษณีย์นนทบุรีทั้งด้านระบบการให้บริการและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก และเสนอแนะให้มีการวัดความพึงพอใจของประชาชนอย่างต่อเนื่อง ส่วนด้านปฏิบัติการเสนอแนะให้เร่งปรับปรุงการให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้ประชาชนพึงพอใจสูงสุด

ขจิต การเดช (2549, หน้า 86-88) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์หลักสี่” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพลูกจ้าง /พนักงานบริษัท รายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมมาใช้บริการในวัน จันทร์-ศุกร์ มาช่วงเช้า และมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ คือ ควรทบทวนอัตราค่าบริการ และค่าธรรมเนียมการใช้บริการให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ควรควบคุมต้นทุนการดำเนินงานด้านบุคลากรเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้าง อัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมการใช้บริการ ควรปรับลดขั้นตอนการบริการเพื่อให้รวดเร็วกว่าเดิม ควรจัดเจ้าหน้าที่ไว้ตอบปัญหาเมื่อมีข้อสงสัย และจัดทำคำแนะนำการใช้บริการไว้ให้ลูกค้าศึกษาก่อนใช้บริการ และควรทบทวนเงื่อนไขการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิตให้เหมาะสมกว่าเดิม

สกนธรัตน์ ศรีสถาพรวงศ์ (2549, หน้า 121-124) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อที่ทำกรไปรษณีย์ในสังกัดไปรษณีย์จังหวัดเพชรบุรี” ผลการวิจัย พบว่า

(1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแบบประจำ และผู้ให้บริการแบบไม่ประจำต่อด้านระบบการให้บริการ และด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาด้านระบบการให้บริการเป็นรายประเภทงาน ยังพบว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเภทงานบริการ โดยประเภทที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือประเภทบริการไปรษณีย์

(2) ความต้องการของผู้ใช้บริการแบบประจำ และผู้ให้บริการแบบไม่ประจำต่อด้านระบบการให้บริการ และด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาระบบการให้บริการเป็นรายประเภทงานยังพบว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มมีความต้องการในระดับมากทุกประเภทงานบริการ โดยประเภทที่ผู้ให้บริการมีความต้องการมากที่สุด คือ บริการไปรษณีย์และบริการการเงิน ตามลำดับ

(3) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแบบประจำและผู้ให้บริการแบบไม่ประจำ โดยภาพรวมในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้านระบบการให้บริการ ผู้ใช้บริการแบบประจำและผู้ให้บริการแบบไม่ประจำ มีความพึงพอใจในแต่ละประเภทงานบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านพนักงานผู้ปฏิบัติงานนั้น ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

(4) การเปรียบเทียบความต้องการของผู้ใช้บริการแบบประจำและไม่ประจำ พบว่า โดยภาพรวมมีความต้องการแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้านระบบการให้บริการและด้านพนักงานผู้ปฏิบัติงาน พบว่า ผู้ใช้บริการแบบประจำและผู้ใช้บริการแบบไม่ประจำมีความต้องการไม่แตกต่างกัน

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย” ผลการวิจัย พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการไปรษณีย์ไทย ส่วนใหญ่ใช้บริการ EMS รองลงมา คือ พัสดุไปรษณีย์ จดหมาย หนาฉัตติ และลงทะเบียน สำหรับช่วงเวลาของเดือนส่วนใหญ่ใช้บริการ ในช่วงเวลาไม่แน่นอน รองลงมา คือ ต้นเดือน ช่วงเวลาของวัน ส่วนมาใช้บริการช่วงบ่าย รองลงมาเป็นช่วงเช้า ความถี่ของการมาใช้บริการ ส่วนใหญ่มาใช้บริการ เดือนละ 1 ครั้ง รองลงมา เดือนละ 2-3 ครั้ง เวลาโดยรวมในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้เวลา 5-10 นาที รองลงมา 11-20 นาที การเคยมีปัญหากับการให้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ส่วนใหญ่ เมื่อมีปัญหาจะติดต่อเจ้าหน้าที่ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ที่ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ในด้านการรับฝาก ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการนำจ่าย และด้านกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 3 ใน 5 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ การนำจ่าย และการรับฝาก ตามลำดับ ส่วนอีก 2 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มลูกค้า พบว่า กลุ่มลูกค้าสถาบัน และกลุ่มลูกค้าบุคคล มีความพึงพอใจในบริการ ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากเท่ากัน และความพึงพอใจแยกเป็นรายด้าน ดังนี้

(1) ด้านการรับฝาก ข้อที่มีความพึงพอใจระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการตามลำดับก่อนหลัง

(2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการแต่งกายเหมาะสม

(3) ด้านสถานที่ให้บริการ ข้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ตั้ง และแสงสว่างบริเวณพื้นที่

(4) ด้านการนำจ่าย มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ นำจ่ายถูกต้องตามเจ้าหน้าที่

(5) ด้านกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์และบริการหลังการขาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ความสามารถตอบข้อซักถาม สะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์

การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ความสะดวกในการติดตามผล และการได้รับข้อมูลข่าวสารบริการ ไปรษณีย์ ตามลำดับ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ” เป็นอย่างมาก ซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ในด้านต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นประเด็นสำคัญของการศึกษา ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย

- 1.1 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ
- 1.2 ประเภทของบริการที่ใช้
- 1.3 ประเภทของสินค้าที่ซื้อ
- 1.4 ช่วงเวลาของเดือน ที่มาใช้บริการ
- 1.5 ความถี่ของการใช้บริการ
- 1.6 วันที่มีความสะดวกมาใช้บริการ
- 1.7 ช่วงเวลาของวันที่มาใช้บริการ
- 1.8 ระยะเวลาในการใช้บริการตั้งแต่เริ่มต้น จนเสร็จสิ้นการใช้บริการ
- 1.9 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของที่ทำกรไปรษณีย์ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยความพึงพอใจ ใน 6 ด้าน ดังนี้

- 2.1 สถานที่ให้บริการ
- 2.2 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ
- 2.3 การรับรู้บริการและข้อมูลข่าวสาร ณ ที่ทำกรไปรษณีย์
- 2.4 บริการรับฝาก
- 2.5 เจ้าหน้าที่รับฝาก
- 2.6 เจ้าหน้าที่นำจ่าย