

ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

Factors Affecting to People's Attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi to Excellent Service

ปัฐพล มิ่งขวัญ¹ และ โชติมา แก้วกรอง²
Pattapol Mingkwan¹ and Chotima Kaeokrong²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ที่มีภูมิลำเนาตามทะเบียนราษฎรในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ที่ได้จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .973 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมในการมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.220$, $S.D.=1.155$) และทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.260$, $S.D.=.950$) 2) ทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ มีความแตกต่างกันไป อาชีพ ($F=8.295$, $P=.000$) สถานภาพสมรส ($t=-3.946$, $P=.000$) และการเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ($F=2.541$, $P=.039$) และอินเทอร์เน็ต ($F=3.139$, $P=.015$) มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) อายุ ($r=.156$, $P=.002$) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the people's services behaviors and the people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services, 2) to study factors affecting to people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services and 3) to study factors correlating with people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services. The systematic random sampling was used in this research. The samples in this study consisted of 400 people who were residents in Kanchanaburi Province. The data were collected by a questionnaire with Cronbach's alpha coefficient of .973. The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way Analysis of Variance (ANOVA) and Pearson product moment correlation coefficient with the level of statistical significance at .05.

¹ นักศึกษา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) โครงการศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อีเมล: atrhy629@hotmail.com

Student, Master of Arts (Political Science), Master of Liberal Art in Political Science (Special Program), Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, E-mail: rak_peat_ka@hotmail.com

² อาจารย์ ดร. โครงการจัดตั้งภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Lecturer, Ph.D., The Establishment Project of Department of Social Sciences, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

ข้อมูลบทความ

ส่งบทความ 20 พฤษภาคม 2558
ตอบรับ 21 กรกฎาคม 2558
เผยแพร่ออนไลน์ 25 สิงหาคม 2558

คำสำคัญ

บริการที่เป็นเลิศ
ไปรษณีย์ไทย
การเปิดรับสื่อ
excellent services
Thailand Post
media exposure

The research results showed that 1) people's behaviors to services of Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province were at a low level ($\bar{X}=1.220$, S.D.=1.155) and people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services were at a moderate level ($\bar{X}=3.260$, S.D.=.950), 2) The hypothesis testing revealed that people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services were significantly different by occupation ($F=8.295$, $P=.000$) and marital status ($t=-3.946$, $P=.000$), It was also found that media exposure by television ($F=2.541$, $P=.039$) and internet ($F=3.139$, $P=.015$) affected people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services significantly. And 3) age ($r=.156$, $P=.002$) significantly correlated with people's attitudes to Thailand Post Offices in Kanchanaburi Province to excellent services at .05 level of statistical significance.

บทนำ

กว่า 130 ปี ที่กิจการไปรษณีย์ไทยได้ถือกำเนิดขึ้น กิจการไปรษณีย์ของไทยมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทและสถานภาพหลายครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบ้านเมืองและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความพยายามที่จะปรับปรุงกิจการให้มีความคล่องตัวในระบบการบริหาร เพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพตอบสนองทุกความต้องการของประชาชน เพื่อการเติบโตอย่างมั่นคง และมีรายได้ที่เลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน

แนวโน้มในการดำเนินงานของการไปรษณีย์ทั่วโลกจะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลกโดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายหลัก 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ทั้งเครือข่ายในการให้บริการและบุคลากรของหน่วยงาน ด้านการเงินและด้านอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างนวัตกรรมบริการจากแนวโน้มการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศผ่านการซื้อขายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) การโอนเงินของแรงงานที่ย้ายถิ่นฐาน รวมถึงการสร้างโอกาสทางธุรกิจจากเครือข่ายไปรษณีย์ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ประชาชนทุกระดับโดยเฉพาะที่อยู่ห่างไกลสามารถเข้าถึงได้และยังเป็นเครือข่ายที่ใหญ่ที่สุดของโลกในการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตและยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไปได้

ไปรษณีย์ไทย (2558) ผลการสำรวจความพึงพอใจปี 2557 จากการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ จำนวน 141 แห่ง 4,230 คน พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ มีความพึงพอใจต่อมาตรฐานการให้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์และบริการหน้าเคาน์เตอร์ ร้อยละ 89.1

เมื่อเทียบกับปี 2556 ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าลดลง ร้อยละ 1.2 จากร้อยละ 90.3 ในปี 2557 ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านขั้นตอนการให้บริการ (แนวทางการให้บริการ) ร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ ด้านจุดรับบริการ (ช่องทางการให้บริการ) ร้อยละ 89.8 ด้านกระบวนการจัดส่ง ร้อยละ 89.5 ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ร้อยละ 89.4 ด้านพนักงานที่ให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ร้อยละ 86.6 และด้านบริการหลังการขาย ร้อยละ 85.6 ตามลำดับ จากผลการสำรวจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบริการที่ดีที่จะได้รับจากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบุคลากรผู้ให้บริการของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อบริการที่เป็นเลิศต่อไป พร้อมทั้งจะก้าวสู่นาคตและต่อยอดเครือข่ายธุรกิจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อบริการของไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนบริการไปรษณีย์ไทยสู่การให้บริการที่เป็นเลิศ สามารถดำรงความเป็นหน่วยงานผู้ให้บริการเชิงสังคม พร้อมทั้งจะก้าวสู่นาคตและต่อยอดเครือข่ายธุรกิจ
2. เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาระบบบริการไปรษณีย์ เพื่อบริการที่เป็นเลิศต่อไปในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติขอประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ สามารถตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/ใบปลิว มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

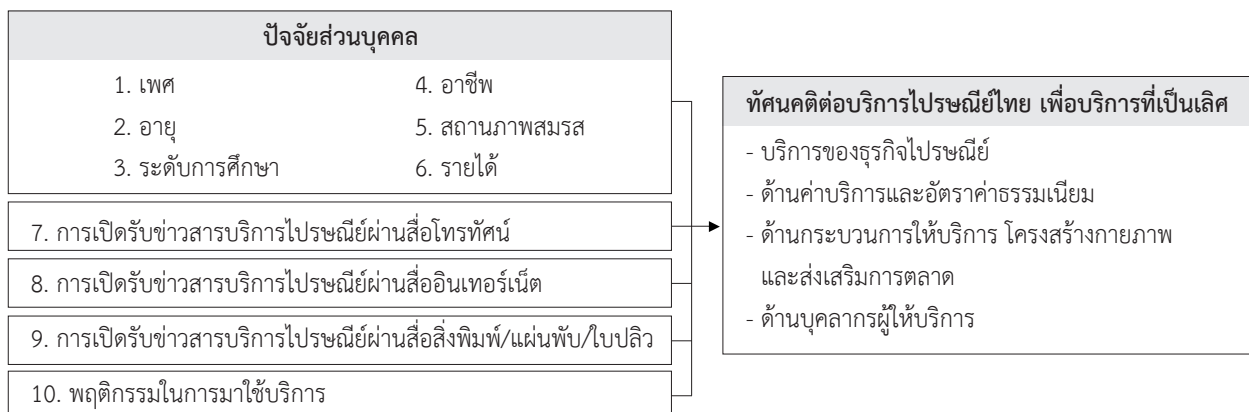
สมมติฐานที่ 3.1 อายุของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 3.2 รายได้ของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมในการมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติขอประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ มีการศึกษาแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครอบคลุมประเด็น ดังต่อไปนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ข้อมูลเกี่ยวกับการไปรษณีย์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ของ (Kotler, 1997, อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดบริการ มีประเด็นที่ครอบคลุมเกี่ยวกับบริการโดยเฉพาะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's เป็นองค์ประกอบในการศึกษาทัศนคติขอประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ซึ่งนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาตามทะเบียนราษฎรในจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 15-65 ปี จำนวนทั้งสิ้น 386,161 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2557)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ที่มีภูมิลำเนาตามทะเบียนราษฎรในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยขนาดตัวอย่างได้จากคำนวณสูตร

ของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เท่ากับ 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดกาญจนบุรีทั้งหมด 11 แห่ง ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์เมืองกาญจนบุรี ที่ทำการไปรษณีย์ท่าม่วง ที่ทำการไปรษณีย์ท่ามะกา ที่ทำการไปรษณีย์พนมทวน ที่ทำการไปรษณีย์ไทรโยค ที่ทำการไปรษณีย์บ่อพลอย ที่ทำการไปรษณีย์ทองผาภูมิ ที่ทำการไปรษณีย์เลาขวัญ ที่ทำการไปรษณีย์สังขละบุรี ที่ทำการไปรษณีย์ท่ากระดาน และที่ทำการไปรษณีย์ด่านมะขามเตี้ย

ขอบเขตด้านระยะเวลา

เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึง 15 มกราคม 2558 กำหนดวันและช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในช่วงเวลา 8.30-16.30 น. และวันเสาร์ในช่วงเวลา 09.00-12.00 น.

วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละส่วน โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้

2. ฐานนิยม (Mode) ใช้สำหรับอธิบายการเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/ใบปลิว

3. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับอธิบายระดับพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

4. การทดสอบค่า (T-test) ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพสมรส เนื่องจากตัวแปรอิสระมี 2 กลุ่ม

5. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติของประชากรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์กำหนดไว้ที่ระดับ .05

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ รายได้ และพฤติกรรมในการมาใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์และทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีมาตราวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ

เกณฑ์ของระดับความสัมพันธ์

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงและหาค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.กนกรัตน์ ยศไกร เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษารั้งนี้หรือไม่ และหลังจากนั้นก็นำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) กับประชาชนที่มาใช้บริการไปรษณีย์ไทย ในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของมาตราวัดแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .973

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรของตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 มีอายุ 23-30 ปี ร้อยละ 29.50 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 30.40 ปี กลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยที่สุด 15 ปี และกลุ่มตัวอย่างมีอายุมากที่สุด 64 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 44.00 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 63.50 มีรายได้ต่อเดือน 14,001-20,000 บาท ร้อยละ 27.75 โดยกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 18,215.24 บาท กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนน้อยที่สุด 3,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด 1,000,000 บาท

พฤติกรรมของประชาชนในการมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์พฤติกรรมของประชาชนในการมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมในการมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.220$, $S.D.=1.155$) เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละบริการ พบว่า บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไปรษณีย์ด่วน

พิเศษในประเทศ EMS ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ EMS World ($\bar{X}=1.820$, $S.D.=1.547$) รองลงมาคือ ไปรษณีย์ภัณฑ์ (เช่น จดหมาย ไปรษณีย์บัตร สิ่งตีพิมพ์ ฯลฯ) ($\bar{X}=1.718$, $S.D.=1.544$) ส่วนบริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการฝากส่งสิ่งของระหว่างประเทศ (เช่น ไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศ ไปรษณีย์ทางอากาศราคาประหยัด ไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศ) ($\bar{X}=.770$, $S.D.=1.388$) ตามลำดับ

การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ

การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ พบว่า ประชาชนเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีค่านิยามการเปิดรับข่าวสาร 1 ครั้ง/สัปดาห์ทั้งสองสื่อ ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/ใบปลิว มีค่านิยามการเปิดรับข่าวสาร คือ ไม่เคยเปิดรับเลยตามลำดับ

การวิเคราะห์ทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ

การวิเคราะห์ทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ แบ่งเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านบริการของธุรกิจไปรษณีย์ 2) ด้านค่าบริการและอัตราค่าธรรมเนียม 3) ด้านกระบวนการให้บริการโครงสร้างกายภาพและส่งเสริมการตลาด และ 4) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการสามารถสรุปได้ ดังนี้

ประชาชนมีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.260$, $S.D.=.950$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ($\bar{X}=3.721$, $S.D.=1.125$) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการโครงสร้างกายภาพและส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.302$, $S.D.=.996$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านบริการของธุรกิจไปรษณีย์ ($\bar{X}=2.938$, $S.D.=1.128$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานสำหรับการวิจัย

สมมติฐาน	ค่าสถิติ	P-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
			เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน				
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	.426	.671		✓
สมมติฐานที่ 1.2 ระดับการศึกษา	1.585	.163		✓
สมมติฐานที่ 1.3 อาชีพ	7.285*	.000	✓	
สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพสมรส	-3.946*	.000	✓	
สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อต่างๆ มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ				
สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์	2.541*	.039	✓	
สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	3.139*	.015	✓	
สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/ใบปลิว	.913	.456		✓
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ				
สมมติฐานที่ 3.1 อายุ	.156*	.002	✓	
สมมติฐานที่ 3.2 รายได้	.087	.083		✓
สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมในการมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ	.067	.183		✓

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อค้นพบสำคัญ ดังนี้

1. อาชีพ ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=2.823$, $S.D.=1.218$) มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มผู้มีอาชีพต่างๆ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมรรัตน์ ขวโนวานิช (2548) กล่าวคือ อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการ PAY AT POST ของที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อีกทั้งผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มาใช้บริการไปรษณีย์ไม่บ่อยครั้งเท่ากับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ครู/อาจารย์/นักวิชาการ กลุ่มที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และกลุ่มเกษตรกร ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่ากลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา การมาใช้บริการที่ไปรษณีย์ส่วนใหญ่เป็นการมารับธนาคณิตออนไลน์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากผู้บริหารไปรษณีย์ไทยให้ความสนใจที่จะยกระดับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ของบุคคลกลุ่มนี้ ก็จะทำให้ระดับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทย

ในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อยู่ในระดับมากขึ้นตามไปด้วย

2. *สถานภาพสมรส* ในการวิจัยครั้งนี้ประชาชนที่มีสถานภาพ สมรส/หม้าย/หย่าร้าง ($\bar{X}=3.487, S.D.=.780$) มีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ในภาพรวมมากกว่าประชาชนที่มีสถานภาพโสด ($\bar{X}=3.129, S.D.=1.014$) โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นริศรา ไครบุตร (2551) กล่าวคือ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อีกทั้งข้อค้นพบข้างต้นเมื่อพิจารณาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยเห็นว่ากว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสด น่าจะเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งค่าเฉลี่ยทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศของกลุ่มนี้ต่ำกว่ากลุ่มผู้มีอาชีพอื่นๆ ดังที่กล่าวถึงข้างต้น จึงทำให้ผลการศึกษาค้นพบว่า ทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยเพื่อบริการที่เป็นเลิศของประชาชนที่มีสถานภาพโสดแตกต่างจากประชาชนที่มีสถานภาพสมรส/หม้าย/หย่าร้าง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่ากลุ่มผู้มีสถานภาพโสดน่าจะเป็นกลุ่มที่ผู้บริการไปรษณีย์ไทย ควรให้ความสนใจยกระดับทัศนคติของกลุ่มนี้ให้เพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีสถานภาพโสดที่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งในอนาคตนักเรียน/นักศึกษาก็จะประกอบอาชีพและน่าจะยังคงมาใช้บริการที่ไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี

3. *อายุ* ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมอายุของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=1.56, P=.002$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมรรรัตน์ ชวโนวานิช (2548) กล่าวคือ อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการ PAY AT POST ของที่ทำการไปรษณีย์หลักสี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการวิจัยครั้งนี้เห็นได้ว่ากลุ่มคนที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยเพื่อบริการที่เป็นเลิศ มากที่สุด คือ กลุ่มคนในอายุมาก ($\bar{X}=3.447, S.D.=.788$) รองลงมาคือ กลุ่มคนอายุปานกลาง ($\bar{X}=3.239, S.D.=1.019$) และกลุ่มคนที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อบริการที่เป็นเลิศน้อยที่สุด คือ กลุ่มคนอายุน้อย ($\bar{X}=3.120, S.D.=.992$) ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าในการที่จะยกระดับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี

เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ให้อยู่ในระดับมากได้นั้น ผู้บริการของไปรษณีย์ไทยจะต้องยกระดับทัศนคติที่กลุ่มคนอายุมากให้มีระดับเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มคนอายุปานกลางและกลุ่มคนอายุน้อยที่มีระดับทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อบริการที่เป็นเลิศอยู่ในระดับปานกลางนั้น ก็จะต้องให้ความสำคัญในการที่จะยกระดับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ของทั้งสองกลุ่มนี้ให้เพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน โดยจะทำให้ระดับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากตามไปด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าไม่ควรละเลยที่จะพัฒนาบริการของไปรษณีย์ไทยให้เป็นที่น่าประทับใจของกลุ่มผู้มีอายุน้อยหรือกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เนื่องจากอนาคตเมื่อพวกเขาเจริญเติบโตขึ้นจนสามารถประกอบอาชีพได้ คนกลุ่มนี้ก็ควรมีทัศนคติที่ดีต่อบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อจะมาใช้บริการไปรษณีย์ไทยในอนาคตและจะมาเป็นลูกค้าของไปรษณีย์ไทยต่อไป

4. *การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์* ในการวิจัยครั้งนี้เห็นได้ว่ากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.121, S.D.=1.160$) มีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ในภาพรวมแตกต่างจากกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.557, S.D.=.813$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งเห็นได้ว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ของ Atkin (1973) กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารและการติดต่อสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ อันจะทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น การได้รับข่าวสารบริการไปรษณีย์ไทยจากสื่อโทรทัศน์ จึงอธิบายได้ว่าทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อบริการที่เป็นเลิศยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Atkin (1973, p. 208) ยังกล่าวถึงบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูกว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้การที่ประชาชนที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ 2 ครั้ง/สัปดาห์ จึงมีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทย เพื่อบริการที่เป็นเลิศ แตกต่างจากประชาชนที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ 1 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีระดับทัศนคติที่สูงกว่านั่นเอง

ผู้วิจัยจึงเห็นว่าผู้บริการของไปรษณีย์ไทย จะต้องให้

ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์ยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและข่าวสารต่างๆ ของไปรษณีย์ไทย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ การรับรู้ใหม่เกี่ยวกับไปรษณีย์ไทยและบริการ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วราภรณ์ ใช้เทียมวงศ์ (2547) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคลเพื่อให้บริการไปรษณีย์เชิงธุรกิจของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่พบว่า ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการใช้บริการผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก คือ มีการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กรเพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในองค์กร/บริการใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและโฆษณา เพื่อส่งเสริมการใช้บริการ เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจ รองรับธุรกิจใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน และรักษารายได้ให้เป็นที่ไปตามเป้าหมาย

5. การเปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในการวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต 1 ครั้ง/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.061$, S.D.=1.148) มีทัศนคติต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ในภาพรวมแตกต่างจากกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต 2 ครั้ง/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.469$, S.D.=.727) กลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต 3 ครั้ง/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.571$, S.D.=.644) และกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต 4 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์ ($\bar{X}=3.381$, S.D.=.872) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ของ Atkin (1973, p. 208) เช่นเดียวกับประชาชนที่เปิดรับข่าวสารบริการไปรษณีย์ผ่านสื่อโทรทัศน์ กล่าวคือ บุคคลที่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเหล่านั้นยิ่งมาก ยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ผู้วิจัยเห็นว่าผู้บริหารของไปรษณีย์ไทยควรจะต้องให้ความสำคัญกับสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากยิ่งขึ้น โดยควรมุ่งเน้นการพัฒนาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ น่าสนใจ มีคุณภาพ มีความทันสมัย สืบค้นข้อมูลการให้บริการของไปรษณีย์ไทยได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเกิดความคุ้มค่าในบริการที่ผู้ใช้ที่ไปรษณีย์ในปัจจุบัน อีกทั้งการเพิ่มการบริหารจัดการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ “ไปรษณีย์ไทย” การสร้างภาพลักษณ์องค์กร และสินค้า/บริการของไปรษณีย์ไทยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มากขึ้น

ทั้งในแง่มุมมองเชิงลึกที่น่าสนใจ มีภาพประกอบสวยงาม ใช้งานง่าย มีตัวอักษรและรูปภาพที่ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ไปรษณีย์ไทยพร้อมขับเคลื่อนธุรกิจไทยสู่เวทีโลก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ผู้วิจัยขอเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อปรับปรุงการบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ดังนี้

1. ควรมีนโยบายส่งเสริมให้บุคลากรให้เข้ารับการพัฒนาศักยภาพ เพื่อการให้บริการที่เป็นเลิศ เนื่องจากตามคำชมเชยจากข้อค้นพบของการวิจัยสะท้อนถึงการที่ผู้ให้บริการต้องรักษาคุณสมบัติสำคัญของบุคลากรในเรื่องของการให้บริการ ซึ่งก็คือ อธิษาศัย การยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และการคอยให้คำแนะนำแก่ผู้มาใช้บริการ

2. ควรรักษามาตรฐานการให้บริการ ด้วยมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา ดังคำชมเชยที่ผู้มาใช้บริการได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการให้บริการ ดังนั้น กรณีมาตรฐานของการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและกำหนดเป็นกลยุทธ์การดำเนินการอย่างชัดเจนด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) บริการของธุรกิจไปรษณีย์ 2) ค่าบริการและอัตราค่าธรรมเนียม 3) กระบวนการให้บริการ โครงสร้างกายภาพและส่งเสริมการตลาด และ 4) บุคลากรผู้ให้บริการโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น ในการศึกษาในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรีไปเพื่อบริการที่เป็นเลิศ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและดียิ่งขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ มิติในการพิจารณาเกี่ยวกับบริการของไปรษณีย์ไทย อาจจะมีในแง่มุมอื่นนอกจากเหนือที่ดำเนินการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- _____. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- นริศรา ไครบุตร. (2551). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการ
ของที่ทำกรไปรษณีย์ดงมะไฟ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไปรษณีย์ไทย. (2558). *ไปรษณีย์ไทย* เชื่อมใจเป็นหนึ่ง.
วารสารไปรษณีย์ไทย, 2(15), 9.
- วรารณม์ ใช้เทียมวงศ์. (2547). *แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์
การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคลเพื่อให้บริการ
ไปรษณีย์เชิงธุรกิจของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด*.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรรัตน์ ขวโนวานิช. (2548). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ
บริการรับชำระเงินผ่านที่ทำกรไปรษณีย์หลักสี่*.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Atkin, C. K. (1973). *New Model Mass Communication*.
New York: The Free Press.
- Cronbach, L. (1970). *Essentials of psychological testing*
(3rd ed). New York: Harper and Row.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*
(2nd ed.). New York: Harper and Row.
-