

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความเป็นมาของการไปรษณีย์ไทย และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (3) เพื่อศึกษาแนวความคิดทางการบริหาร และการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จากบุคคลระดับผู้บริหาร โดยใช้ทฤษฎีเอกสารเผยแพร่ สิ่งพิมพ์ วารสาร ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย และจากแหล่งข้อมูลอื่น รวมทั้งการวิจัยเอกสารและการวิจัยสนาม (การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก) ตลอดจนประสบการณ์ของผู้วิจัยเองที่เป็นผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กร มาผสมผสานจนเป็นงานวิจัยฉบับนี้ขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า (1) ตั้งแต่ได้ก่อตั้งกรมไปรษณีย์ และได้แปรสภาพมาเป็นการสื่อสารแห่งประเทศไทย กิจการไปรษณีย์ก่อนการแปรรูปการสื่อสารแห่งประเทศไทย นั้น มีผลการประกอบการที่ขาดทุนมาโดยตลอด ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากนโยบายของรัฐที่ต้องการให้บริการไปรษณีย์เป็นบริการสาธารณะอุปการขั้นพื้นฐานของประชาชน หากอัตราค่าบริการพื้นฐานสูงอาจทำให้กระทบต่อประชาชนที่มีรายได้จำกัด (2) ภายหลังการแปรรูปการสื่อสารแห่งประเทศไทย กิจการไปรษณีย์จำเป็นต้องหารายได้จากบริการพิเศษอื่น ๆ เช่น EMS ในประเทศ และระหว่างประเทศ และจากบริการใหม่ ๆ ที่ต้องจัดหาให้บริการแก่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างทั่วถึง โดยต้องอาศัยผู้ชำนาญการด้านการตลาด มืออาชีพมาช่วยในการปฏิบัติงาน และหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรควรปรับให้มีความเหมาะสม ความคล่องตัวในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับองค์กร

The purposes of this research were to study (1) the historical background of Thailand Post and the Communications Authority of Thailand, (2) theories and concepts related to privatization, and (3) the executives' perspectives in terms of management and postal services of Thailandpost Co., Ltd. Data are analyzed based on theories, publications released by the Communications Authority of Thailand and other sources including the documentary research and the field study (indept interview) along with personal experiences of the researcher as an officer in the organization. Questionnaires were used as the research instrument and distributed to officers of these organizations.

The results of this research were as follows:

1) Since the Post Department was established and then privatized into the Communications Authority of Thailand, the company's turnover has consistently remained low because of the government policy that included postal services in public assistance in order to serve the general public, thus gaining low profit.

2) After the privatization, the company had to offer additional special services, such as the domestic and the international Express Mail Service (EMS), to serve different target groups of people. To do this, however, the organization needed help from marketing experts and also corporation and adjustment of internal organization for work flexibility and efficiency of the organization.