

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบสมมติฐานโดยตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ผู้ให้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเพื่อเลือกที่ทำกรไปรษณีย์ แล้วสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญสำหรับผู้มาใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จากสถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความสัมพันธ์จากสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ทดสอบความแตกต่างจากค่า t-test และแบบ F-test และทดสอบระดับความเชื่อมั่น 95 %

ผลจากการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ให้บริการมีความคิดเห็นต่อด้านการให้บริการของพนักงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2. เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด การให้บริการของพนักงาน กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจในด้านความเสมอภาคในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยของการให้บริการ การให้บริการที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพของการให้บริการ และการบริการที่ตรงเวลา ตามลำดับ

The objectives of this research were to study the opinions of draft postal order service takers towards service marketing factors of Thailand Post Company Limited in Bangkok, to compare the satisfaction of draft postal order service takers, classified by their personal factors ; and to Investigate the relation between service marketing factors and draft postal order service tahers. The hypothesis was tested by using independent variables i.e., personal factors and service marketing factors,, and dependent variable i.e., satisfaction of draft postal order service takers.

The samples in this study were 400 draft postal order service takers. A questionnaire was employed as a research tool to collect the data through random sampling method and accidental sampling. Then the data were analysed by using the following statistics : frequency, percentage, mean, Pearson Product moment correlation, T-test, and F-test, with reliability of 90%

The research of this study were as follows :

1. The opinions of draft postal order service takers towards service marketing factors were at an average high level. Having considered each aspect, it was found that their opinions towards service, were at the highest level, where as the following aspects i.e., service process, phisicol aspect, price, products, distribution channel and marketing promotion, were at a respective high level.

2. When the hypothesis was tested, it was found that different personal factors i.e., sex, age, educational background and income affected the satisfaction of draft postal order service takers. In addition, service marketing factors i.e., products, price, distribution, marketing service giving process, phisical features, prices, products aspect, distribution channel and marketing promotion respectively.

2. When the hypotheses were tested, it was found that the different personal factors were, sex, age, educational background and revenue could affect to the satisfaction of those who used draft postal order service via Thailand Post Company Limited in Bangkok area and The service marketing factors were products, prices, distribution, marketing distribution, personnel service giving, service giving process and the physical aspects had significantly statistic relationship to the satisfaction of those who used draft postal order service via Thailand Post Company Limited in Bangkok area.

3. The study result of the satisfaction level in draft postal order service giving via Thailand Post Company Limited in Bangkok everage at much level whereas they were satisfied mostly in equality in service giving while the inferior levels were safety of service giving, fast service, service giving efficiency and punctual service respectively.