



ปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ
ตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ ชีรนรวนิชย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ. 2549

ISBN 974-316-788-9

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ
*
ตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ประโยชน์ ชีรนรวิชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ. 2549

ISBN 974-316-788-9

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย

ประโยชน์ ชีรนรวิชย์

สาขา

การตลาด

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอแซก ธิบลิบ

กรรมการที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร์

คณะกรรมการสอบ

ประธานการสอบ

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติขัง)

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอแซก ธิบลิบ)

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร์)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูลสุข กิจรัตน์ภร)

สำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรชัย ไทรชมภู)

ผู้อำนวยการสำนักงาน โครงการบัณฑิตศึกษา

วันที่ เดือน..... พ.ศ.

๑๖๕๙

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ซึ่งไม่อาจนำมากล่าวได้ทั้งหมด ผู้มีพระคุณคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอยเรศ ลิบลับ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร์ กรรมการที่ปรึกษา ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีในการให้คำแนะนำแก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องของเนื้อหา รวมทั้งรูปแบบในการทำรูปเล่มที่เป็นมาตรฐาน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา โดยติดตามการทำวิทยานิพนธ์อย่างใกล้ชิด นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และผู้มีพระคุณท่านต่อมาคือ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติยัง อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำปรึกษาแนะนำขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

กราบขอบพระคุณ ผู้จัดการส่วนบริการการเงิน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และพนักงานทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและคำแนะนำในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

กราบขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยกรุณาตรวจสอบแบบสอบถามและให้คำปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติยัง ผู้ช่วยศาสตราจารย์จันทร์พร พัฒนะพรหมณ์ ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม น.ส.ศรีประภา ยิ้มสมิทธิ์ ผู้จัดการส่วนบริการการเงิน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และตลอดจนคณาจารย์ผู้สอน และเพื่อน ๆ นักศึกษาหลายท่านที่มีได้มีนามในที่นี้ และ ครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอดจนสำเร็จบริบูรณ์

ประโยชน์ ชีรนราวิชย์



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ประโยชน์ ชีรนรวิชย์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
พ.ศ.	2549
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอยเรศ ลิบลับ
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประชน แสงจักร์

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

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

ผลจากการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 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



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Abstract

Thesis Title	Service Marketing Factors Relating to Satisfaction of Draft Postal Order Service Takers of Thailand Post Company Limited in Bangkok.
The Researcher	Prayot Chiranorawanit
Level of Study	Master of Business Administration, Marketing Branch
Year	2006
Chairman of Thesis Adviser	Adviser Prof.Iyares Liblab
Thesis Advisor	Adviser Prof.Prachon Saengjak

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

promotion, staff's service, service process and physical aspect related to the satisfaction with draft postal order service with statistical significance.

3. The level of satisfaction with draft postal order service was at an average high level. Having considered each aspect, it was found that the satisfaction of draft postal order service takers with equality in providing satisfaction with safety of service providing, fast service, service efficiency and service on time was at a respective high level.



สำนักอธิบดีกรมการและ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



สำนักอธิบดีกรมการและ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่	
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดและทฤษฎีการบริการ.....	8
แนวคิดและทฤษฎีผู้บริโภคและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในตลาดบริการ.....	30
ข้อมูลทั่วไปของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	50
สมมติฐานการวิจัย.....	51

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

แบบของการวิจัย.....	52
ประชากรและหน่วยวิเคราะห์.....	52
การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล	60
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	64
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	71
ตอนที่ 4 ตารางการทดสอบสมมติฐาน	75
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	107

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา.....	110
อภิปรายผลการวิจัย.....	115
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	117
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	119

บรรณานุกรม.....	120
-----------------	-----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	124
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย.....	133
ประวัติผู้วิจัย.....	140

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	60
4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	60
4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	61
4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	61
4.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	62
4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาผู้ซื้อ.....	63
4.7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกความถี่ในการซื้อตั๋วแลกเงิน ไปรษณีย์.....	63
4.8 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกเหตุผลที่ซื้อ.....	64
4.9 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์.....	64
4.10 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านราคา.....	65
4.11 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	66
4.12 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด.....	66
4.13 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน.....	67
4.14 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ.....	68
4.15 ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ.....	69
4.16 ภาพรวมความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการ.....	70
4.17 ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการที่รวดเร็วของผู้ใช้บริการตั๋วแลกเงิน ไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	71
4.18 ระดับความพึงพอใจด้านการบริการที่ตรงเวลาของผู้ใช้บริการตั๋วแลกเงิน ไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	72
4.19 ระดับความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของการให้บริการของผู้ใช้บริการตั๋วแลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	73
4.20 ระดับความพึงพอใจด้านความเสมอภาคในการให้บริการของผู้ใช้บริการ ตั๋วแลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	73

ตารางที่

หน้า

4.21 ระดับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของบริการของผู้ใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	74
4.22 ภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตู้แลกเงินไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	75
4.23 ความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	76
4.24 ความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	77
4.25 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการที่รวดเร็ว.....	78
4.26 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านประสิทธิภาพของการให้บริการ.....	79
4.27 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ.....	79
4.28 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการตู้แลกเงิน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัยของบริการ.....	80
4.29 ภาพรวมความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของทุกด้านในการใช้ บริการตู้แลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขต กรุงเทพมหานคร...	81
4.30 ความแตกต่างระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตู้แลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร....	81
4.31 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตู้แลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการที่ตรงต่อเวลา.....	83

ตารางที่

หน้า

4.32 ความแตกต่างระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านประสิทธิภาพของการให้บริการ.....	83
4.33 ภาพรวมความแตกต่างรายคู่ระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจทุกด้าน ในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	84
4.34 ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	85
4.35 ความแตกต่างระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	86
4.36 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการที่รวมเร็ว.....	88
4.37 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการที่ตรงต่อเวลา.....	89
4.38 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านประสิทธิภาพของการให้บริการ.....	90
4.39 ความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยน ไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัยของการให้บริการ.....	91
4.40 ภาพรวมความแตกต่างรายคู่ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกด้าน.....	92
4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร	93

ตารางที่

หน้า

4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านราคากับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	95
4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร.....	97
4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	99
4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร.....	101
4.46 ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	103
4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร.....	105
4.48 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการใช้บริการตัวแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	107



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สถิติการจำหน่ายตั๋วแลกเงินไปรษณีย์ 2545 – 2547.....	2
2.1 แบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่าย หรือ S-R Theory.....	16
2.2 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	16
2.3 แสดงการวิเคราะห์แรงกระตุ้นจากภายนอกและภายในของบุคคล.....	19
2.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	50



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร