

บรรณานุกรม

- กฤติยา จิวาลักษณ์. (2532). ความพึงพอใจของอาจารย์ในการให้บริการข่าวสารที่ทันสมัยของ
สำนักหอสมุด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลชน ชนาพงศธร. (2530). ประโยชน์และบริการในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล.
นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2530). จิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 1 - 7. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิรพร วันชนะ. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าของศูนย์บริการ
ลูกค้าสัมพันธ์ 1100 บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2547). กลยุทธ์การตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : บริษัท พัฒนา
วิชาการ จำกัด.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). การตลาดธุรกิจบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2536). จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : วังอักษร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2534). พฤติกรรมผู้บริโภคการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร :
ไทยวัฒนาพานิช.
- นุปลา แจ่มใส. (2547). ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสายการบินแฉาแปน
แอร์ไลน์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- ไพบรณีย์ไทยจำกัด, บริษัท. (2547). สถิติจำหน่ายตั๋วแลกเงินไพบรณีย์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท
ไพบรณีย์ไทย จำกัด.
- (2547). รายงานประจำปี 2547. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ไพบรณีย์ไทย จำกัด.
- ไพบรณีย์นิเทศ. (2544). นนทบุรี : สยามอาร์ บิสิเนสส์
- พิมพ์ลัญช์พันธุ์ประภา. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหาร
ลำแม่ลาปลาเผา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาณุ ลิ้มทอง. (มีนาคม, 2539). ตัว C ที่ใหญ่ที่สุดในโลกของการตลาด. วารสารคู่แข่ง, 16 (206), 61 -
62.
- มะลิวรรณ กวีวิทยเวช. (2538). การให้บริการข่าวสารผ่านสื่อมวลชนบนเที่ยวบินของรายการบิน
คาร์เธย์แปซิฟิก. กรุงเทพมหานคร : มปท.

- ยอดยิ่ง คงทอง. (2529). **เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า.
- รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา. (2540). **ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการจากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวิทย์ หงวนศิริ. (2540). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการหลังการขายรถยนต์กรณีศึกษาศูนย์บริการเบนซ์นวมินทร์**. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วันชัย ไชยมหาพฤกษ์. (2541). **การศึกษาความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของลูกค้าบริษัทสุโขทัยฮอนด้าคาร์ส์ จำกัด จังหวัดสุโขทัย** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2542). **คุณภาพในงานบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3) : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น.
- วีรพล รัตนภาสกร. (2537). **ความพึงพอใจของประชาชนเมืองชลบุรี**. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วุฒิสักดิ์ สิงหนะโช. (2538). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริินทร์ ชัยสุนทร. (2542). **การเปิดรับ ทักษะคติ และพฤติกรรมการซื้อขายของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีผลต่อการตลาดทางตรง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์ และคณะ. (2538). **กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์.(2536). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านค้าชนบท รพช. ศึกษาเฉพาะกรณี**. จังหวัดอุดรธานี ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมชาติ กิจขรรค์. (2543). **ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมกมลการ.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2530). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจด้านบริการ**. ม.ป.ท.

- สินธุ์ฟ้า แสงจันทร์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ
บริษัทตัวแทนออกของในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ. สาขาการตลาด. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุภาพรณวดี คำดี. (2548). ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการออดิโอเท็กซ์
บริษัทสามารถอินโฟมีเดีย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สห ประยูรวงศ์. (2534). ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการหลังการขายของบริษัทที่ขายรถยนต์
นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การตลาดเชิงปฏิบัติได้จริง. กรุงเทพมหานคร : ดวงกมล.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). จิตวิทยาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สามัคคีสถานส์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญชลี ลีนวิภาต. (2543). พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management**. USA. : 9th ed., The Prentice Hall International.
- Wolman Benjamin B. (1973). **Hanbook of General Psychology**. New Jersey. Prentice – Hall,
Inc. Englewood Cliffs, N.J.
- Yamane. (1973). Statistics, an Introductory Analysis. N. Y : Harper & Row, Pubishers, Inc.
- Zeithaml, Valarie A., & Bitner, M.J. (1996). **Services Marketing**. New York : McGraw – Hill.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2546). **หลักการตลาด**. (แปลจาก Principles of Marketing
โดย วารุณี ดันติวงศ์วานิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัดจัน, พรพรม พรหมเทศ,
นิตยา งามแดน และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์) กรุงเทพมหานคร : บริษัทเพียร์สัน
เ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ภาคผนวก



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่องปัจจัยทางการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและจะนำเสนอผลงานวิจัยในภาพรวม
2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
ส่วนที่ 2 : ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด
ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด
ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะ
3. กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงที่ตรงกับความรู้สึก และความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
4. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ
5. ขอขอบพระคุณท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 20 - 25 ปี

() 26 - 40 ปี

() 41 - 60 ปี

() อื่น ๆ ระบุ

3. ระดับการศึกษาของท่านอยู่ในระดับใด

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

() ปริญญาตรี

() อื่น ๆ ระบุ

4. ท่านประกอบอาชีพอะไร

- | | |
|---|---|
| ☐ นักเรียน, นักศึกษา | ☐ ข้าราชการ |
| ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ☐ พนักงานบริษัทเอกชน |
| ☐ อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

5. ท่านมีรายได้ทั้งสิ้นประมาณเดือนละเท่าใด

- | | |
|--|--|
| ☐ 5,001 – 10,000 บาท | ☐ 10,001 – 15,000 บาท |
| ☐ 15,001 – 20,000 บาท | ☐ 20,001 – 25,000 บาท |
| ☐ มากกว่า 25,000 บาท | |

6. ปกติท่านซื้อตัวแลกเงินไปรษณีย์ชนิดราคาใด

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ ราคา 5 บาท | ☐ ราคา 10 บาท |
| ☐ ราคา 20 บาท | ☐ ราคา 50 บาท |
| ☐ ราคา 100 บาท | ☐ ราคา 200 บาท |
| ☐ ราคา 500 บาท | ☐ แล้วยแต่โอกาส |

7. ท่านซื้อตัวแลกเงินไปรษณีย์บ่อยครั้งเพียงใด

- | | |
|--|---|
| ☐ มากกว่า 1 ครั้ง / เดือน | ☐ เดือนละ 1 ครั้ง |
| ☐ 2 – 3 เดือน / ครั้ง | ☐ อื่น ๆ ระบุ..... |

8. เหตุผลที่ท่านซื้อตัวแลกเงินไปรษณีย์

- | | |
|--|--|
| ☐ เพื่อชำระค่าสินค้า | ☐ เพื่อชำระค่าสมาชิก / วารสาร / สิ่งพิมพ์ |
| ☐ ชำระค่าธรรมเนียมศาล | ☐ ส่งเงินให้ครอบครัว |
| ☐ ทำบุญ / การกุศล | ☐ อื่น ๆ ระบุ |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ ภายหลังจากใช้บริการซื้อตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด

หัวข้อ	ปัจจัยทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1.1	กระดาษที่พิมพ์มีคุณภาพไม่นึกขาดง่าย					
1.2	มีขนาดสีเหลี่ยมที่เหมาะสม					
1.3	สีสดดูดี สะดุดตา ใจให้ซื้อ					
1.4	สะดวกในการใช้					
2	<u>ด้านราคา</u>					
2.1	จำหน่ายหลายราคา (7 ราคา) ทั่วประเทศ มีราคา 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500 บาท					
2.2	ความเหมาะสมของค่าบริการ (ค่าธรรมเนียม 1, 2, 3, 4, 5, 8, 10 บาท ตามลำดับราคา)					
2.3	ความคุ้มค่า (ประโยชน์) ของบริการที่ได้รับ					

หัวข้อ	ปัจจัยทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
3	<u>ช่องทางการจัดจำหน่าย</u>					
3.1	มีบริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตอำเภอเพียงพอ					
3.2	มีบริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตเอกชนเพียงพอ					
3.3	มีจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในห้างสรรพสินค้าเพียงพอ					
4	<u>ด้านส่งเสริมการตลาด</u>					
4.1	มีการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง					
4.2	มีการโฆษณาทางวิทยุสม่ำเสมอ					
4.3	มีการแจกแผ่นพับโฆษณา					
4.4	การจัดให้มีกิจกรรมจูงใจให้ซื้อนอกสถานที่					
4.5	การแจกของแถมสมนาคุณ					
5	<u>การให้บริการของพนักงาน</u>					
5.1	พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและมีอัธยาศัยดี					
5.2	พนักงานมีความพร้อมและให้บริการด้วยความรวดเร็ว					
5.3	พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.4	ความเอาใจใส่รับฟังปัญหาของลูกค้า					
5.5	พนักงานให้ข้อมูลบริการแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน					
6	<u>ด้านกระบวนการให้บริการ</u>					
6.1	สามารถให้บริการสำเร็จในช่องบริการเดียว (One Stop Service)					
6.2	ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
6.3	ระยะเวลาการให้บริการตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางรวดเร็วเป็นไปตามเวลาที่กำหนด					
6.4	มีการแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียด					

หัวข้อ	ปัจจัยทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
6.5	มีบริการหลังการจำหน่ายว่าลูกค้าได้รับครบถูกต้องหรือไม่					
6.6	การรักษาความลับข้อมูลของลูกค้าอย่างดี					
6.7	มีที่ทำการไปรษณีย์บริการทั่วถึงทุกท้องที่					
6.8	ทำเลที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์สะดวกต่อการมาใช้บริการ					
6.9	การจัดให้บริการหลากหลายตามความต้องการ					
7	<u>ด้านลักษณะทางกายภาพ</u>					
7.1	การจัดสถานที่ให้บริการมีความสะอาดเป็นระเบียบ					
7.2	ความเสมอภาคในการให้บริการ เช่น การให้บริการลูกค้ามาตรฐานเดียวกันในทุกระดับชั้น					
7.3	มีที่พักให้ลูกค้าขณะรอรับบริการอย่างเพียงพอและสะดวก					
7.4	การให้บริการน้ำดื่มพอเพียงสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ					



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด
คำชี้แจง ในฐานะที่ท่านเคยใช้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อยู่ในระดับใด ตามข้อความต่อไปนี้ โดยท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนนที่ตรงกับความพอใจของท่านมากที่สุด

ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด

ข้อ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1	การให้บริการที่รวดเร็ว					
1.1	ความสนใจกระตือรือร้นในการให้บริการ					
1.2	ความรู้ความสามารถที่ให้บริการ					
1.3	ความสะอาดที่มาใช้บริการตัวแลกเงินฯ					
1.4	ความรวดเร็วของพนักงานที่ให้บริการ					
2	การบริการที่ตรงต่อเวลา					
2.1	การจัดส่งบริการตัวแลกเงินฯ ถึงปลายทางตามเวลาที่กำหนด					
2.2	ความเหมาะสมในด้านระยะเวลาในการบริการ					

ข้อ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
2.3	การบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายในการให้บริการ					
2.4	ความพร้อมในการให้บริการ					
3	ประสิทธิภาพของการให้บริการ					
3.1	มีความถูกต้องในการให้บริการแต่ละครั้ง					
3.2	การบริการแต่ละครั้งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด					
3.3	การบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
3.4	ความครบถ้วนของบริการที่ถึงมือผู้รับปลายทาง					
3.5	การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ					
4	ความเสมอภาคในการให้บริการ					
4.1	การจัดการบริการลูกค้าเป็นรายบุคคล					
4.2	การจัดลำดับคิวก่อนหลัง					
4.3	มีความยุติธรรมในการให้บริการ					
4.4	ยึดหลักความเสมอภาคต่อลูกค้าทุกคน					
5	ความปลอดภัยของบริการ					
5.1	การดูแลเอาใจใส่ในการจัดส่งบริการ					
5.2	การรับประกันความเสียหายหลังใช้บริการ (สอบสวน)					
5.3	ประสิทธิภาพของกระบวนการจัดส่งทางไปรษณีย์					
5.4	ดูแลรักษาบริการเป็นอย่างดี ตั้งแต่การจำหน่ายและการจ่ายเงิน					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ท่านต้องการให้บริษัทฯ ปรับปรุงการให้บริการตัวแลกเงินไปรษณีย์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านต้องการให้บริษัทฯ เพิ่มการให้บริการ ดูส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือด้วยดี

นายประโยชน์ จีรนรวนิษฐ์

นักศึกษาปริญญาโท

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	นายประโยชน์ ชีรนราวิชย์
วัน เดือน ปี	14 พฤศจิกายน 2500
สถานที่เกิด	เขตธนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่	82/119 หมู่ 1 ซอยเสริมปรีดี ถนนสร่งประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่ทำงาน	บริษัทไพรินิย์ไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ 111 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	
พ.ศ. 2519 - 2520	กรมไพรินิย์โทรเลข (พนักงานไพรินิย์ 2)
พ.ศ. 2520 – 2545	การสื่อสารแห่งประเทศไทย (พนักงานไพรินิย์ 3-7)
พ.ศ. 2546 – 2549	บริษัทไพรินิย์ไทย จำกัด (พนักงานไพรินิย์ 7)

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2508 – พ.ศ. 2514	ประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนล้วนวงศ์วิทยา กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2515 – พ.ศ. 2517	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสิงหราชพิทยาคม กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2518 – พ.ศ. 2519	โรงเรียนกรมไพรินิย์โทรเลข กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2521 – พ.ศ. 2522	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนผู้ใหญ่วัดสุทธานาริ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2542 – พ.ศ. 2546	ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สถาบันราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.บ) สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร