

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์ของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน จากประชากรที่มาใช้บริการ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ 5 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น = .912 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) วิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย ด้วยวิธีการหาผลคูณของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

ผลการศึกษาพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์ พบว่าด้านการใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นการชำระค่าสาธารณูปโภค ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพื่อนร่วมงาน และด้านสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และเว็บไซต์ของหน่วยงานคู่ค้า โดยผู้บริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่อยู่ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจในบริการรับชำระเงินทางไปรษณีย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่เป็นบริการหน่วยงานของรัฐที่มีความเชื่อถือได้ ด้านอัตราค่าบริการ มีความพึงพอใจที่มีค่าบริการหลายประเภทไม่เสียค่าบริการจะช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ส่วนหนึ่ง ด้านการให้บริการมีความพึงพอใจที่จุดให้บริการ คือ ที่ทำการไปรษณีย์ มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย การให้บริการ ตามลำดับก่อน - หลัง พนักงานผู้ให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจที่ใบแจ้งหนี้ใบแจ้งค่าบริการที่มีคำแนะนำชำระเงินได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์พิมพ์แจ้งไว้อย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริการมีความพึงพอใจในบริการไม่อยู่ในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในบริการ พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกับความพึงพอใจในบริการด้านผลิตภัณฑ์บริการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมากอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการใช้บริการกับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์บริการ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

This research aims to study the relationship between the service usage behavior and satisfaction of the patrons of payment via post services in Mueang District, Lop Buri Province. The 364 samples were consumers from 5 post offices. The instruments employed were a questionnaire constructed by the researcher. A ready-made program was used to calculate percentage, mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.) and Pearson's product moment correlation coefficient.

The findings indicate that:

1. the service usage behavior of patrons paying via post services: most patrons paid for public utilities. Advice from colleagues played a major part in the decision making process to use the service. Internet websites of Thailand Post Co. Ltd. and the internet websites of other agencies were the media that influenced their decision making to use the services. The service usage behavior of the aforementioned patrons was not at a moderate level.

2. the satisfaction of paying via post services: most samples were satisfied with the service products of the government service work unit and they trusted and were comfortable with the service charge rates, they were also satisfied with many kinds of services that were free of charge which helped reduce some expenses. They were satisfied with the service location-neat, clean, and serviced customers in sequence. The service officers were eager to provide services. Regarding the marketing promotion, the bills endorsed with the suggestion to pay at the post office continuously satisfied them. The patrons' satisfaction towards the services was not at a moderate level.

3. the relationship between the service usage behavior and the patrons' satisfaction with the services: both issues were related at a high level with statistical significance at a level of .01. The media affecting decision making in service usage and the satisfaction with service products related at the highest level with statistical significance at a level of .01. The service usage and the satisfaction with the service products related at a high level with statistical significance at a level of .01.