

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 โดยแปลงสภาพมาจากหน่วยงานบริการด้านไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท) เดิมกิจการไปรษณีย์ของไทย ได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2426 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเริ่มจากเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกรมไปรษณีย์ (ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข) จวบจนถึงต้นปี พ.ศ. 2520 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในนามการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีลักษณะไร้พรมแดน (Globalization) มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเปิดเสรีการค้าบริการ ส่งผลให้ต้องมีการแปลงสภาพกิจการไปรษณีย์อีกครั้งเป็นรูปบริษัทจำกัดดังกล่าวแล้วข้างต้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานเชิงธุรกิจและศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ ในขณะที่ยังคงรับภาระในการให้บริการเชิงสังคมเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติโดยต่อเนื่องกิจการไปรษณีย์มีการพัฒนาความเจริญในด้านต่าง ๆ มาโดยลำดับ จากระยะเริ่มแรกที่เป็นการพัฒนาเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเสริมความเข้มแข็งและรองรับการขยายตัว ต่อมาได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยการนำเครื่องจักรอุปกรณ์อันทันสมัยมาใช้ในการคัดแยกส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ การนำระบบเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติมาใช้ในการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ รวมทั้งได้เปิดบริการที่เป็นเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ (Pay at post) บริการธนาคารออนไลน์ เป็นต้น ภายหลังจากการแปลงสภาพเป็นบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารและการดำเนินงานให้เป็นเชิงธุรกิจมากขึ้น มีการจัดทำแผนธุรกิจไปรษณีย์อย่างเป็นระบบ โดยแบ่งตลาดการให้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ตลาดธุรกิจสื่อสาร ตลาดธุรกิจขนส่ง ตลาดธุรกิจค้าปลีก และตลาดธุรกิจการเงิน อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบบริการในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยมีบริการใหม่ ๆ ที่เหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิต และการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเช่น บริการไปรษณีย์ครบวงจร (Total mail solution) บริการจัดส่งสิ่งของด่วน (Messenger post) บริการขนส่งสินค้าและ

สิ่งของขนาดใหญ่ (Logispost) บริการออร์รอยทั่วไทย ส่งได้ที่ไปรษณีย์ (บริการรับส่งซื้ออาหารออร์รอย และมีชื่อเสียงจากภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ) และแม้กระทั่งการเป็นตัวแทนรับจำหน่ายสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เสริมประสิทธิภาพการให้บริการด้วยการนำระบบที่ผู้ฝากส่งสามารถติดตามและตรวจสอบสิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ได้ด้วยตนเอง (ระบบ Track and Trace) มาใช้กับบริการบางบริการด้วย ขณะเดียวกันบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดก็ได้ตระเลกละการให้บริการเชิงสังคม ด้วยการรักษาสถานะเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์ และจุดให้บริการที่มีจำนวนกว่า 4,500 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคทั้งในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงธุรกิจและพื้นที่ในชนบทห่างไกล และการให้บริการพื้นฐานที่ครบถ้วนทั้งด้านการสื่อสาร การขนส่ง และด้านการเงินด้วยค่าบริการในราคาประหยัด เพื่อให้ประชาชนทุกภาคส่วน มีโอกาสได้รับประโยชน์จากบริการไปรษณีย์อย่างทั่วถึง สมกับเป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ของคนไทยและสังคมไทยอย่างแท้จริง

สืบเนื่องจากมีผู้ใช้บริการฝากส่งพัสดุไปรษณีย์ชิ้นใหญ่ที่มีน้ำหนักมากกว่า 20 กิโลกรัม เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นปัญหาของพนักงานรับฝากที่ต้องคอยแนะนำให้ผู้ลูกค้าแยกสิ่งของออกเป็นชิ้น ๆ เพื่อไม่ให้มีน้ำหนักเกิน 20 กิโลกรัม/ชิ้น ตามระเบียบที่กำหนดไว้ และผู้ใช้บริการก็ประสบปัญหา ในการจัดการแยกสิ่งของออกเป็นหลายชิ้น นอกจากนั้นยังเป็นการสิ้นเปลืองทั้งเงินและเวลา ทั้งนี้ หากเป็นสิ่งของที่ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ก็ไม่สามารถให้บริการได้ ซึ่งเป็นการเสียโอกาสทางธุรกิจอย่างน่าเสียดาย ดังนั้น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงได้คิดค้นนวัตกรรม การให้บริการต่อเนื่องจากการให้บริการพัสดุไปรษณีย์ คือ บริการ โลจิส โฟสต์ โดยกำหนดน้ำหนักพัสดุ แรก 20 กิโลกรัม แต่ไม่เกิน 200 กิโลกรัม

ผู้วิจัยเป็นพนักงานของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และดำรงตำแหน่ง หัวหน้าแผนกลูกค้าธุรกิจ ซึ่งรับผิดชอบในการให้บริการ โลจิส โฟสต์ กับลูกค้าโดยตรงจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการ โลจิส โฟสต์ ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพบริการ และสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ โลจิส โฟสต์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### วัตถุประสงค์การวิจัย

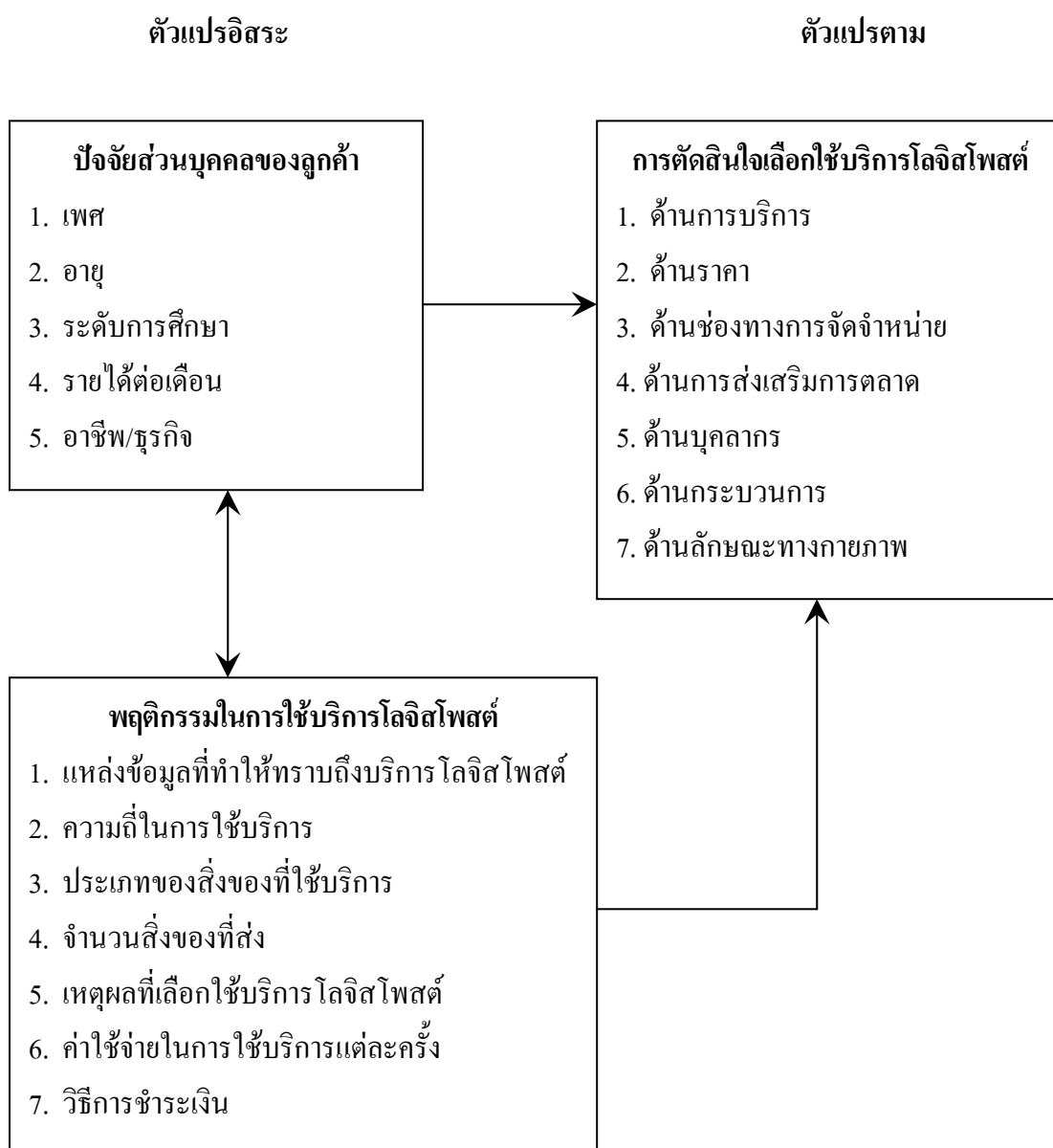
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิส โฟสต์ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิส โฟสต์ของลูกค้าที่มาใช้ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิส โฟสต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิสโพสต์ จำแนกตามพฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสโพสต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสโพสต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### **กรอบแนวคิดการวิจัย**

การกำหนดกรอบแนวความคิดการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โลจิสโพสต์ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิสโพสต์ ได้จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 176 - 178) ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซึ่งนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 212 - 213) รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคด้วย ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการโลจิสติกส์ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์แตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ โลจิสติกส์ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างของ Cochran (1953) (อกินันท์ จันตะนี. 2550 : 89) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้ดังนี้

##### 2.1 ตัวแปรอิสระ

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ/ธุรกิจ

2.1.2 พฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงบริการโลจิสติกส์ ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทของสิ่งของที่ใช้บริการ จำนวนสิ่งของที่ส่งต่อครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และวิธีการชำระเงิน

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

#### 3. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2556

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ทำให้ทราบผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ จำแนกตามพฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทำให้ทราบผลความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. สามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการลูกค้าที่ใช้บริการ โลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวกับ การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

บริการ โลจิสติกส์ หมายถึง การให้บริการของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการรับฝากส่งสิ่งของขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนักตั้งแต่ 20 กิโลกรัม แต่ไม่เกิน 200 กิโลกรัม หรือมีขนาดใหญ่ขนาดอย่างสูง กว้างไม่เกิน 150 เซนติเมตร ยาวไม่เกิน 200 เซนติเมตร สูงไม่เกิน 150 เซนติเมตร

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการ โลจิสติกส์ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ/ธุรกิจ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำอันเกิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือการให้บริการเพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

พฤติกรรมในการใช้บริการ โลจิสติกส์ หมายถึง การกระทำอันเกิดจากการใช้บริการ โลจิสติกส์ ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงบริการ โลจิสติกส์ ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทของสิ่งของที่ใช้บริการ จำนวนสิ่งของที่ส่งต่อครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการ โลจิสติกส์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และวิธีการชำระเงิน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการนำความคิดรวบยอด และความพึงพอใจมาประกอบกันเพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านการบริการ หมายถึง การให้บริการโลจิสติกส์ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความมั่นใจในความปลอดภัยของสินค้า ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน การบริการอย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ ส่งของได้ตรงตามเวลาที่ระบุ ความเชี่ยวชาญในการจัดส่งสินค้าและความรับผิดชอบในกรณีเกิดข้อผิดพลาด

ด้านราคา หมายถึง มูลค่าในรูปของเงินตราในการใช้บริการโลจิสติกส์ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ค่าบริการมีความเหมาะสมกับขนาด และน้ำหนักของสิ่งของ ค่าบริการมีความเหมาะสมกับระยะทาง ค่าบริการต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริการในลักษณะอื่น ชำระค่าบริการได้หลายรูปแบบทั้งเงินสดและเช็ค และมีการให้ชำระเป็นเงินเชื่อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ถูกค่าจะเข้าถึงบริการโลจิสติกส์ของ ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีการบริการทั้งภายนอกและ ภายในที่ทำการไปรษณีย์ ท่าเลที่ตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกและเหมาะสม ไปรษณีย์มีเครือข่ายกว้างขวาง ครอบคลุมทั่วทุกอำเภอ มีเคาน์เตอร์ให้บริการหลายช่องทาง และมีการให้บริการแบบครบวงจร

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการให้บริการโลจิสติกส์ ของ ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง มีเว็บไซต์ให้บริการในการติดตามสินค้าระบบแทรคแอนด์แทรซ (Track & Trace) จัดทำหนังสือเวียนไปที่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงการให้บริการโลจิสติกส์ จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จัดงานประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน และจัดวิทยากร บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับไปรษณีย์ตามสถานศึกษาต่าง ๆ ที่มีความประสงค์

ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่สะอาดเรียบร้อย มีความเต็มใจช่วยเหลือและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยพร้อมทั้งให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี มีความซื่อสัตย์สุจริต ในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ และให้บริการด้วยความเสมอภาคโดยไม่เลือกปฏิบัติ

ด้านกระบวนการ หมายถึง ระเบียบวิธี กลไก ของการให้บริการ โลจิสติกส์ของที่ทำ การไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) แต่ละขั้นตอนใช้เวลาไม่มาก มีเจ้าหน้าที่แนะนำทุกขั้นตอน และมีความยุติธรรมในการจัดลำดับคิวในการให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะสิ่งของที่ สามารถมองเห็นและจับต้องได้ การให้บริการ โลจิสติกส์ของที่ทำ การไปรษณีย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด บริเวณกว้างขวาง มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีกลิ่นอับ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ปากกา กาว รถเข็นสิ่งของ และมีที่จอดรถเพียงพอ