

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัด

การศึกษา เรื่องความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของระดับความสำคัญและความพึงพอใจของสมาชิกต่อบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่สมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งคัดเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในระหว่างวันที่ 25 กันยายน – 28 พฤศจิกายน 2555 จำนวนทั้งสิ้น 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดของการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 79.33 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 40.33 สถานภาพโสด ร้อยละ 40.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.33 ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.33 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 27.67 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน อยู่ระหว่าง 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 46.33 จำนวนตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ซื้อแต่ละครั้ง คือ 1 แผ่นต่อชุด ร้อยละ 42.00 แหล่งในการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม คือ ที่ทำการไปรษณีย์ ร้อยละ 84.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง อยู่ระหว่าง 201-300 บาท ร้อยละ 29.33 โดยรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่เลือกซื้อ คือ ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแบบ 1 ดวงต่อชุด ร้อยละ 25.33

2. ข้อมูลความสำคัญและความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วน ประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.71 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่า และนำเสนอ ร่องลงมาคือจำนวนตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์แต่ละครั้งมีจำนวนจำกัด และความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง ร่องลงมา คือ การจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุด มีความสะดวกต่อการจัดเก็บ และความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.64 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ การจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก ร่องลงมา คือ ขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรม และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และมีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ร่องลงมา คือ ขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ เป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีไมตรีจิต

และการรองรับบริการรับสั่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.37 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อให้สมาชิก และนักสะสมตราไปรษณียากรได้มีโอกาสพบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนตราไปรษณียากรกัน

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก รองลงมา คือ มีการโฆษณาตราไปรษณียากรเป็นประจำในสื่อประเภทต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดสัมมนา อบรม และการให้ความรู้สมาชิกเกี่ยวกับตราไปรษณียากร

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม รองลงมา คือ ราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม และราคาตราไปรษณียากรเมื่อจำหน่ายพร้อมแผ่นซีดีที่มีความเหมาะสม

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม รองลงมา คือ ราคาตราไปรษณียากรเมื่อจำหน่ายพร้อมแผ่นซีดีที่มีความเหมาะสม และราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ รองลงมา คือ พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ

มาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 2 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ

มาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 2 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่คุณตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ รองลงมา คือ ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกตำแหน่งป้ายโฆษณาภายในของที่ทำการไปรษณีย์มีความชัดเจน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา โทรทัศน์ หนังสือ ฯลฯ ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.42 โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่คุณตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายใน และภายนอกอย่างสวยงาม รองลงมา คือ ที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดของสถานที่ให้บริการ และอุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ

ตารางที่ 5.1 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจแต่ละด้านโดยสรุป

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่า และน่าสะสม	ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง
ด้านราคา	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม
ด้านการจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ
ด้านกระบวนการบริการ	การจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก	มีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ที่ทำการไปรษณีย์
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายใน และภายนอกอย่างสวยงาม

จากตารางที่ 5.1 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่ามี 2 ปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยเรื่องเดียวกัน ได้แก่

ปัจจัยด้านราคา ได้รับความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้รับความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ตารางที่ 5.2 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด แต่ความพึงพอใจต่ำสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อย	
	ความสำคัญสูงสุด	ความพึงพอใจต่ำสุด
ด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่า และน่าสะสม	จำนวนตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์แต่ละครั้งมีจำนวนจำกัด
ด้านราคา	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม	ราคาสมุดรวมเล่มประจำปีมีความเหมาะสม
ด้านการจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก	มีการจัดตราไปรษณียากรเป็นแพ็คเกจในราคาพิเศษให้แก่สมาชิก
ด้านบุคลากร	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ
ด้านกระบวนการบริการ	การจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก	ตราไปรษณียากรที่ได้รับจากพนักงานถูกต้องตรงตามชุด และจำนวนที่ได้สั่งจองไว้
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ	ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกตำแหน่ง ป้ายโฆษณาภายในของที่ทำการไปรษณีย์มีความชัดเจน

จากตารางที่ 5.2 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดและความพึงพอใจต่ำสุด โดยพบว่ามีเพียง 1 ปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดและความพึงพอใจต่ำสุดในปัจจัยย่อยเรื่องเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้รับความสำคัญสูงสุดและความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ

5.1.3 ข้อมูลความสำคัญและความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วน ประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	เพศชาย	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม	ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง
ราคา	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม	ราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม
การจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จัดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
บุคลากร	พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ
กระบวนการบริการ	ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง	ขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีไมตรีจิต
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

จากตารางที่ 5.3 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่าทุกปัจจัยย่อย มีค่าความสำคัญสูงสุดและค่าความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีไม่ตรีจิต

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

ตารางที่ 5.4 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	เพศหญิง	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม	การจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความสะดวกต่อการจัดเก็บ
ราคา	ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีทมีความเหมาะสม	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม
การจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
บุคลากร	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ
กระบวนการบริการ	การรอรับบริการสั่งจองและซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว	มีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ

จากตารางที่ 5.4 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่ามี 2 ปัจจัยหลักที่มีความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยเรื่องเดียวกัน ได้แก่

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้รับความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้รับความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ

ส่วนปัจจัยหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดและความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยที่ต่างกันมี 5 ปัจจัยหลัก ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดเรื่องรูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความสะดวกต่อการจัดเก็บ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซึ่งมีความเหมาะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดเรื่อง พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญสูงสุดเรื่อง การรอรับบริการสั่งจองและซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์

**5.1.4 ข้อมูลความสำคัญและความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วน
ประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามอายุ**
ตารางที่ 5.5 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูง
สุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	อายุไม่เกิน 39 ปี	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสนใจ	การจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความสะดวกต่อการจัดเก็บ
ราคา	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม
การจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
บุคลากร	พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ	ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ
กระบวนการบริการ	การรอรับบริการสั่งจองและซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว	ขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดของสถานที่ให้บริการ

จากตารางที่ 5.5 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่าเกือบทุกปัจจัยย่อย มีค่าความสำคัญสูงสุดและค่าความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านราคา คือ ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความสะดวกต่อการจัดเก็บ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง การรอรับบริการสั่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็ว และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดของสถานที่ให้บริการ

ตารางที่ 5.6 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	อายุ 40-49 ปี	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม	ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง
ราคา	ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีทมีความเหมาะสม	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม
การจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
บุคลากร	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ
กระบวนการบริการ	ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ต้องการ	การรอรับบริการส่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็ว
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

จากตารางที่ 5.6 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่าทุกปัจจัยย่อย มีค่าความสำคัญสูงสุดและค่าความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีทมีความเหมาะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การรอรับบริการสั่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

ตารางที่ 5.7 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	
	อายุ 50 ปีขึ้นไป	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม	ความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม
ราคา	ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีทมีความเหมาะสม	ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุดมีความเหมาะสม
การจัดจำหน่าย	ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง	มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก
บุคลากร	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ
กระบวนการบริการ	ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง	การรอรับบริการส่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็ว
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ	ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

จากตารางที่ 5.7 เป็นการสรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุด โดยพบว่าทุกปัจจัยย่อย มีค่าความสำคัญสูงสุดและค่าความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด เรื่อง ราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีพีมีความเหมาะสม และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การรอรับบริการส่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดเรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ และความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอย่างสวยงาม

5. ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม โดยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 6 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่า และน่าสนใจ จำนวนตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์แต่ละครั้ง มีจำนวนจำกัด ความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม ปริมาณตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักสะสม ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากร

กรณีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้ง และการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นต่อชุด มีความสะดวกต่อการจัดเก็บ

ปัจจัยด้านราคา

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 5 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant B ได้แก่ ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม ราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม ราคาตราไปรษณียากรเมื่อจำหน่ายพร้อมแผ่นซีทีมีความเหมาะสม ราคาสมุดรวมเล่มประจำปีมีความเหมาะสม และราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีทีมีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 2 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant D ได้แก่ ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 6 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A มี 5 ข้อ ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง มีการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อให้สมาชิก และนักสะสมตราไปรษณียากรได้มีโอกาสพบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนตราไปรษณียากรกัน มีการจัดตราไปรษณียากรเป็นแพ็คเกจในราคาพิเศษให้แก่สมาชิก มีการโฆษณาตราไปรษณียากรเป็นประจำในสื่อประเภทต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดสัมมนา อบรม และการให้ความรู้สมาชิกเกี่ยวกับตราไปรษณียากร

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 1 ข้อ ได้แก่ มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant B ได้แก่ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 7 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ การจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก ขั้นตอนการส่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรม และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง มีบริการรับส่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ขั้นตอนการซื้อ และรับตราไปรษณียากรมีความรวดเร็ว และได้รับอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตราไปรษณียากรที่ได้รับจากพนักงานถูกต้อง ตรงตามชุด และจำนวนที่ได้สั่งจองไว้ การรอรับบริการสั่งจอง และซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และมีความรวดเร็ว และขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ เป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีไม่ตรีจิต

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 5 ข้อ พบว่าทุกปัจจัยย่อยตกอยู่ใน Quadrant D ได้แก่ อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกตำแหน่ง ป้ายโฆษณาภายในของที่ทำการไปรษณีย์มีความชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา ทีวี หนังสือ ฯลฯ ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ ที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดของสถานที่ให้บริการ และที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายใน และภายนอกอย่างสวยงาม

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม อภิปรายผลตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix หรือ 7P's) ปัจจัยส่วนประสม

การตลาดทุกปัจจัย มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม โดยการเปรียบเทียบระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแต่ละปัจจัยย่อยในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละปัจจัยย่อยในระดับมากเช่นกัน

เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นสมาชิกในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการบริการ และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเกิดจากรูปแบบของตราไปรษณียากรในปัจจุบันผลิตด้วยเทคโนโลยีที่สมัยใหม่มากขึ้น เช่น การพิมพ์คูนูน การพิมพ์ผงมุก การพิมพ์แบบ 7 เหลี่ยม เป็นต้น อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ได้สะสมเนื่องจากความชอบเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสะสมเพื่อเก็งกำไรด้วย จึงทำให้ตราไปรษณียากรมีมูลค่ามากขึ้นในความรู้สึกของสมาชิก

ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเกิดจากการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์ด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ตราไปรษณียากรบางชุดมีต้นทุน และราคาที่สูงขึ้น ประกอบกับตราไปรษณียากรบางชุดจำหน่ายพร้อมแผ่นซีดี หรืออัลบั้มซีดี เพื่อเพิ่มมูลค่า ทำให้ราคาของตราไปรษณียากรชุดนั้น ๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้นสมาชิกจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเกิดจากสมาชิกต้องการความสะดวก และความรวดเร็วในการใช้บริการ อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มักจะซื้อตราไปรษณียากรจากที่ทำการไปรษณีย์ ทำให้สมาชิกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากขึ้น

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัย ด้านบุคลากร และสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตรา

ไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการทุกปัจจัย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยะพงศ์ ชลวิวัฒน์มงคล (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ทั้งนี้อาจเกิดจากตราไปรษณียากรที่ออกจำหน่ายแต่ละชุดมีจำนวนจำกัด บางชุดเป็นที่ต้องการของสมาชิกและนักสะสมตราไปรษณียากรเป็นอย่างมาก สมาชิกจึงต้องการให้ทำการไปรษณีย์จัดสรรตราไปรษณียากร ให้สมาชิกทุกคนอย่างเป็นธรรม โปร่งใสและได้รับตราไปรษณียากรอย่างทั่วถึง

2. แนวคิดวิเคราะห์ความพึงพอใจ โดยวิธี Importance Performance Analysis (IPA)

จากการผลการศึกษาพบว่า มี 18 ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งมีความสำคัญต่อสมาชิกแต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่ดีเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจนั้น ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจพิจารณาวางแผนปรับปรุงอย่างเร่งด่วนตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละส่วนประสมการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการมีปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A จำนวน 7 เรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A จำนวน 6 เรื่อง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A จำนวน 5 เรื่อง ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำนวน 7 เรื่อง ที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับต่ำ ได้แก่ การจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก ขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรม และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง มีบริการรับสั่งจองตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ที่ทำการไปรษณีย์ ขั้นตอนการซื้อ และรับตราไปรษณียากรมีความรวดเร็ว และได้รับอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตราไปรษณียากรที่ได้รับจากพนักงานถูกต้องตรงตามชุด และจำนวนที่ได้สั่งจองไว้ การรอรับบริการ สั่งจองและซื้อตราไปรษณียากรเป็นไปตามลำดับก่อนหลังและมีความรวดเร็ว และขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีไม่ตรีจิต ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทางที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ควรเร่งแก้ไขโดยเร็ว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 เรื่อง ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ รูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสนใจ จำนวนตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์แต่ละครั้งมีจำนวนจำกัด ความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม ปริมาณตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักสะสม ขนาดหรือรูปแบบของตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อในแต่ละครั้งและการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความสะดวกต่อ

การจัดเก็บ ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก แต่ในขณะที่เดียวกันที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ยังตอบสนองได้ไม่ดีพอ ดังนั้นจึงควรเร่งดำเนินการปรับปรุงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกโดยเร็วต่อไป

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 5 เรื่องที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก มีการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อให้สมาชิกและนักสะสมตราไปรษณียากรได้มีโอกาสพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนตราไปรษณียากรกัน มีการจัดตราไปรษณียากรเป็นแพคเกจในราคาพิเศษให้แก่สมาชิก มีการโฆษณาตราไปรษณียากรเป็นประจำในสื่อประเภทต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดสัมมนา อบรมและการให้ความรู้สมาชิกเกี่ยวกับตราไปรษณียากร ทั้งนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารให้ลูกค้าทราบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้สมาชิกใกล้ชิดกับที่ทำการไปรษณีย์มากขึ้น ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่จึงควรให้ความสำคัญในการแก้ไข และปรับปรุงปัจจัยด้านนี้โดยเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ที่ผู้ให้บริการตอบสนองได้คืออยู่แล้ว ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ผู้ให้บริการตอบสนองได้คืออยู่แล้ว แต่ก็ควรรักษาความพึงพอใจของสมาชิกไว้ก่อนที่ปัจจัยดังกล่าวจะตกลงไปอยู่ใน Quadrant A ในอนาคตต่อไป

สำหรับปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย บุคลากร และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ไม่มีปัจจัยย่อยที่กระจายตัวอยู่ใน Quadrant A แต่ก็ควรมีการปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก เนื่องจากปัจจัยย่อยบางเรื่องอยู่ใกล้เกินไปจนซึ่งเป็นจุดตัด ซึ่งอาจมีความเสี่ยงสูงที่จะตกไปอยู่ใน Quadrant A ได้แก่

ปัจจัยด้านราคา เรื่อง ราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็ม/ชุด มีความเหมาะสม ราคาซองวันแรกจำหน่ายมีความเหมาะสม ราคาตราไปรษณียากรเมื่อจำหน่ายพร้อมแผ่นซีพีมีความเหมาะสม ราคาสมุดรวมเล่มประจำปีมีความเหมาะสม และราคาตราไปรษณียากรพร้อมอัลบั้มซีพีมีความเหมาะสม ซึ่งถึงแม้ว่าสมาชิกจะพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา แต่ก็ไม่ควรละเลยในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ไม่ว่าจะเป็นการตั้งราคา เพิ่มหรือลดราคา เพื่อป้องกันไม่ให้ปัจจัยด้านราคากลายไปอยู่ใน Quadrant A

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง ที่ทำการไปรษณีย์ที่มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และที่ตั้งของที่ทำการไปรษณีย์มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ควรเร่งแก้ไขปรับปรุงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยเร็ว เนื่องจากปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายตกอยู่ใน Quadrant D ซึ่งสมาชิกมีความพึงพอใจต่ำ และถึงแม้จะให้ความสำคัญในระดับต่ำ แต่ก็ควรแก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้สมาชิกมีความพึงพอใจต่อไป

ปัจจัยด้านบุคลากร เรื่อง พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตราไปรษณียากรได้อย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และที่ทำการไปรษณีย์มีพนักงานที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเป็นผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่ใกล้ชิดกับสมาชิกมากที่สุด และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสื่อคุณค่าของตราไปรษณียากรไปยังสมาชิก ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงควรพัฒนาปัจจัยด้านบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เรื่อง อุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วน และเพียงพอในการให้บริการ ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกตำแหน่ง ป้ายโฆษณาภายในของที่ทำการไปรษณีย์มีความชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา โทรทัศน์ หนังสือ ฯลฯ ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ ที่ทำการไปรษณีย์มีความสะอาดของสถานที่ให้บริการ และที่ทำการไปรษณีย์มีการตกแต่งทั้งภายใน และภายนอกอย่างสวยงาม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สมาชิกไม่ค่อยให้ความสำคัญ แต่มีความพึงพอใจในระดับสูง ทั้งนี้ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ควรให้การดูแลและปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป เพื่อให้สมาชิกมีความพึงพอใจมากขึ้น และอาจให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านนี้เพิ่มขึ้นในอนาคต

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของ สมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบริการไปรษณียากรเพื่อการสะสม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40-49 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวนตราไปรษณียากรที่ซื้อคือ 1 แผ่น/ชุด แหล่งที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ ที่ทำการไปรษณีย์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 201-300 บาท และรูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ คือ ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแบบ 1 ดวง/ชุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก และมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง สมาชิกเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่สมาชิกเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ เรื่องขั้นตอนในการแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีไมตรีจิต และการจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก สมาชิกเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่สมาชิกเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ สมาชิกเพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลางเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา โทรทัศน์ หนังสือ ฯลฯ ไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ ในขณะที่สมาชิกเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องนี้ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกสถานที่ ป้ายบอกตำแหน่ง ป้ายโฆษณาภายในของที่ทำการไปรษณีย์มีความชัดเจน สมาชิกเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก แต่สมาชิกเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องปริมาณตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักสะสม และเรื่องความถี่หรือระยะเวลาที่ออกจำหน่ายแต่ละครั้งมีความเหมาะสม สมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก แต่สมาชิกที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่องราคาตราไปรษณียากรแต่ละดวงในรูปแบบแผ่นเต็มต่อชุดมีความเหมาะสม สมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 39 ปีให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่สมาชิกที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับตราไปรษณียากรอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดตราไปรษณียากรเป็นแพ็คเกจในราคาพิเศษให้แก่สมาชิก สมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 39 ปีให้ความสำคัญในระดับมาก แต่สมาชิกที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ เรื่องขั้นตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ขั้นตอนการซื้อและรับตราไปรษณียากรมีความรวดเร็ว และได้รับอย่างถูกต้องครบถ้วน และการจัดสรรตราไปรษณียากรเป็นไปอย่างถูกต้องเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรมและสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิก สมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 39 ปีให้ความสำคัญในระดับมาก แต่สมาชิกที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ความพึงพอใจของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ผู้ศึกษาต้องการเน้นการปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยย่อยที่กระจายอยู่ใน Quadrant A เนื่องจากพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับมากถึงมากที่สุด แต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่ดีพอ จึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ โดยเรียงลำดับตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีปัจจัยย่อยกระจายอยู่ใน Quadrant A ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. เรื่องรูปแบบ และขนาดของตราไปรษณียากร ควรมีการปรับปรุงรูปแบบให้ดูทันสมัย น่าสนใจ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตราไปรษณียากร เช่น การจัดพิมพ์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การพิมพ์คูนูน การพิมพ์ผงมุก การพิมพ์แบบ 7 เหลี่ยม การพิมพ์เนื้อทราย หรือการพิมพ์แบบ 3 มิติ เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงในด้านการจัดพิมพ์นอกจากจะทำให้รูปแบบของตราไปรษณียากรมีคุณค่าเพิ่มสูงขึ้นแล้ว ยังอาจทำให้มีกลุ่มผู้สนใจหันมาสะสมตราไปรษณียากรเพิ่มขึ้นด้วย

2. เรื่องระยะเวลาหรือความถี่ในการจัดพิมพ์ ควรจัดพิมพ์ และออกจำหน่ายตามกำหนดเวลาที่ได้ประชาสัมพันธ์ไว้ รวมถึงจัดสรรตราไปรษณียากรไปตามที่ทำการไปรษณีย์ต่าง ๆ โดยดูจากสถิติการจำหน่าย หรือปริมาณจำนวนสมาชิกและลูกค้าของที่ทำการไปรษณีย์นั้น ๆ เพื่อให้การจัดสรรเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มผู้ซื้อได้ทุกกลุ่ม

3. เรื่องปริมาณตราไปรษณียากรที่ออกจำหน่าย ควรจัดพิมพ์ โดยคาดการณ์ปริมาณความต้องการในตลาด เพื่อไม่ให้เกิดสินค้าคงเหลือ รวมถึงป้องกันการก๊วนซื้อเพื่อเก็งกำไรจากนักสะสม ซึ่งจะทำให้ลูกค้า สมาชิก หรือนักสะสมอื่น ๆ ต้องซื้อตราไปรษณียากรชุดนั้น ๆ ในราคาที่สูงกว่าราคาปกติ อีกทั้งไม่ควรจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรชุดเดิมออกมาจำหน่ายซ้ำอีก ในกรณีที่เป็นการไปรษณียากรประเภทเพื่อการสะสม เพื่อไม่ให้มูลค่าของตราไปรษณียากรลดลง

ด้านกระบวนการบริการ

1. เรื่องการจัดสรรตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก ควรมีการจัดสรรตราไปรษณียากรอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดสรรตราไปรษณียากรตามลำดับก่อนหลังในการมาสั่งจอง หรือการจัดสรรตราไปรษณียากรตามสัดส่วนที่ได้รับ เนื่องจากที่ทำการไปรษณีย์แต่ละแห่งจะได้รับตราไปรษณียากรในจำนวนจำกัด และไม่สามารถเบิกเพิ่มเติมได้ โดยที่ทำการไปรษณีย์บางแห่งจะมีจำนวนสมาชิกมาก จึงควรจัดสรรตราไปรษณียากรให้สมาชิกทุกคนอย่างทั่วถึง เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการจัดสรร ทั้งนี้ ควรจัดสรรตราไปรษณียากรส่วนหนึ่งไว้สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้วย เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มอื่นได้รับตราไปรษณียากรในชุดนั้น ๆ ด้วย

2. เรื่องขั้นตอนการให้บริการ ควรมีการจัดเคาน์เตอร์หรือเจ้าหน้าที่เฉพาะในการให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรแยกต่างหากจากเคาน์เตอร์ให้บริการปกติ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และความสะดวกต่อสมาชิก และผู้ให้บริการอื่น การให้บริการควรเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง และควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ กับสมาชิกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับตราไปรษณียากร วันที่ออกจำหน่าย ราคาตามหน้าดวง ราคาพร้อมแผ่นซีทหรืออัลบั้มซีท รวมถึงราคาพร้อมซองวันแรกจำหน่าย เพื่อให้สมาชิกได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว สามารถสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกได้

3. เรื่องการสั่งจอง และรับตราไปรษณียากร ควรตรวจสอบความถูกต้องของตราไปรษณียากรก่อนส่งมอบให้สมาชิก เช่น ชุดของตราไปรษณียากร จำนวน สภาพความเรียบร้อย เป็นต้น โดยต้องแจ้งให้สมาชิกทราบล่วงหน้าก่อน ถ้าไม่สามารถจัดสรรตราไปรษณียากรได้ตามชุด และจำนวนที่สมาชิกได้สั่งจองไว้ ทั้งนี้ ควรมีการนำเสนอตราไปรษณียากรชุดอื่น ๆ ให้กับสมาชิกทราบทุกครั้งที่สมาชิกมาทำการสั่งจอง เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายให้มากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. เรื่องการจัดทำวารสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรให้แก่สมาชิก ควรจัดทำวารสารรายปักษ์ หรือรายเดือนให้แก่สมาชิก เพื่อให้สมาชิกได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของตราไปรษณียากรมากขึ้น และยังสามารถโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมได้ เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ การจัดตลาดนัดเพื่อแลกเปลี่ยน ซื้อ-ขายตราไปรษณียากร รวมถึงการจัดงานตราไปรษณียากรระดับอาเซียน หรือระดับโลก

2. เรื่องการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายออนไลน์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางในการรับข่าวสารของสมาชิก และประชาชนทั่วไปได้กว้างขึ้น อีกทั้งควรจัดให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การรับรู้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ และทั่วถึง

3. เรื่องจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก เช่น การจัดตลาดนัดตราไปรษณียากร เพื่อให้สมาชิก ประชาชนทั่วไป และนักสะสมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และตราไปรษณียากรกัน รวมถึงเพิ่มโอกาสในการขายตราไปรษณียากรของที่ทำกรไปรษณีย์ในตลาดนัดดังกล่าว รวมไปถึงการจัดสัมมนา อบรม เพื่อให้ความรู้ประชาชนทั่วไป สมาชิก และนักสะสมเกี่ยวกับการสะสมตราไปรษณียากร เพื่อเพิ่มช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจำหน่าย และการขยายฐานลูกค้าให้กว้างมากขึ้น

4. เรื่องการจัดตราไปรษณียากรเป็นแพ็คเกจในราคาพิเศษให้แก่สมาชิก ควรมีการจัดตราไปรษณียากรในราคาพิเศษให้กับสมาชิกที่ซื้อในปริมาณมาก เพื่อเป็นการสมนาคุณ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว รวมถึงสามารถช่วยกระจายตราไปรษณียากรที่เป็นสินค้าคงเหลือออกได้ ทั้งนี้ ยังช่วยให้มีลูกค้า และนักสะสมให้ความสนใจเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับสมาชิกเฉพาะกลุ่ม ดังต่อไปนี้

เนื่องจากสมาชิกเพศหญิงมีจำนวนน้อย หากที่ทำกรไปรษณีย์ต้องการขยายฐานลูกค้ากลุ่มเพศหญิง ควรพัฒนาด้านกระบวนการบริการให้มีความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากสมาชิก

เทศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในช่วงตอนการให้บริการต่าง ๆ เช่น ช่วงตอนการสั่งจอง ช่วงตอนการซื้อและรับตราไปรษณียากร ช่วงตอนการรอรับบริการ เป็นต้น รวมถึงจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประจำที่ทำการไปรษณีย์ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โซฟา โทรทัศน์ หนังสือ ฯลฯ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกเทศหญิง ทั้งนี้ควรปรับปรุงเรื่องรูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่าและน่าสนใจ และจำนวนตราไปรษณียากรที่จัดพิมพ์แต่ละครั้งมีจำนวนจำกัด ซึ่งสมาชิกเทศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่กลับมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ในกรณีที่ต้องการสร้างความพึงพอใจไปยังกลุ่มสมาชิกที่มีอายุ 40-49 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด คือร้อยละ 40.33 โดยถือว่าเป็นกลุ่มใหญ่ ควรทำการปรับปรุงด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับตราไปรษณียากรในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงจัดสรรที่จอดรถให้เพียงพอต่อการให้บริการ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และเน้นย้ำพนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ มีไมตรีจิต และดำเนินการปรับปรุงช่วงตอนการสั่งจองให้สมาชิกสามารถตรวจสอบได้ มีการแจ้งให้สมาชิกทราบ ถ้าไม่สามารถจัดสรรตราไปรษณียากรได้ตามจำนวนที่ตกลงไว้ และในกรณีที่ปริมาณมีจำนวนจำกัด ให้จัดสรรตราไปรษณียากรให้สมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน และควรจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อตราไปรษณียากรไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก ทั้งนี้เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องรูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีคุณค่า และน่าสนใจ ที่ทำการไปรษณีย์มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ ช่วงตอนการสั่งจองตราไปรษณียากรมีความโปร่งใส ยุติธรรมและได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และอุปกรณ์การให้บริการจำหน่ายตราไปรษณียากรมีครบถ้วนและเพียงพอในการให้บริการ นอกจากนี้ควรปรับปรุงเรื่องการจัดพิมพ์และออกจำหน่ายตราไปรษณียากร ให้มีความสอดคล้องกับ ความต้องการของสมาชิก นักสะสมตราไปรษณียากร และลูกค้าตราไปรษณียากรทั่วไป เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องนี้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การปรับคำถามในแบบสอบถามให้เป็นคำถามในลักษณะเชิงลึกมากขึ้น เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นสมาชิกตราไปรษณียากร ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับตราไปรษณียากรค่อนข้างมาก ลักษณะคำถามที่ควรถาม เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรมีผลต่อความต้องการซื้อหรือคุณค่าของตราไปรษณียากรหรือไม่อย่างไร รวมถึงจำนวนในการจัดพิมพ์แต่ละชุดมีผลต่อความต้องการซื้อโดยรวมหรือไม่ ปัจจัยด้านราคา อาจถามเกี่ยวกับมูลค่าของตราไปรษณียากรเมื่อเวลาผ่านไป ทำให้มูลค่าของตราไปรษณียากรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เป็นต้น

2. ขยายกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามไปสู่นักสะสมตราไปรษณียากรทั่วไป ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก เพื่อให้ทราบถึงการให้ความสำคัญ และความพึงพอใจของกลุ่มนี้มากขึ้น ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงการบริการ เพื่อให้กลุ่มนี้เข้ามาเป็นสมาชิกในอนาคต

ข้อจำกัด

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของบริการ จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นผลการศึกษาในครั้งนี้อาจไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับนักสะสมตราไปรษณียากร หรือลูกค้าตราไปรษณียากรทั่วไปซึ่งไม่ได้ซื้อเป็นประจำ ซึ่งเป็นลูกค้าตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้

2. แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่มีคำถามเกี่ยวกับเทคนิคในการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากร ซึ่งอาจนำไปสู่ประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกได้ จึงควรเพิ่มคำถามเกี่ยวกับเทคนิคในการจัดพิมพ์ตราไปรษณียากรในการศึกษาครั้งต่อไป