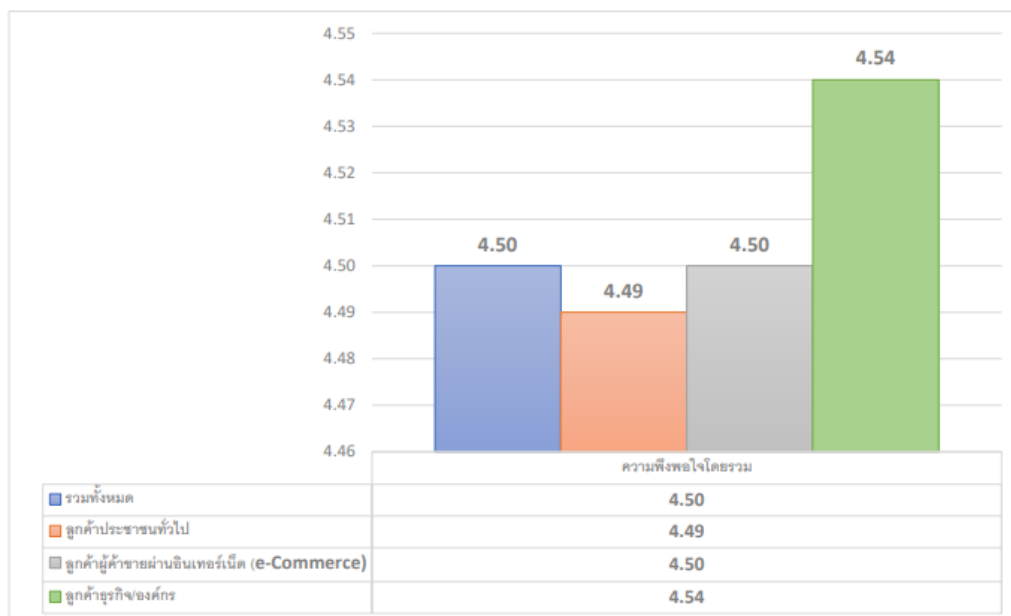


รายงานผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ประจำปี 2565

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (1) ให้บริการจัดส่งสิ่งของ ข่าวนสาร ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่เข้าถึงลูกค้าได้อย่างสะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้ (2) พัฒนาให้ไปรษณีย์ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ไปรษณีย์และบริการ Logistics สำหรับธุรกิจ e-Commerce ของประเทศ (3) บริหารจัดการ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลการดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจ ของลูกค้าให้เติบโตไปด้วยกันและ (4) ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) ปัจจุบัน ปณท มีการแบ่งบริการออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มบริการระหว่างประเทศ และกลุ่มบริการการเงินและค้าปลีก ซึ่ง ปณท มีการพัฒนา รูปแบบบริการในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในสถานการณ์ปัจจุบัน

ปณท จึงให้ความสำคัญในเรื่องการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและหรือความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมีประสิทธิภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี เกิดการซื้อซ้ำและความสัมพันธ์ กับ ปณท อย่างยั่งยืน รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเชิงรุกและสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันซึ่งจะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันให้มากขึ้น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ปณท

ในปี 2565 ปณท ได้ว่าจ้างบริษัท ซี.เอส.เอ็น แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด เป็นผู้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปณท ประจำปี 2565 โดยผลสำรวจพบว่า ในภาพรวม ลูกค้ามีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อ ปณท เท่ากับ 4.50 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) และเมื่อแยกตามกลุ่มลูกค้า พบว่าลูกค้าธุรกิจ/องค์กร มีคะแนนความ พึงพอใจโดยรวมต่อ ปณท (4.54) สูงกว่า ลูกค้าผู้ค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Commerce) (4.50) และกลุ่มลูกค้า Consumer (4.49)



การเปรียบเทียบผลสำรวจระหว่างปี 2564 กับปี 2565

การเปรียบเทียบผลสำรวจระหว่างปี 2564 กับปี 2565 พบว่า ในภาพรวม คะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อ ปณท ปี 2565 เท่ากับ 4.50 เพิ่มขึ้น 0.02 จากปี 2564 ที่มีคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 คะแนนและทุกกลุ่มลูกค้ามีคะแนนความพึงพอใจ ปี 2565 เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ได้แก่ ลูกค้าประชาชนทั่วไป (Consumer) มีคะแนน 4.49 เพิ่มขึ้น 0.02 ลูกค้าผู้ค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Commerce) มีคะแนน 4.50 เพิ่มขึ้น 0.01 และลูกค้าธุรกิจ/องค์กร (Non e-Commerce) มีคะแนน 4.54 เพิ่มขึ้น 0.04

