

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของการสื่อสาร โซเชียลมีเดีย และ แอปพลิเคชันต่างๆ ได้เติบโตและพัฒนาอย่างรวดเร็วและได้เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้หันมาสนใจการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ส่งผลทำให้ธุรกิจรับฝากส่งสินค้าและพัสดุเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 ภาพรวมธุรกิจการขนส่งในประเทศไทย มีมูลค่ารวม 215,000 ล้านบาท (ภูษิต,2561) จะเห็นได้ว่าจำนวนสินค้าหรือพัสดุในการขนส่งมีปริมาณมาก ธุรกิจการขนส่งทั้งของภาครัฐวิสาหกิจและเอกชนจึงต้องมีการจัดการระบบการทำงานที่ดี เพื่อขนส่งสินค้าและพัสดุให้ถึงลูกค้า รองรับการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

บริษัท เคอรี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้นำด้านการจัดส่งพัสดุด่วนทั่วประเทศ บริการรับส่งพัสดุและสินค้าถึงที่ บริการเก็บเงินปลายทาง เซ็คสถานะพัสดุได้ 24 ชั่วโมง ผ่านแอปพลิเคชัน และ เว็บไซต์ของเคอรี่ บริษัท เคอรี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2549 ปัจจุบันมีจุดให้บริการ 5,500 แห่งทั่วประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมกว่า 99.9% ของทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย มีศูนย์กระจายสินค้าอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศ (Kerry Express,2562) ปัจจุบันเคอรี่มีบริการที่สามารถรับส่งพัสดุภายในวันเดียว หรือบริการส่งวันนี้ ถึงวันนี้ (SAME DAY) แต่บริการนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากเท่าที่คาดหวังไว้ เนื่องจากเคอรี่มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ชัดเจน และไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่จะส่งสารไปยังลูกค้าให้ทราบถึงบริการนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าปัญหานี้ส่งผลทำให้ยอดขายของบริการ Same Day มีน้อย จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน ครอบคลุม และชัดเจน เพื่อเพิ่มยอดขายของบริการ Same day ให้กับเคอรี่

จากเหตุข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ Same day “ส่งวันนี้ถึงวันนี้” เพื่อให้ข้อมูล การรับรู้ และบริการต่างๆ ของเคอรี่ เพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้า และเพิ่มยอดขายของบริการ Same day ให้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”

## 3. ประโยชน์ที่ได้รับ

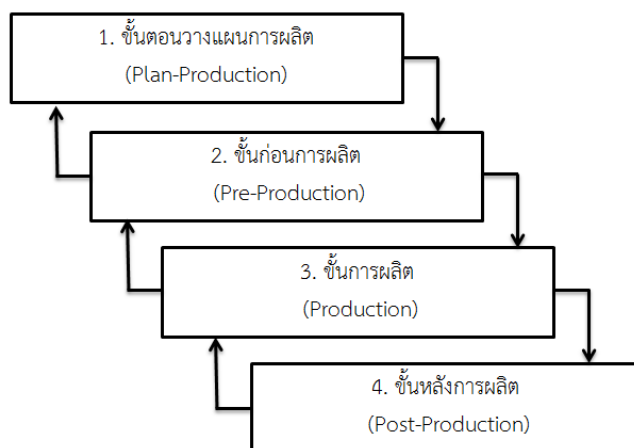
1. ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของบริการ SAME DAY มากขึ้น
2. เมื่อลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของบริการ SAME DAY มากขึ้น ทำให้ลูกค้าสนใจในบริการนี้และอยากเข้ามาใช้บริการ
3. บริษัทมีกำไรมากขึ้น จากยอดขายที่เพิ่มขึ้น
4. สื่อที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง
  - 1.1 กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสาขาเมืองสุระนารี (MSE) จำนวน 50 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
  - 2.1 รายละเอียดของบริการ ส่งวันนี้ ถึงวันนี้ หรือ Same day Service
3. ขอบเขตด้านการพัฒนาสื่อ
  - 3.1 การพัฒนาสื่อของโปสเตอร์ และสื่อโบว์ชัวร์ ให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน เข้าใจง่ายขึ้น

#### 4. ขั้นตอนการดำเนินงาน

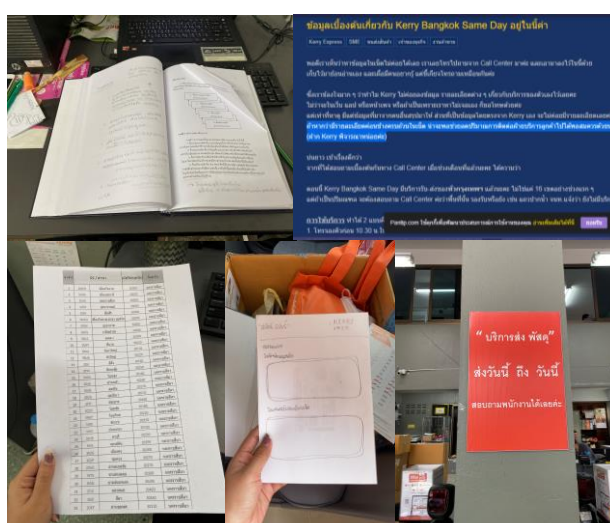
แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโดยใช้หลักการ 4P เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อ โดยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 1 หลักการพัฒนาสื่อแบบ 4P

ภาพที่ 1 ตารางแสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ขั้นวางแผนการผลิต คือ รวบรวมข้อมูลระบุปัญหาความต้องการ เลือกรูปแบบการพัฒนาสื่อจากการศึกษาปัญหา วัตถุประสงค์ เนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกเป็นการพัฒนาสื่อโบวซ์ัวร์ และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วนและครอบคลุม เข้าใจง่าย



ภาพที่ 2 ขั้นวางแผนการผลิต

2. ขั้นตอนการผลิต คือ นำข้อมูลที่รวบรวมมาสรุป เรียบเรียงให้กระชับ เข้าใจง่าย เพื่อจะนำไปพัฒนาต่อในขั้นต่อไปได้อย่างถูกต้อง



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิต

3. ขั้นการผลิต คือ ลงมือทำสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ตามข้อมูลที่ได้เรียบเรียงไว้



ภาพที่ 4 ขั้นการผลิต

4. ขั้นหลังการผลิต คือ นำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิตให้อาจารย์ที่ปรึกษารวมถึงพี่เลี้ยงในสาขาตรวจสอบและนำไปปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นสร้างแบบวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างให้กลุ่มตัวอย่างดูสื่อที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยชี้แจง และสร้างความเข้าใจในการ ทำแบบวัดระดับความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทำแบบวัดระดับความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบวัดระดับความพึงพอใจ พร้อมทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมิน

**แบบวัดระดับความพึงพอใจ**  
**สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”**

**คำชี้แจง** โปรดอ่านหรือชมภาพ / ลงโมเดลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

5 หมายถึง มีความพิกนมากที่สุด  
4 หมายถึง มีความพิกนมาก  
3 หมายถึง มีความพิกนปานกลาง  
2 หมายถึง มีความพิกนน้อย  
1 หมายถึง มีความพิกนน้อยที่สุด

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความพิกน				
		5	4	3	2	1
1	สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” มี ความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง					
2	มีรายละเอียดเนื้อหาที่ครบถ้วนครอบคลุม เข้าใจง่าย					
3	ขนาดและรูปแบบตัวอักษรเหมาะสมกับสื่อ					
4	การใช้ภาพมีความถูกต้อง เข้าใจง่าย					
5	การเลือกใช้สีมีความเหมาะสมกับสื่อ					
6	สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม ทันสมัย					
7	สื่อประชาสัมพันธ์มีความดึงดูด และน่าสนใจ					
8	ท่านประทับใจในบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”					

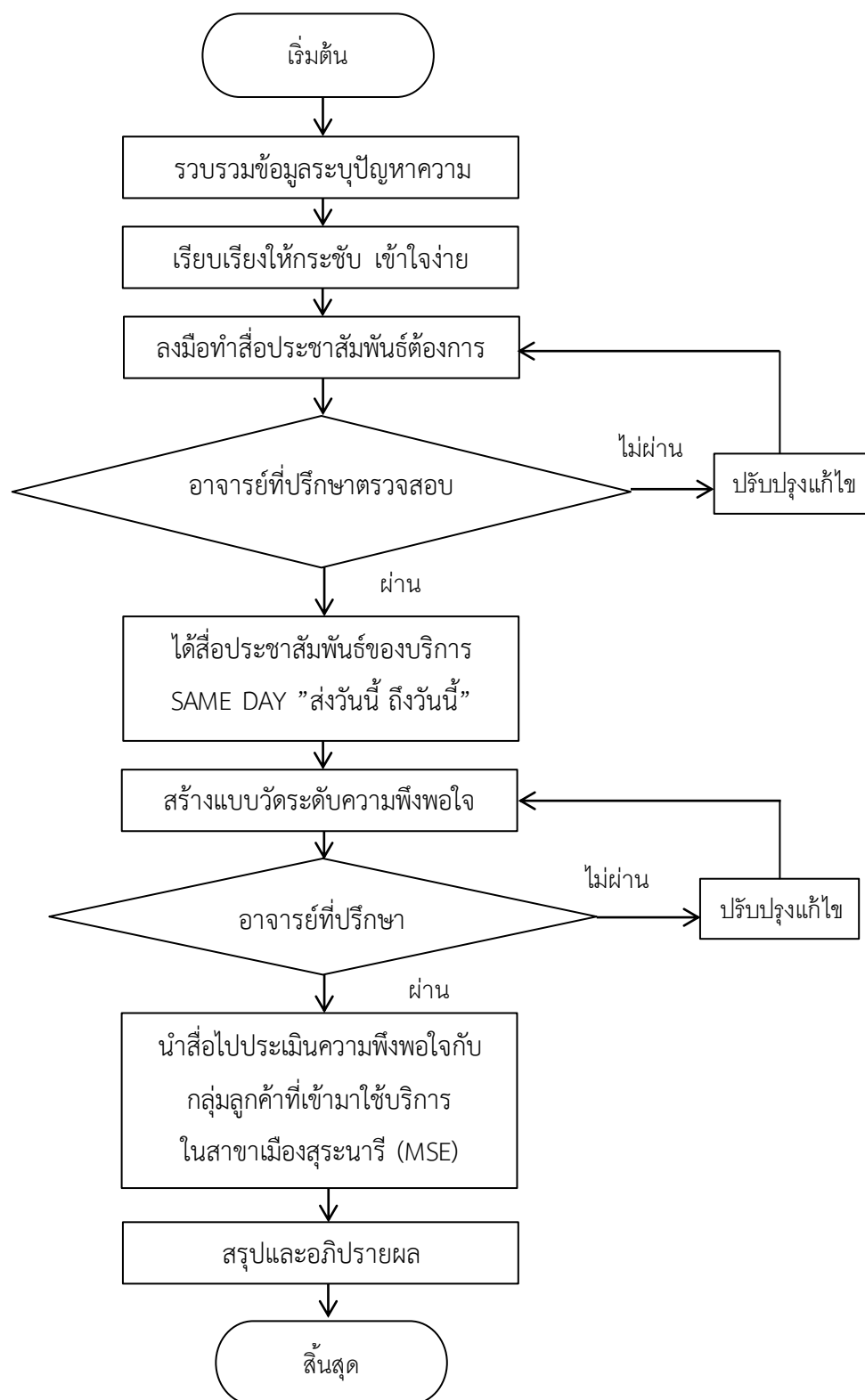
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ภาพที่ 5 ขั้นหลังการผลิต

## 5. การดำเนินงานวิจัยในรูปแบบ Flowchart



ภาพที่ 6 การดำเนินงานวิจัยในรูปแบบ Flowchart

## 6. ผลการดำเนินงาน

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1	สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง	4.88	0.33	มากที่สุด
2	มีรายละเอียดเนื้อหาที่ครบถ้วนครอบคลุม เข้าใจง่าย	4.64	0.48	มากที่สุด
3	ขนาดและรูปแบบตัวอักษรเหมาะสมกับสื่อ	4.82	0.39	มากที่สุด
4	การใช้ภาษามีความถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.78	0.42	มากที่สุด
5	การเลือกใช้สีมีความเหมาะสมกับสื่อ	4.82	0.39	มากที่สุด
6	สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม ทันสมัย	4.80	0.40	มากที่สุด
7	สื่อประชาสัมพันธ์มีความดึงดูด และน่าสนใจ	4.82	0.39	มากที่สุด
8	ท่านรับทราบและเข้าใจในบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”	4.80	0.40	มากที่สุด
ภาพรวม		4.80	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” โดยรวมมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ย 4.88 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ขนาดและรูปแบบตัวอักษรเหมาะสมกับสื่อ การเลือกใช้สีมีความเหมาะสมกับสื่อ และสื่อประชาสัมพันธ์มีความดึงดูด และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.82 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.82 รองลงมาคือ สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม ทันสมัย และ ท่านรับทราบและเข้าใจในบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ที่มีค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้ภาษามีความถูกต้อง เข้าใจง่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 4.78 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ มีรายละเอียดเนื้อหาที่ครบถ้วน ครอบคลุม เข้าใจง่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

## 7. สรุปผลการดำเนินงานและสิ่งที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

ผลการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” มีระดับความพึงพอใจภาพรวมที่ค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

### อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ซึ่งผลการวิจัยจึงนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. จากการสำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่มีต่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY ประเมินโดย ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสาขาเมืองสุระนารี (MSE) โดยรวมมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ย 4.88 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ขนาดและรูปแบบตัวอักษรเหมาะสมกับสื่อ การเลือกใช้สีมีความเหมาะสมกับสื่อ และสื่อประชาสัมพันธ์มีความดึงดูด และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.82 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.82 รองลงมาคือ สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม ทันสมัย และทำนรับทราบและเข้าใจในบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” ที่มีค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้ภาษามีความถูกต้อง เข้าใจง่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 4.78 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ มีรายละเอียดเนื้อหาที่ครบถ้วนครอบคลุม เข้าใจง่าย ที่มีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อ ให้มีรูปแบบทันสมัยเข้าใจง่าย มีรายละเอียดที่ครบถ้วน ครอบคลุม จึงทำให้สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAMEDAY มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

#### 7.1 ข้อเสนอแนะ

7.1.1 ควรพัฒนาสื่อให้มีรูปแบบที่ครอบคลุมกว่านี้ มีข้อมูลบางอย่างที่ยังไม่ชัดเจนและงบบในการจัดทำสื่อมีมูลค่าที่ค่อนข้างสูง

7.1.2 ควรเก็บข้อมูลลูกค้าก่อนทำสื่อเพื่อเปรียบเทียบผลได้อย่างชัดเจนมากกว่านี้



## เอกสารอ้างอิง

- เกอร์สัน ริชาร์ด. (2546). **คู่มือปฏิบัติวัดความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพมหานคร. ปีเบิร์ทบุคส์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร. สุวีริยาสาธน์.
- ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2526). **การวิจัยประเมินผล**. รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร. สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภา อุดมฉันท. (2558). **การผลิตสื่อ**. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kerry Express. (2558). **เกี่ยวกับเรา Kerry Express Thailand**. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก  
[th.kerryexpress.com>about](http://th.kerryexpress.com/about)
- Kast, F.E. and Rosenzweig. J.E. (2558). **Organization and Management: 4P**. New York. McGraw  
Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบวัดระดับความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีคุณภาพมาก
- 3 หมายถึง มีคุณภาพปานกลาง
- 2 หมายถึง มีคุณภาพน้อย
- 1 หมายถึง มีคุณภาพน้อยสุด

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
		5	4	3	2	1
1	สื่อประชาสัมพันธ์ของบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้” มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง					
2	มีรายละเอียดเนื้อหาที่ครบถ้วนครอบคลุม เข้าใจง่าย					
3	ขนาดและรูปแบบตัวอักษรเหมาะสมกับสื่อ					
4	การใช้ภาษามีความถูกต้อง เข้าใจง่าย					
5	การเลือกใช้สีมีความเหมาะสมกับสื่อ					
6	สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม ทันสมัย					
7	สื่อประชาสัมพันธ์มีความดึงดูด และน่าสนใจ					
8	ท่านประทับใจและเข้าใจในบริการ SAME DAY “ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างแนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของบริการ Same Day  
“ส่งวันนี้ ถึงวันนี้”

โปสเตอร์



Service Packages	Service Description	SIZE & WEIGHT LIMITED (หน่วย: ซม./กก.)	UPCOUNTRY SAMEDAY VALUE-IT	UPCOUNTRY SAMEDAY PUP From Home	PACKAGING MATERIAL (หน่วย)
Envelope		33x23 cm 50g	35	45	ฟรี Free
Seal Bag (A)		33x23 cm 1kg	35	45	
Seal Bag (B)		63x28 1kg	35	45	
Seal Bag (C)		44x31 cm 7kg	50	60	
Mini		40 cm 2 kg	50	60	5
S		60cm 7kg	65	75	10
S+		75 cm 7kg	75	85	15
M		80 cm 40kg	139	149	20
M+		105 cm 15kg	189	199	25
L		120 cm 15kg	239	249	30
XL		160 cm 20kg	349	359	-
XXL		200 cm 25kg	439	449	-

จังหวัดนครราชสีมา			
30000 อ.เมืองนครราชสีมา	30280 อ.บ้านกระเจต	30110 อ.เดิมบาง	30290 อ.บ้านพระบาท
30140 อ.สีคิ้ว	30310 อ.เมืองนครราชสีมา (ยกเว้นอ.โนนสูง, อ.โนนไทย, อ.โนนสะอาด, อ.โคกสูง)	30340 อ.สีคิ้ว (ยกเว้นอ.โนนสูง, อ.โนนสะอาด)	30160 อ.โนนสูง
30150 อ.สีคิ้ว	30340 อ.สีคิ้ว (ยกเว้นอ.โนนสูง, อ.โนนสะอาด)	30170 อ.สูงเนิน	30420 อ.โนนสูง (ยกเว้นอ.โนนสูง)
30380 อ.สูงเนิน	30430 อ.สีคิ้ว	30220 อ.โนนไทย	30180 อ.ประทาย
30190 อ.โนนชัย	30120 อ.บัวใหญ่	30240 อ.บัวลาย	30250 อ.ครบุรี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			
บุรีรัมย์	3100 อ.เมืองบุรีรัมย์	31120 อ.คูเมือง	31150 อ.สตึก
ขอนแก่น	40000 อ.เมืองขอนแก่น	40002 มหาวิทยาลัยขอนแก่น	40110 อ.บ้านฝาง
	40110 อ.บ้านฝาง	40120 อ.เมืองพล	40130 อ.ชุมแพ
	40140 อ.บ้านแฮด	40180 อ.ชนบท	40250 อ.อุบลรัตน์
	40310 อ.บ้านแฮดเก่า		
ศรีสะเกษ	33000 อ.เมืองศรีสะเกษ		
อุบลราชธานี	34000 อ.เมืองอุบลราชธานี	34190 อ.วารินชำราบ	
ชัยภูมิ	36000 อ.เมืองชัยภูมิ	34190 อ.ภักดีชุมพล	
มหาสารคาม	44000 อ.เมืองมหาสารคาม	44150 อ.โกสุมพิสัย	44160 อ.เมืองชนบท
สุรินทร์	44000 อ.เมืองมหาสารคาม		
อุดรธานี	41000 อ.อุดรธานี	41330 อ.คำชะโนด	
ร้อยเอ็ด	45000 อ.เมืองร้อยเอ็ด, อ.จังหาร, อ.เสลภูมิ, อ.ศรีสมเด็จ		
กาฬสินธุ์	46000 อ.เมืองกาฬสินธุ์	46150 อ.สมเด็จ	
สกลนคร	47000 อ.เมืองสกลนคร		
นครพนม	48000 อ.เมืองนครพนม		
หนองคาย	43000 อ.เมืองหนองคาย		
ยโสธร	35000 อ.ยโสธร		

\*เวลาจัดส่งขึ้นอยู่กับสถานที่ให้บริการ



ภาพที่ 7 สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

# โบวซ์



## KERRY EXPRESS

Service บริการ	SIZE & WEIGHT LIMITED สำหรับบรรจุภัณฑ์	UPOUNTRY SAME DAY WALK-IN	UPOUNTRY SAME DAY POP From Home	PACKAGING MATERIAL สำหรับ
Envelope	32x23 cm 500g	35	45	ฟรี
Seal Bag (A)	32x23 cm 1kg	35	45	
Seal Bag (B)	63x28 1kg	35	45	
Seal Bag (C)	44x31 cm 7kg	50	60	
Mini	40 cm 2 kg	50	60	5
S	60cm 7kg	65	75	10
S+	75 cm 7kg	75	85	15
M	90 cm 40kg	139	149	20
M+	105 cm 15kg	189	199	25
L	150 cm 15kg	239	249	30
XL	160 cm 20kg	349	359	-
XXL	200 cm 25kg	439	449	-

**เงื่อนไขเพิ่มเติม (Liability)**

- ค่าเสียหายสูงสุดต่อกล่อง 2,000 บาท (เงื่อนไขไม่รวมสินค้า กานดา)
- สินค้าสูญหายมีค่าเสียหาย 1% ของมูลค่าของพัสดุที่ส่ง/สินค้าเสียหายต่อกล่อง 50,000 บาท (เงื่อนไขไม่รวมสินค้า กานดา)

Kerry Express Thailand | Call Center 1217 | www.kerryexpress.com

### พื้นที่ให้บริการ

**จังหวัดนครราชสีมา**

30000 อ.เมืองนครราชสีมา	30280 อ.บ้านทะลวง	30110 อ.สีมาย	30290 อ.บ้านทะลวง
30140 อ.สีบัว	30310 อ.เมืองนครราชสีมา (ท.หนองไผ่, ท.พลาท, ท.บ้านใหม่, ท.จอก, ท.โคกสูง)		
30150 อ.ดีใจชัย	30340 อ.สีบัว (ท.คลองไผ่, ท.ลาดบัวขาว)		30160 อ.โนนสูง
30380 อ.สูงเนิน	30170 อ.สูงเนิน	30420 อ.โนนสูง (ท.บะรากร)	
30190 อ.โนนชัย	30430 อ.สีทา	30220 อ.โนนไทย	30180 อ.ประทาย
30230 อ.จักราช	30120 อ.บัวใหญ่	30240 อ.บัวลาย	30250 อ.ครบุรี

**ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

บุรีรัมย์	3100 อ.เมืองบุรีรัมย์	31120 อ.คูเมือง	31150 อ.สตึก
ขอนแก่น	40000 อ.เมืองขอนแก่น	40002 ท.บ้านฝาง/อ.บ้านฝาง	40110 อ.บ้านฝาง
	40110 อ.บ้านฝาง	40120 อ.เมือง	40130 อ.ชุมแพ
	40140 อ.บ้านแฮด	40180 อ.ชนบท	40250 อ.อุบลรัตน์
	40310 อ.บ้านแฮด		
ศรีสะเกษ	33000 อ.เมืองศรีสะเกษ		
อุบลราชธานี	34000 อ.เมืองอุบลราชธานี	34190 อ.วารินชำราบ	
อุดรธานี	36000 อ.เมืองอุดรธานี	34190 อ.แก้งคร้อ	
มหาสารคาม	44000 อ.เมืองมหาสารคาม	44150 อ.โกสุมพิสัย	44160 อ.เสิงสาง
สุรินทร์	44000 อ.เมืองสุรินทร์		
อุดรธานี	41000 อ.อุดรธานี	41330 อ.คำชะโนด	
ร้อยเอ็ด	45000 อ.เมืองร้อยเอ็ด, อ.โพนทราย, อ.เสิงสาง, อ.เสิงสาง		
กาฬสินธุ์	46000 อ.เมืองกาฬสินธุ์	46150 อ.สมเด็จ	
หนองบัวลำภู	47000 อ.เมืองหนองบัวลำภู		
นครพนม	48000 อ.เมืองนครพนม		
หนองคาย	43000 อ.เมืองหนองคาย		
ยโสธร	35000 อ.ยโสธร		



ภาพที่ 8 สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

ภาคผนวก ค  
ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล





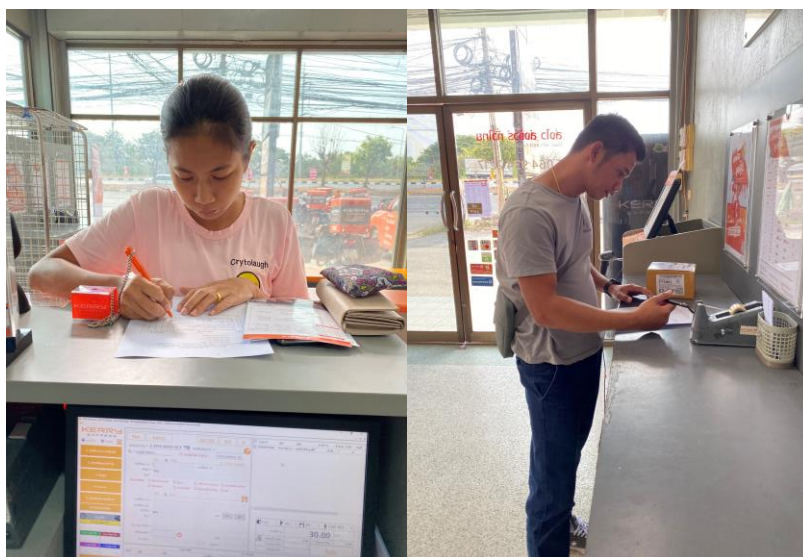
ภาพที่ 9 ผู้วิจัยอธิบายให้ลูกค้าได้เข้าใจ และแจกแบบสอบถาม



ภาพที่ 10 กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทำแบบวัดระดับความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบวัดระดับความพึงพอใจ พร้อมทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมิน

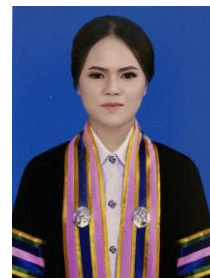


ภาพที่ 11 ผู้วิจัยอธิบายให้ลูกค้าได้เข้าใจ และแจกแบบสอบถาม



ภาพที่ 12 กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทำแบบวัดระดับความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบวัดระดับความพึงพอใจ พร้อมทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมิน

## ประวัติผู้จัดทำวิจัย



ชื่อ - สกุล	นางสาวอินทิรา เมืองบุญ
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 10 เมษายน 2540
ภูมิลำเนา	อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	420/5 ถนนหนองกะจะ ตำบล ปากช่อง อำเภอ ปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา 30130
<b>ประวัติการศึกษา</b>	
ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนประชานุสรณ์
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนประชานุสรณ์
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ซีพีแรม
ระดับปริญญาตรี	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 2562