

การปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษโดยใช้หลัก 3Rs: กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช

นฤมล ศรีบุญเรือง^{1*}

สุรัตน์ จันทองปาน²

Received 23 September 2022

Revised 11 December 2022

Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) โดยใช้หลักการ 3Rs ทำการวิเคราะห์แบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการฝากส่งไปรษณีย์กับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 323 ชุด ได้รับกลับคืนมา 250 ชุด และมีแบบสอบถามสมบูรณ์ที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 171 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บริการนำฝากส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัวและค้าขายออนไลน์ โดยให้ระดับความสำคัญของประสิทธิภาพในการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) ตามหลักการ 3Rs โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ผู้รับถูกต้อง (Right Customer) มากที่สุด (mean = 3.83) 2) เวลาถูกต้อง (Right time) รองลงมา (mean = 3.81) และ 3) สภาพสินค้าถูกต้อง (Right Conviction) น้อยที่สุด (mean = 3.671) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝากส่งต่อประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษตามหลักการ 3Rs โดยภาพรวม จำแนกตามเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝากส่งพัสดุต่อประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษตามหลักการ 3Rs โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ พบว่า ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การขนส่งสินค้า บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express)

^{1 2} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เลขที่ 298 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

* Corresponding author email: dr.naruemol@gmail.com

THE EFFICIENCY OF TRANSPORTATION IMPROVEMENT BY USING THE 3RS PRINCIPLE: CASE STUDY OF THAILAND POST COMPANY AT ON NUT BRANCH

Naruemol Sriboonruang^{1*}

Surat Janthongpan ²

Abstract

This study aimed to improve the efficiency of express mail transportation by using the 3Rs principle. Primary and secondary analysis was performed. The population used in the study were people who had used postal delivery services with Thailand Post Company Limited, On Nut branch. The questionnaire was used as a tool to collect data from 323 sets, 250 were returned and 171 complete questionnaires were used in the data analysis.

The study found that Most of the respondents, who are mail delivery service users, are self-employed and trade online. By giving the level of importance of the efficiency of express mail delivery according to the 3Rs principle, arranged from the most to the least as follows: 1) The most important is the right recipient (Right Customer, mean = 3.83 2) Right time followed by mean = 3.81, and the least importance is a correct condition (Right Conviction, mean = 3.671). For the hypothesis testing, it was found that the overall level of opinions of express delivery service users, according to the 3Rs principle, classified by Gender and analysis of variance in the level of opinions of express delivery service users according to the 3Rs principle, classified by age, found that there was no difference at the statistical significance level .05.

Keywords: Efficiency, Transportation, Express Mail Service (Express)

^{1 2} Department of Logistics and Supply Chain Management, Southeast Bangkok College, 298 Sunphawut Road, Bangna, Bangkok 10260

* Corresponding author email: dr.naruemol@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบันการซื้อขายออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะในประเทศไทย เว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีการขายของออนไลน์เปิดบริการเป็นจำนวนมากเพื่อเป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงการมีร้านค้าในสื่อสังคมออนไลน์จำนวนมากเกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา เมื่อมีผู้ทำการสั่งซื้อสินค้า กระบวนการต่อจากนั้นจะเป็นการจัดส่งสินค้า จึงทำให้ความต้องการใช้บริการจัดส่งพัสดุให้ถึงมือลูกค้าเพิ่มสูงตามมา หรือกล่าวได้ว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซหรือการค้าออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งประเทศไทยติดอันดับและมีมูลค่าอีคอมเมิร์ซสูงเป็นอันดับ 1 โดยปี พ.ศ.2561 มีมูลค่าถึง 3,150,232.96 ล้านบาท และมีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตอีกร้อยละ 8-10 ต่อปี ซึ่งการค้าขายออนไลน์เป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญของธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ทำให้ผู้ให้บริการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองและเกิดการแข่งขันในการขนส่งแบบด่วนเพิ่มขึ้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยวิเคราะห์ว่า มูลค่าไปรษณีย์ภัณฑ์และการรับส่งสินค้าปี พ.ศ. 2561 จะขยายตัวกว่าร้อยละ 9.6-11.3 หรือสูงถึง 30,800-31,300 ล้านบาท ผลพลอยได้จากการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้การจัดส่งในรูปแบบ Express หรือ EMS หรือ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษของไปรษณีย์ไทย ได้รับความนิยมอย่างมาก จากเดิมเคยมีปริมาณ 1,000-2,000 ชิ้นต่อเดือน เพิ่มขึ้นเป็น 6,000-7,000 ชิ้นต่อเดือน และมีแนวโน้มว่า การบริการกลุ่มจัดส่งเอกสารจะมีปริมาณงานลดลงร้อยละ 3.2 แต่บริการจัดส่งพัสดุสิ่งของจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.75 จากข้อมูลปี พ.ศ. 2561 พบว่า ไปรษณีย์ไทยมีการส่งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซสูงถึงร้อยละ 54 ของตลาด หรือกว่า 310 ล้านชิ้น โดยปี พ.ศ. 2560 ได้มีกำไรสุทธิกว่า 4,212 ล้านบาท มีตัวเลขมูลค่าการบริการรับฝากส่งสินค้านับหมื่นล้านบาทและมีกำไรมาก ทำให้หลายบริษัทเริ่มมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจบริการส่งผลให้เกิดธุรกิจขนส่งรายใหม่หลายรายและเกิดการแข่งขันในรูปแบบการขนส่งด่วนเพื่อหวังชิงส่วนแบ่งทางการตลาด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

สำหรับวิสัยทัศน์ของธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทยในวงล้อของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยในการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 9 นั้น มีการเห็นชอบให้ประเทศในอาเซียนรวมตัวกันเป็น AEC ภายในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) ซึ่งประกอบด้วยความร่วมมือกันในสามด้านหลัก ได้แก่ 1) ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community - ASC) 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) และ 3) ประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community - ASCC) เป้าหมายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจ โดยจะมีตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Single Production Base) และมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี ซึ่งผู้นำอาเซียนในขณะนั้นได้เห็นชอบและให้เร่งรัดการรวมกลุ่มสินค้าและการบริการที่สำคัญ จึงถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย

เมื่อกล่าวถึง โลจิสติกส์ ซึ่งหมายถึง กระบวนการในการวางแผน จัดสายงาน และควบคุมกิจกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกในกระบวนการไหลของสินค้า ตั้งแต่จุดเริ่มจัดหาวัตถุดิบไปถึงจุดที่มีการบริโภค เพื่อให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการกระจายสินค้าต่ำที่สุด ด้วยเหตุนี้โลจิสติกส์จึงเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการ

จัดหาวัตถุดิบและไปสิ้นสุด ณ จุดที่มีการบริโภคสินค้า กิจกรรมหลักของโลจิสติกส์ประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) สินค้าคงคลัง (Inventory) และ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement and Purchase) นอกจากนี้ยังรวมถึงกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ เช่น การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) การยกขน (Loading) การจัดหาวัตถุดิบ (Raw Material) และการจัดการด้านข้อมูลการกระจายสินค้า (Distribution Management) เป็นต้น (นันทิ สุทธิการณนัย และ ศิวณัส อรรฐาเมศร, ม.ป.ป)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ในอดีตไม่ค่อยมีการศึกษาและวิเคราะห์ระบบการจัดการของการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ในแง่ของโลจิสติกส์และการขนส่งในเชิงการวิเคราะห์มากเท่าไร ผู้วิจัยจึงหวังจะนำหลักการของโลจิสติกส์มาใช้ในวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งจริง โดยการลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพของการจัดส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาระบบการขนส่งไปรษณีย์แล้วนำมาวิเคราะห์เสนอแนวทางการพัฒนาเพื่อให้ระบบการขนส่งพื้นฐานที่สำคัญของประเทศอย่างไปรษณีย์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านความเร็ว การประหยัดต้นทุนและการรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากขึ้น นอกจากนี้มุ่งเน้นที่จะส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการทางด้านโลจิสติกส์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปศึกษาต่อการขนส่งซึ่งเป็นองค์ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ หรือนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธุรกิจอื่นเพื่อเป็นแนวทางที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพธุรกิจของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่เป็นอุปสรรคในการบริหารองค์การที่เป็นหน่วยงานองค์กรในกำกับของรัฐที่ต้องให้บริการขั้นพื้นฐานกับประชาชน เช่น การเรียกเก็บค่าบริการและสินค้าที่ไม่สามารถหาแต่ผลกำไรอย่างเดียวได้ การหาทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถแต่มีข้อจำกัดในเรื่องอัตราค่าจ้าง ปัญหาถัดมาคือการที่เอกชนที่มีความคล่องตัวกว่าได้เข้ามาแข่งขัน และการให้บริการโลจิสติกส์ธุรกิจพัสดุภัณฑ์ที่ไม่ใช่การบริการด้านจดหมาย ฯลฯ

จุดแข็ง (ปัจจัยภายในองค์กร) 1. เครือข่ายสาขามากที่สุดและมีจุดบริการทั่วประเทศ 2. จัดส่งได้รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการผู้ฝาก-ส่ง	จุดอ่อน (ปัจจัยภายในองค์กร) 1. ขาดความพร้อมและเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ 2. ต้องปรับรื้อการทำงานเพื่อรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น
โอกาส (ปัจจัยภายนอกองค์กร) 1. ธุรกิจ E-Commerce โตเร็ว ลูกค้านำความต้องการซื้อที่สูง 2. จับมือกับคู่แข่งรายใหญ่ๆ เพื่อลดการแข่งขันและเพิ่มบริการ	อุปสรรค (ปัจจัยภายนอกองค์กร) 1. บริษัทขนส่งเอกชนเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งบริษัทของคนไทยและต่างชาติ 2. เกิดการแข่งขันด้านราคาและด้านการบริการที่รุนแรงทุกรูปแบบ

ภาพที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

(Marketeer Today, 2562)

ก่อนหน้านี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท.) เคยตกเป็นข่าวกรณีพัสดุและสิ่งของที่ผู้ใช้บริการขนส่งจัดส่งถึงผู้รับจากการใช้บริการไปรษณีย์ไทย เกิดการชำรุดเสียหาย เสื่อมสภาพ สภาพสินค้าแตกต่างไปจากเดิม (Conviction) ตลอดจนการสูญหายจากการจัดส่ง ทำให้บริษัทฯ ต้องควบคุมและดูแลสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวซ้ำอีก ถึงแม้บริษัทฯ จะมีการปรับปรุงในเรื่องนโยบายบริการจัดส่งที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่สำนักงานไปรษณีย์ในบางสาขาก็ยังคงให้บริการที่ช้าเกินกว่าความเป็นจริง ซึ่งสินค้าหรือพัสดุไปรษณีย์โดยทั่วไปจะมีการจัดส่งผ่านทางบุรุษไปรษณีย์ทางรถจักรยานยนต์ ซึ่งสภาพอากาศเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การส่งล่าช้า เช่น หากฝนตกตลอดวัน บุรุษไปรษณีย์ก็ไม่สามารถนำจ่ายได้ รวมถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ยังคงจำภาพลักษณ์เดิมว่าการให้บริการของไปรษณีย์ไทยไม่ทันสมัย ให้บริการช้า ไม่ค่อยสนใจในเรื่องโลจิสติกส์ของการบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ (จิตติชัย รุจจนกนกนาฏ กขพร ทรองจิตร์ และปิลันท์ พรายทองแย้ม, 2552) ประเด็นปัญหาที่พบหลักสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

- 1) ผลกระทบทางตรงต่อการขนส่งไปรษณีย์ไทย คือ การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ทำให้มีปริมาณการฝากส่งสินค้า/พัสดุต่อวันเป็นจำนวนมาก
- 2) ผลกระทบทางอ้อม คือ ความพร้อมในการรองรับปริมาณงานต่อวันยังไม่เพียงพอ
- 3) ขาดการทำงานเชิงรุกและขาดความเชี่ยวชาญเรื่องเทคโนโลยี
- 4) การปรับตัวจากผลกระทบที่มาจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากเดิม และ
- 5) อุปสรรคจากคู่แข่งที่เกิดขึ้นและเข้ามาใหม่ในตลาดการบริการขนส่งสินค้า

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่นำมาสู่การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งด่วนพิเศษโดยใช้หลักการ 3Rs
2. เพื่อนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทขนส่งไปรษณีย์เอกชน
3. เพื่อหาแนวทางปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express)

สมมติฐานทางการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ โดยใช้หลักการ 3Rs จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกัน
2. ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ โดยใช้หลักการ 3Rs จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

นำแบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. สํารวจข้อมูลที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช และร้านไปรษณีย์ไทยที่อยู่ในพื้นที่ครอบคลุมและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย
2. ทำการแจกแบบสอบถามผู้ให้บริการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ณ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช ติดตามเก็บแบบสอบถามที่แจกไป โดยได้รับเอกสารคืนมาจำนวน 250 ชุด และมีจำนวน 171 ชุดที่สมบูรณ์ครบถ้วนสามารถนำไปใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ครึ่งนี้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-S.D.) การวิเคราะห์ค่าวิกฤติ (t-test) และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว F-test (One Way Analysis of Variance: ANOVA)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาการปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ โดยใช้หลักการ 3Rs ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช พบว่า

เมื่อพิจารณาโดยรวมตามหลักการ 3Rs ในด้านประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) อยู่ในระดับมาก (mean = 3.77, S.D. = 0.83) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 1) ด้าน Right Customer หรือ ผู้รับถูกต้อง (mean = 3.83, S.D. = 0.83) 2) ด้าน Right Time หรือ เวลาถูกต้อง (mean = 3.81, S.D. = 0.78) และ 3) ด้าน Right Conviction หรือ สภาพสินค้าถูกต้อง (mean = 3.67, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

การขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดเป็นกิจกรรมการขนส่งขนาดใหญ่ เนื่องจากการขนส่งที่มีปริมาณมาก และมีเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ทั่วทั้งประเทศไทย ซึ่งการขนส่งไปรษณีย์จัดเป็นระบบขนส่งที่รองรับความต้องการของประชาชนที่จะขนย้ายสินค้าและพัสดุทั้งรายใหญ่และรายย่อย ด้วยไปรษณีย์ไทยเป็นช่องทางการสื่อสารและจัดส่งในราคาประหยัด มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงบริการได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อรองรับความต้องการที่มีมากขึ้นในอนาคต ถึงแม้ว่าจะมีผู้เข้ามาใช้บริการลดลง เพราะปัจจุบันนี้มีอินเทอร์เน็ตที่สามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้รวดเร็วกว่า แต่โดยภาพรวมขององค์การธุรกิจสื่อสาร จดหมายทั่วไปและจดหมายด่วนพิเศษ (Express) ยังคงเป็นรายได้หลักขององค์การ และบางส่วนของงานที่บริษัทขนส่งเอกชนรายอื่นไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้เนื่องจากมีกฎหมายควบคุม

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ โดยใช้หลักการ 3Rs โดยภาพรวม จำแนกตามเพศ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) 3Rs โดยรวม จำแนกตามอายุ (F-test) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยแสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ในด้านเวลาถูกต้อง (R1-Right Time) จำแนกตามเพศ

สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ)	ความถี่	($\bar{X}$)	S.D.	t	Sig.
ชาย	78	3.89	0.66	0.86	.97
หญิง	93	3.75	0.68		

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ด้านเวลาถูกต้อง (Right Time) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .97)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ด้านสภาพสินค้าถูกต้อง (R2-Right Conviction) จำแนกตามเพศ

สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ)	ความถี่	($\bar{X}$)	S.D.	t	Sig.
ชาย	78	3.85	0.80	0.81	.85
หญิง	93	3.53	0.73		

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ด้านสภาพสินค้าถูกต้อง (R2-Right Conviction) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .85)

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ด้านผู้รับถูกต้อง (Right Customer) จำแนกตามเพศ

สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ)	ความถี่	($\bar{X}$)	S.D.	t	Sig.
ชาย	78	3.98	0.74	1.00	.83
หญิง	93	3.70	0.66		

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ด้านผู้รับถูกต้อง (Right Customer) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .83)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจใน
ประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านเวลาถูกต้อง (Right Time) จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
< 30 ปี	1.69	3	0.56	1.76	.15
> 30 ปี	102.49	166	0.32		

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านเวลาถูกต้อง (Right Time) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .15)

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านสภาพสินค้าถูกต้อง (R2-Right Conviction) จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
< 30ปี	1.74	3	0.58	2.25	.08
> 30ปี	82.53	167	0.25		

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านสภาพสินค้าถูกต้อง (Right Conviction) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = .08)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านผู้รับถูกต้อง (R3-Right Customer) โดยรวม จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.58	3	0.52	1.68	0.16
ภายในกลุ่ม	100.27	167	0.31		

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ด้านผู้รับถูกต้อง (Right Customer) โดยรวมไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.16)

สรุปและอภิปรายผล

ตารางที่ 7 สรุประดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในประสิทธิภาพขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

3 Right (3Rs) การจัดการโลจิสติกส์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. เวลาถูกต้อง (Right Time)	3.81	0.78	มาก	2
2. สภาพถูกต้อง (Right Conviction)	3.67	0.89	มาก	3
3. ผู้รับถูกต้อง (Right Customer)	3.83	0.83	มาก	1
รวม	3.77	0.83		

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) โดยใช้หลักการ 3Rs ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช เมื่อพิจารณาโดยรวมจากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจในประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (mean = 3.77, S.D. = 0.83) และ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 1) ด้าน Right Customer หรือ ผู้รับถูกต้อง (mean = 3.83, S.D. = 0.83 2) ด้าน Right Time หรือ เวลาถูกต้อง (mean = 3.81, S.D. = 0.78) และ 3) ด้าน Right Conviction หรือ สภาพสินค้าถูกต้อง (mean = 3.67, S.D. = 0.89) ตามลำดับ ในปัจจุบันถือเป็นยุคอีคอมเมิร์ซและมีการนำใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน ทำให้การนำส่งพัสดุส่งผิดพลาดน้อยลง จัดส่งได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมถึงสินค้าชำรุดเสียหายน้อยลง เนื่องจากการดูแลจัดการขณะนำส่งอย่างถูกวิธี รวมถึง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้มีการจัดอบรมเพิ่มเติมความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานในเรื่องของ 4M (Man Material Machine Method) เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร สอดคล้องกับจิรนนท์ พุทธชาติ (2553) ที่ศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทย แบบ one stop service กรณีศึกษาเขตบางขุนเทียน ที่พบว่า ระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมากและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีการรองรับความต้องการลูกค้าหรือผู้ส่งพัสดุที่ต้องการความสะดวกทุกมิติเพื่อให้ได้รับพัสดุตามมาตรฐานของระยะเวลาจัดส่ง

ตารางที่ 8 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพตามแนวคิดทฤษฎี

ผลการเปรียบเทียบทฤษฎีกับ 3Rs	Right Time	Right Conviction	Right Customer	คะแนน	ร้อยละ
1. แนวคิดแผนภูมิแกงปลา	-	-	-		
2. แนวคิด SWOT Analysis	-	-	-		
3. แนวคิดการรื้อปรับระบบ	642	<u>749</u>	712	2103	41
4. แนวคิดประสิทธิภาพการทำงาน	790	987	<u>993</u>	2770	54
5. ทฤษฎีการจัดเส้นทางขนส่งและกระจายสินค้า (Transport & Distribution - TDC)	<u>200</u>	40	17	257	5
รวม	1632	1776	1772	5130	100

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ โดยใช้หลักการ 3Rs จากการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อการปรับปรุงร่วมกับแนวคิดทฤษฎีทั้งหมด 5 ทฤษฎีที่มาจากความเห็นของผู้ใช้บริการส่งพัสดุพบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนการปรับปรุงตามแนวคิดทฤษฎี โดยเรียงลำดับดังนี้ อันดับ 1 ควรปรับปรุงด้านประสิทธิภาพการทำงานมากที่สุด โดยให้น้ำหนักในเรื่องการปรับปรุงตามแนวคิดทฤษฎีประสิทธิภาพการทำงาน (Efficiency) โดยเตรียมความพร้อม 4M (Man Material Machine Method) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มขีดการให้บริการ และเพิ่มความสามารถการแข่งขันในอนาคต โดยเรียงลำดับจากคะแนนความคิดเห็นมากไปหาน้อยจากตารางที่ 8 ดังนี้ ด้านลูกค้าถูกต้อง (Right Customer) ได้คะแนนมากถึง 993 คะแนน จากคำตอบทั้งสิ้น 2,770 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 54 อันดับที่ 2 คือ ควรปรับปรุงตามแนวคิดทฤษฎีการรื้อปรับระบบ (Re-engineering) ด้านสภาพสินค้าถูกต้อง (Right Conviction) มากถึง 749 คะแนน จากคำตอบ

ทั้งสิ้น 2,103 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 41 และ 3) ควรปรับปรุงตามแนวคิดทฤษฎีการจัดเส้นทางขนส่งและกระจายสินค้า (Transport and Distribution Center - TDC) ด้านเวลาถูกต้อง (Right Time) มากถึง 200 คะแนน จากคำตอบทั้งสิ้น 257 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ และพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ระดับความพึงพอใจของคะแนนที่ผู้ใช้บริการต่อประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (Express) โดยใช้ 3Rs เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชัยญา เจริญสุข (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี พบว่า มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และประสิทธิภาพ เนื่องในปัจจุบันธุรกิจด้านบริการขนส่งโลจิสติกส์มีการแข่งขันกันสูงมาก โดยเฉพาะการขนส่งแบบด่วนพิเศษจากบริษัทเอกชนทั้งข้ามชาติและสัญชาติไทยด้วยกันเอง จากการเติบโตของการค้าออนไลน์ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นยังสอดคล้อง ชาติ บุญเรือง (2554) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการไปรษณีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากบริบทของธุรกิจ ดังนั้นบริการขนส่งจึงมีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะทางการตลาด รูปแบบการบริการและความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปมากจากในอดีตโดยลูกค้าจะเน้นในเรื่องของการได้รับพัสดุของตนเองให้เร็วที่สุด (ยิ่งเร็วยิ่งดี) ส่วนผู้ให้บริการขนส่งจะมุ่งเน้นทางด้านของการบริการที่มีคุณภาพ (Quality Services) การส่งมอบที่ตรงต่อเวลา (Delivery) และมีการพัฒนาการส่งมอบแบบวันเดียวกัน (Same Day) เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการฝากส่งพัสดุ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Business Solutions) ที่มีความหลากหลายได้ และแข่งการพัฒนาในด้านการบริการขนส่งในปัจจุบัน ที่สอดคล้องกับของแนวคิดของ เอลมอร์ และ พลอแมน (Elmore & Plowman, 1953 อ้างถึงใน สว่าง ฉวีวรรณ, 2536, หน้า 12-16) ที่พบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานด้านธุรกิจขนส่งในความหมายอย่างแคบ คือ การลดต้นทุนในการผลิต และความหมายอย่างกว้าง หมายถึง คุณภาพ (Quality) ซึ่งประสิทธิภาพทางด้านธุรกิจในที่นี้ จึงมีองค์ประกอบ 5 อย่าง คือ ต้นทุน (Cost) คุณภาพ (Quality) ปริมาณ (Quantity) และวิธีการ (Method) ในการผลิต

เมื่อพิจารณาหลักการ 3Rs เป็นรายด้าน มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. เวลาถูกต้อง (Right Time: R1) พบว่า การให้คะแนนโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มากสอดคล้องกับจิตติชัย รุจนกนกนาฏ และคณะ (2552) ที่พบว่า การขนส่งพัสดุ-สินค้าระหว่างศูนย์ไปรษณีย์ภูมิภาคและศูนย์ไปรษณีย์กลาง (ศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่) เกิดปัญหาเรื่องรถขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ต้องวิ่งเที่ยวเปล่าในขากลับ เนื่องมาจากความเหลื่อมล้ำของการมาถึงของรถขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ของแต่ละภูมิภาค ซึ่งปัญหานี้สามารถปรับปรุงได้โดยการใช้หลักการจัดตารางการเดินรถตามแนวคิดทฤษฎีการจัดเส้นทางขนส่งและกระจายสินค้า (Transport and Distribution Center - TDC) โดยการจัดตารางเดิน (Truck Planning) ให้เวลามาถึงพื้นที่ของรถขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์แต่ละภูมิภาคใกล้เคียงกัน ภายใต้ข้อจำกัดด้านการปฏิบัติงานที่เป็นอยู่ และ

จากการวิจัยของ มณฑการดี คณะวรรณ (2551) ที่พบว่า การศึกษาความพร้อมให้บริการขนส่งและการปรับตัวของสาขาที่ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยต่อการเปิดเสรีทางการค้า ให้บริการการขนส่งโดยรถพ่วงและรถกึ่งพ่วงของไทย อีกทั้งนำเสนอภาพรวมการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์สาขาการขนส่งทางบก (Land Transportation) โดยรถพ่วงและรถกึ่งพ่วงของไทย เพื่อเสนอแนะเป็นแนวทางการเตรียมความพร้อม การปรับตัวและการรองรับปริมาณสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นต่อกระแสการเคลื่อนย้ายหรือการไหลของพัสดุในยุคดิจิทัลอเมริกา

2. สภาพถูกต้อง (Right Conviction: R2) พบว่า การให้คะแนนโดยภาพรวมอยู่ในระดับสุดท้าย สอดคล้องกับ ประจวบ เพิ่มสุวรรณ และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2551) ที่พบว่า จุดประสงค์ของการจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) ทางด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้กิจกรรมโลจิสติกส์ในฐานะเป็นกลไกที่จะทำให้ระบบห่วงโซ่อุปทานสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำหน้าที่ปกป้องให้พัสดุสิ่งของหรือสินค้าให้ไปถึงมือผู้บริโภคปลายทางอย่างปลอดภัย โดยสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งได้ตามแนวคิดทฤษฎีประสิทธิภาพการทำงาน (Efficiency) ซึ่งจะสามารถลดปัญหาเรื่องสินค้าชำรุด บุก ยุบ เสียหาย เน่าบูด สุกเน่า ให้กลับมามีประสิทธิภาพได้ คือ ไม่บูดไม่เน่าเสีย และยังอยู่ในสภาพการห่อหุ้มที่สินค้าภายในเป็นปกติ ซึ่งเป็นการปรับวิธีการบรรจุหรือวิธีการในการห่อหุ้มสินค้า (Packing Method) จัดเรียงพัสดุสิ่งของ (Material Handling) เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัยไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะสามารถยืดอายุการเก็บสินค้าที่นานขึ้น อีกทั้งยังสามารถปกป้องรักษากระบวนการหรือวิธีการไหลของพัสดุสิ่งของ (Material Flow) ระหว่างขนส่ง ให้ขนส่งหรือการกระจายสินค้านั้น ๆ ได้ดีมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับรูปแบบพาหนะ สอดคล้องกับ วัชรระ ตาสอน (2548) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรี พบว่า ระดับความคาดหวัง ของประชาชนที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรีทั้งด้านระบบการให้บริการและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับความคาดหวังมาก หากมีการปรับปรุงการขนส่งด้วยเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยยิ่งขึ้น หรือมีการปรับปรุงระบบบางส่วนเพื่อควมมีประสิทธิภาพ ยังจะสามารถช่วยลดต้นทุนในกระบวนการต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดเก็บในคลังสินค้า ที่สามารถช่วยในการบริหารพื้นที่ของจัดวางหรือจัดเรียงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก ทำให้การจัดส่งเร็วยิ่งขึ้นด้วย

3. ผู้รับถูกต้อง (Right Customer: R3) พบว่า การให้คะแนนโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด สอดคล้องกับสิทธิชัย ฝรั่งทอง (2553) ที่ระบุว่า การส่งจดหมายด่วนพิเศษ หรือ EMS หรือพัสดุที่ส่งไปถึงผู้รับปลายทาง ชื่อและที่อยู่ของผู้รับจะต้องถูกต้องเสมอ หากไม่มั่นใจให้ตรวจสอบต้นทางและนำจ่ายใหม่ หากมีการขอรับแทนจะต้องมีหนังสือมอบอำนาจ หรือหลักฐานว่าสามารถให้รับแทนกันได้ และ จิตติชัย รุณนกนกนาฏ และคณะ (2552) ระบุว่า การระบุสถานที่ชัดเจนในการจัดส่งเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกต้องตามคุณภาพในปริมาณที่ครบถ้วน ตามเวลาที่ตรงกับความต้องการในราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาจะเห็นว่าปัญหาการส่งผิดลูกค้า เช่น ที่อยู่ไม่ตรง รายละเอียดไม่ครบ รหัสไปรษณีย์ไม่ถูกต้อง บ้านปิดไม่มีคนอยู่ หรือ ไม่สามารถติดต่อได้ การนัดหรือแจ้งลูกค้าก่อนส่งสินค้าทำให้เกิดการเลื่อนส่งสินค้า โดยปัญหาเหล่านี้ควรต้องปรับปรุง

ตามแนวคิดทฤษฎีการรื้อปรับระบบ (Re-engineering) โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยคัดแยก และควรนำเอาระบบอุปกรณ์ RFID Barcode Tracking system มาปรับใช้เพื่อความเร็วในการทำงาน ลดความผิดพลาด ลดการส่งที่ล่าช้า ซึ่งจะเป็นการปรับปรุงที่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและรองรับปริมาณจำนวนพัสดุที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นในแต่ละวันหรือในช่วงเทศกาลได้อย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม (2554) ที่กล่าวว่าระบบการปฏิบัติงานที่หมายถึงการวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์การในทุกด้าน ทั้งระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน รวมถึงเทคโนโลยีและเครื่องมืออุปกรณ์จะเพิ่มประสิทธิภาพและสามารถแก้ปัญหาในระยะยาวได้ดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. ในด้าน Right Conviction หรือ สภาพสินค้าถูกต้อง เป็นประสิทธิภาพในการขนส่งไปรษณีย์ ส่วนที่ผู้ใช้บริการให้คะแนนความต่อประสิทธิภาพและการปรับปรุงประสิทธิภาพในอันดับท้ายสุดทำให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ลดการให้ความสำคัญในเรื่องกล่องภายนอกชำรุดเหมือนในอดีต แต่พัสดุสิ่งของหรือสินค้าต้องสามารถใช้งานได้ตามปกติ ดังนั้นการพิจารณาออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าที่ลดค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งที่ธุรกิจนี้ต้องคำนึงถึงเพื่อให้เกิดนวัตกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากการร้องเรียน ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุเกือบทุกรายที่ผ่านมา หนึ่งในสาเหตุนั้นมาจาก การลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ของผู้ขายเอง เช่น การใช้ถุงพลาสติกแบบขาว หรือการใช้กล่องกระดาษรีไซเคิล หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานแต่เน้นลดต้นทุน เป็นต้น

2. ในด้าน Right Time หรือ เวลาถูกต้อง ซึ่งโดยปกติในเรื่องของเวลาและความรวดเร็วถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริการในทุกธุรกิจ แต่ผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช กลับให้คะแนนในด้านเวลาเป็นอันดับเกือบท้ายสุด จึงเห็นว่าควรประเมินและทบทวนก่อนในผลไปใช้เพราะเป็นเรื่องผิดวิสัยที่ผู้ใช้บริการจะไม่ให้ความสำคัญกับเวลาในการจัดส่งพัสดุเลย ทั้งนี้ อาจหาแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพในด้านอื่นร่วมด้วย เช่น การวิเคราะห์ SWOT ของคู่แข่ง จนถึงแม้ว่าในปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะมีการร่วมมือและผนึกธุรกิจบริการขนส่งกับพันธมิตรข้ามชาติรายใหญ่บ้างแล้วก็ตาม แต่เพื่อเป็นการปรับปรุงที่ดียิ่งขึ้น ควรต้องศึกษาจากคู่แข่งเพิ่มเติม เช่น ความเป็นมืออาชีพ ขั้นตอนปฏิบัติการ และเทคโนโลยีในการทำงาน ที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การเพิ่มมากขึ้นอีกทาง

3. การศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการต่อยอดจากงานวิจัยในเรื่อง 3Rs และข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งหมดของไปรษณีย์ไทย สาขาอ่อนนุช หากมีการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในงาน อาจต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความแม่นยำและสมบูรณ์ในผล การวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลทางธุรกิจของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา อ่อนนุช และร้านไปรษณีย์ไทย 202 กับ 206 บางส่วนนั้นเป็นความลับทางธุรกิจของบริษัทฯ และเกี่ยวข้องกับข้อมูล PDPA ซึ่งเป็นรายละเอียดข้อมูลของผู้มาใช้บริการโดยตรงจึงไม่สามารถนำมาแสดงในผลงานศึกษานี้ได้

4. การแข่งขันในธุรกิจนี้ จะเน้นไปในเรื่องของความเร็วในการนำส่ง ดังนั้นศูนย์ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่ายและบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ที่มีพัสดุหรือสิ่งของปริมาณมากต่อวัน และต้องการความเร็วสูงในการคัดแยกชิ้นงานประเภทต่าง ๆ ทั้งกล่อง ถุง ลัง หรือวัสดุต่าง ๆ ในการคัดแยกที่รวดเร็วแม่นยำ ลำเลียงสิ่งของด้วยความเร็วสูง เช่น ติดตั้งเครื่องคัดแยก Cross Belt Sorter ในหน่วยงานที่ยังไม่เคยมีการนำมาใช้งาน และควรเพิ่มจำนวนเครื่องให้มากขึ้นในพื้นที่ที่มีปริมาณงานมากขึ้น เช่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาอ่อนนุช ที่มีเขตพื้นที่รับผิดชอบ 6 พื้นที่ และยังไม่รวมร้านไปรษณีย์ไทยอีก 5 แห่งที่ต้องนำพัสดุไปรวมกันเพื่อทำการคัดแยกนำส่ง ทั้งนี้ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงานจะทำให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นทางตรง คือ 1) ปริมาณงาน (Throughput) เพิ่มมากขึ้นโดยใช้แรงงานคนน้อยลง การจัดการพื้นที่ทำงานทำได้ดีขึ้น และลดการชำรุดแตกหักเสียหาย นั่นคือ Right Conviction 2) ประโยชน์ทางอ้อม คือ การบริการนำส่งให้ลูกค้าที่เร็วขึ้น นั่นคือ Right Time และ 3) เพิ่มความแม่นยำของการส่ง shipment ดีขึ้น นั่นคือ Right Customer

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษาหรือวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการขนส่งไปรษณีย์ด้วยตัวชี้วัดพิเศษโดยใช้แนวคิดหรือทฤษฎีในรูปแบบที่แตกต่างออกไป เช่น การวิเคราะห์การควบคุมคุณภาพโดยรวม หรือแนวทางการลดความสูญเปล่าในการขนส่งในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เวลาเร่งด่วน หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพหลังการรวบรวมธุรกิจขนส่งพัสดุและบริการอื่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการวิจัยและนวัตกรรมธุรกิจ เช่น การเชื่อมโยงธุรกิจการบริการขนส่งทางบกและทางอากาศ โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ความรวดเร็วในการจัดส่ง ต้นทุนการบริการ การรองรับหรือรับมือจำนวนฝากส่งพัสดุที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

3. ควรมีการพิจารณาศึกษาแนวทางการทำความร่วมมือ (MOU) กับบริษัทขนส่งในรูปแบบอื่น เช่น ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ หรือ รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ในการเช่า/ใช้พื้นที่ตู้โดยสารช่วงเวลาระหว่างวัน (11.00-14.00) และช่วงหลัง 21.00-24.00 น. ของทุกวัน ที่เป็นช่วงเวลาที่มิใช่โดยสารน้อยและมีพื้นที่ว่างของตู้โดยสารเยอะ โดยน่าจะนำสามารถนำพื้นที่ว่างเปล่านั้นมาใช้ขนส่งพัสดุด่วน (Express) ได้ ซึ่งเป็นการ 1) ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างเปล่า 2) ขยายหรือเพิ่มช่องทางการขนส่ง 3) ลดการขนส่งทางถนน 4) ช่วยลดต้นทุนด้านเชื้อเพลิงและค่าเสื่อมของรถขนส่ง 5) ไม่สร้างปัญหาการโดยสาร เพราะเป็นการรับ-ส่งแบบ T2T หรือ Terminal to terminal 6) สินค้าไปถึงมือลูกค้าได้เร็วกว่ากำหนด 7) เป็นสร้างได้เพิ่มจากพื้นที่ว่างเปล่าในช่วงเวลาไม่เร่งด่วนของ BTS อีกทาง เพราะกำหนดวิ่งถึง 24.00 น. และในอนาคตจะเปิดวิ่งอีกหลายสถานี ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนเป็น City Logistics Hub ได้ และ 8) จากผลพลอยได้จากข้อ 7 คือ มีจำนวน Rider เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจขนส่งและบริการเกิด 3W คือ WIN-WIN-WIN หมายถึง ทั้งผู้ให้บริการขนส่ง ลูกค้า ผู้ใช้บริการฝาก-ส่ง และลูกค้าปลายทาง ได้เป็นประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่ายและเป็นเสริมคุณค่าต่อการไหลหรือกระจายสินค้าในระบบโซ่อุปทานโดยเฉพาะในธุรกิจ E-Commerce

4. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ใช้บริการฝาก-ส่งพัสดุโดยตรง ซึ่งอาจจะไม่ได้รับความร่วมมือหรือได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนและตรงประเด็น หากมีการนำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง อาจจะต้องมีการศึกษาเชิงคุณภาพและวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อความชัดเจนของข้อมูลและผลการศึกษาวิจัย

เอกสารอ้างอิง

เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2554). **กิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)**. สืบค้นจาก

http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/64/Customer1.pdf

จิตติชัย รุจนกนกนาฏ กชพร ตรองจิตร และ ปิรันธ พรายทองแย้ม. (2552). โลจิสติกส์ของการบริการ

ไปรษณีย์ภัณฑ์. ในการประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 9 (น.225-231). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

จิรนนท์ พุทธชาติ. (2553). เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของให้บริการ ไปรษณีย์ไทย แบบ One Stop Service กรณีศึกษา: เขตบางขุนเทียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

ชาติ บุญเรือง. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ แนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน).

นันทิ สุทธิการณัย และ ศิวณัฐ อรรฐาเมศร. (ม.ป.ป.). วิสัยทัศน์ต่อธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย ในวงล้อของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community). สืบค้นจาก <http://110.78.6.14/dt/pper/000001204874049.pdf>

ประจวบ เพิ่มสุวรรณ และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม, (2555). จัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ. **วารสารนักบริหาร**, 32(1), 130-137.

มนทการดี คณะวรรณ. (2551). วิสัยทัศน์ ความคิดเห็นต่อการแข่งขันและการปรับตัวจากการเปิดเสรีการค้าบริการขนส่ง และสถาบันการขนส่ง. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรมการขนส่ง, กระทรวงคมนาคม.

วัชร ดาสอน. (2548). การให้บริการแบบครบวงจรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด : บทสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **E-commerce แรงไม่ตก ดันโลจิสติกส์โต**. สืบค้นจาก

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/E-Commerce_Logistic.pdf

สว่าง ฉวีวรรณ. (2536). ปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ผลในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ใหญ่บ้าน : ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดนครราชสีมา. (ภาคานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

- สำนักโลจิสติกส์อุตสาหกรรม. (2560). **E-commerce แรงไม่ตก ดันโลจิสติกส์โต**. สืบค้นจาก <http://110.78.6.14/ppr/title.php?tid=000001204874049>)
- สิทธิชัย ฝรั่งทอง. (2553). **ขับเคลื่อนโลจิสติกส์ด้วยการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- สุชญญา เจริญสุข. (2552). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- MARKETEER. (2019). **ไปรษณีย์ไทยเปิดกระบวนรบ ปรับจุดอ่อน เสริมจุดแกร่ง ยึดใจลูกค้าเป็นที่หนึ่ง**. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/96722>