



Online

ครั้งที่

12

วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้
การประชุมวิชาการระดับชาติ

25 กุมภาพันธ์ 2565



Strategies for Managing

Social and Technological

Disruption

กลยุทธ์สำหรับการจัดการกับความพลิกผัน
ทางสังคมและเทคโนโลยี



สอนดี



PTG

การประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery :

กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

Component Evaluation for 5Rs Delivery Transportation Management:

A Case Study of Thung Song Mail Centre

ศราววุฒิ โต้ะหาต¹ โศภิน รัตนสุภา*² และ ถาวรินทร์ คงมณี²

Sarawut Taohad¹ Sopin Rattanasupa² and Thawarin Kongmanee²

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการขนส่งธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้¹

Undergraduate Student, Business Administration Program in Business Innovation Management, Southern College of Technology¹

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการขนส่งธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้²

Faculty member of Business Administration Program in Business Innovation Management, Southern College of Technology²

*Corresponding author, e-mail: ssopinster@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery : กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 240 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 60 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ใช้บริการประเภทส่งแบบด่วนพิเศษ และมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ผลการประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery โดยรวมอยู่ในระดับมาก นั้นหมายถึง ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการบริการทั้งด้านการส่งมอบตรงสถานที่ ตรงเวลา ในปริมาณที่ถูกต้อง คุณภาพตรงตามที่ตกลง และในราคาที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสมมีค่ามากที่สุด รองลงมาเป็นการส่งมอบถูกสถานที่ การส่งมอบตรงตามปริมาณหรือจำนวน การส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง และการส่งมอบตรงเวลา และ 2) องค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของสมการเท่ากับ 0.887 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณเป็น 0.787 ผลที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งของศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงให้ดียิ่งขึ้นทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์ไปรษณีย์

Abstract

This research aimed to study and evaluate component for 5Rs Delivery transportation management: A case study of Thung Song Mail Centre and analyze the relationship between the 5Rs Delivery and satisfaction. This is a quantitative research and samples were 240 customers. The data were collected from March to June 2021 by questionnaires and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis with the statistical significance level at .05.

The results showed that 1) the majority of customers were females, aged between 41 - 60 years, bachelor's degree, and company employees. The most popular postal services often use were express delivery, once or twice a week. The overall aspect of evaluating 5Rs Delivery transportation management was found at a high level and customer satisfied in delivery service according to specified

place, on time, correct quantity, promised quality and optimal price. When consider each aspect, it was found that delivery with optimal price (\bar{X} = 4.46), specified place (\bar{X} = 4.35), correct quantity (\bar{X} = 4.29), promised quality (\bar{X} = 4.00) and on time (\bar{X} = 3.73), respectively. 2) 5Rs Delivery transportation management component was positively correlated to customers satisfaction with a statistical significance at the .05 level. Coefficient of multiple correlation were 0.887 and coefficient of multiple determination were 0.787. The results appeared to be useful in developing and improving the service quality and efficiency of Thung Song Mail Centre leading to successful organization and be able to operate business with stability and sustainability.

Keyword: Transportation Management, 5Rs Delivery, Customer Satisfaction, Mail Centre

บทนำ

การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมการเคลื่อนย้ายวัตถุหรือสินค้าตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการบริโภค จนกระทั่งวัสดุหรือสินค้าเหล่านั้นถึงมือหรืออยู่ในความรับผิดชอบของลูกค้าหรือผู้รับ ซึ่งผู้จัดการขนส่งหรือองค์กรต้องคำนึงถึงรูปแบบลักษณะการเลือกวิธีการขนส่งและเส้นทางในการขนส่งให้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า องค์กรมีความจำเป็นจะต้องดำเนินการจัดส่งสินค้าโดยให้ถูกสถานที่ ถูกเวลา และอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ รวมถึงการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างเหมาะสม และเป็นกิจกรรมหลักของกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีความสำคัญ (สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560) ส่วนการจัดการการขนส่ง (Transportation Management) เป็นการจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือพัสดุจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งภายในโซ่อุปทานให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนแก่ธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในเวลาที่เหมาะสม การขนส่งได้กลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความสำเร็จสูงสุดของโซ่อุปทานโดยรวม สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการอำนวยความสะดวกทางด้านเวลา (Time Utility) และสถานที่ (Place Utility) และเป็นปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขัน (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2556)

ตามหลักของการขนส่งแล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติเบื้องต้นดังต่อไปนี้ (1) ความรวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา ทันต่อความต้องการและคงคุณภาพ (2) การประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุนการขนส่งและราคาค่าบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจการขนส่งต้องพยายามให้ต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่ำแล้ว การเรียกเก็บอัตราค่าบริการก็ลดลงด้วย (3) ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยจากการสูญเสียวหรือเสียหายของสินค้าตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับระบบการขนส่งซึ่งถือได้ว่า ผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียวและเสียหายในทุกอย่างที่เกิดขึ้น (4) ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ หรือ ความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการ เช่น ยานพาหนะจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที และ (5) ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการขนส่ง เพราะการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีกำหนดในการเดินทางที่แน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลาเป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2556)

นอกจากนี้ยังมีการนำแนวคิดการขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง 7 ประเภทในการขนส่งหรืองานโลจิสติกส์ (7 Right) มาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการการขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล Loklogistic. (2560) ได้นำเสนอแนวคิดการส่งสินค้าที่ถูกต้อง 7 ประเภทในงานโลจิสติกส์ หรือ 7Rs ไว้ดังนี้ 1) Right Product สินค้าถูกต้อง ส่งผลิตภัณฑ์ถูกต้องมีคุณภาพหรือข้อกำหนดคุณสมบัติ (Specifications) ตามความต้องการของลูกค้า 2) Right Quantity จำนวนถูกต้อง ส่งสินค้าในจำนวนที่ถูกต้อง ปริมาณตรงตามความต้องการไม่ขาดไม่เกิน ควรมีการประสานงานกับคลังสินค้าหรือแหล่งต้นทางเพื่อทวนสอบความถูกต้อง 3) Right Conviction สภาพถูกต้อง ส่งสินค้าในสภาพที่ดีไม่แตกหักเสียหาย 4) Right Customer ลูกค้าถูกต้อง ส่งสินค้าให้ลูกค้าผู้รับสินค้า ให้บริการด้วยศักยภาพที่สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวัง ก่อให้เกิดความพึงพอใจจากการส่งสินค้า เช่น มีการรับประกันสินค้า มีการบริการหลังการขาย หรือมีอุปกรณ์ให้ใช้ทดแทนขณะซ่อม 5) Right Place สถานที่ถูกต้อง ส่งสินค้าให้ลูกค้าที่ตั้ง ส่งสินค้าได้ตรงตามสถานที่ที่ต้องการ ต้องระบุสถานที่ในการจัดส่ง มีการแนบแผนที่ ชื่อและเบอร์โทรศัพท์ผู้ติดต่ออย่างชัดเจน เพื่อให้ได้รับสินค้าที่ถูกต้องในสถานที่ที่ถูกต้อง 6) Right Time เวลา

ถูกต้อง ส่งสินค้าทันเวลาตรงตามเวลาที่กำหนดนัดหมาย ต้องระบุเวลาในการจัดส่งที่แน่นอน (Lead Time) ไม่เร็วไปหรือช้าไป การกำหนดเวลาในการส่งสินค้าให้ได้ในเวลาที่ต้องการ มีความสำคัญในกิจกรรมของลูกค้า หากมีการส่งสินค้าช้ากว่ากำหนดที่ต้องการอาจส่งผลกระทบต่อโครงการหรือกระบวนการดำเนินงานใด ๆ หยุตชะงัก และ 7) Right Cost ต้นทุนที่ถูกต้อง ไม่มากเกินไปซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานขององค์กรด้วย นอกจากนี้ สุพพัต อิศราศิวกุล (2562) ก็ได้นำเสนอความคิดองค์ประกอบของการจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ 7 ประการ (7 Right) ไปปรับใช้กับการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานขับรถขนส่งและเป็นตัวชี้วัดในงานขนส่ง ส่งผลให้มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าลดลง ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีความใกล้เคียงกับการกล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมการขนส่งของศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลสาขาวิชาชีพโลจิสติกส์

ศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลสาขาวิชาชีพโลจิสติกส์ (2564) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมการขนส่งขององค์กรใด ๆ ไว้ 5 องค์ประกอบที่เรียกว่า องค์ประกอบของการจัดการการขนส่งหรือองค์ประกอบการส่งมอบแบบ 5Rs Delivery ประกอบด้วย 1) Right Place: ส่งมอบตรงสถานที่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์จะถูกส่งไปยังสถานที่ปลายทางที่ได้รับไว้ พร้อมมีการติดตามตำแหน่งของสินค้า และมีความยืดหยุ่นในการส่งมอบสินค้า 2) Right Time: ส่งมอบตรงเวลาที่ลูกค้าต้องการ ความตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ธุรกิจและองค์กร และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสัมพันธ์ระยะยาว 3) Right Quantity: ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ การประสานงานกับต้นทางเพื่อให้การจัดส่งได้ปริมาณสินค้าตรงตามที่ต้องการ เพื่อความแม่นยำและความสะดวกรวดเร็วในการบริการลูกค้า 4) Right Quality: สินค้าตรงตามคุณภาพที่ตกลง ขจัดปัญหาการส่งสินค้าผิดประเภท และ 5) Right Cost: การส่งสินค้าตามราคาที่เหมาะสมที่แข่งขันได้ในตลาด การกำหนดราคาตามวิธีการจัดส่ง ถ้าองค์กรสามารถบรรลุการส่งมอบแบบ 5Rs Delivery จะทำให้เกิด JIT: Just in Time คือ “การส่งมอบแบบทันเวลา ถูกต้อง ถูกสถานที่ ตรงตามความต้องการภายใต้ต้นทุนที่แข่งขันได้” เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาประสิทธิภาพการขนส่งอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ผู้บริหารต้องตรวจติดตามโดยตลอด คือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในการจัดส่งสินค้าและบริการ

5Rs Delivery ถือเป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัดทางด้านโลจิสติกส์ เป็นองค์ประกอบของการจัดการขนส่งและส่งมอบสินค้าแบบแม่นยำและสามารถลดต้นทุนในทุกกระบวนการดำเนินงาน ตั้งแต่คำสั่งซื้อ การจัดหาวัตถุดิบ ตรวจสอบสินค้าในจุดเก็บพัก ไปจนถึงการส่งมอบอย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยหรือองค์ประกอบเหล่านี้ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ สร้างผลลัพธ์ให้ผู้ใช้บริการ ประทับใจในการให้บริการ ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวต่อไป

ในตลาดการขนส่งและโลจิสติกส์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นส่งผลให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น สร้างความแตกต่างที่เหนือคู่แข่งทำให้องค์กรมีจุดแข็งและได้รับการยอมรับจากลูกค้าอันจะนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร (รัตนะ พุทธิรักษา และพีรภว ทีวีสุข, 2560)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการไปรษณีย์ของประเทศไทย ซึ่งแปรรูปมาจาก การสื่อสารแห่งประเทศไทย (ก.ส.ท.) ที่ทำการไปรษณีย์มีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับหน้าที่และบริการของแต่ละแห่ง ประกอบด้วย ศูนย์ไปรษณีย์ (ศป., Mail Centre) ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมาก (ศฝ., Bulk Mail Centre) ที่ทำการไปรษณีย์ศูนย์กลางจ่าย (ปณศ., Delivery Post Office) หรือ ที่ทำการไปรษณีย์รับจ่าย (ปณจ.) ที่ทำการไปรษณีย์รับฝาก (ปณฝ., Non-delivery Post Office) ที่ทำการไปรษณีย์สาขา (ปณส., Branch Post Office) ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาต (ปณอ., Licensed Post Office) ที่ทำการไปรษณีย์ชั่วคราว (ปณค., Temporary Post Office) ที่ทำการไปรษณีย์รถยนต์ (ปณย., Mobile Post Office) ศูนย์ไปรษณีย์ มีหน้าที่หลัก คือ รวบรวมจดหมาย และพัสดุจากที่ทำการไปรษณีย์ต่าง ๆ มาคัดแยกและส่งต่อ หมายถึง ส่งไปที่ทำการปลายทางหรือส่งต่อไปภูมิภาคอื่น ๆ ทางรถยนต์ รถไฟ หรือ เครื่องบิน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2564)

ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานไปรษณีย์เขต 6 ซึ่งเป็นหน่วยงานในสายงานปฏิบัติการภูมิภาคด้านปฏิบัติการภูมิภาค 1 เปิดทำการครั้งแรกวันที่ 31 ตุลาคม 2540 ที่ตั้งเลขที่ 245 หมู่ที่ 4 ถนนทุ่งสง-สุราษฎร์ธานี ตำบล นาโพธิ์ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ 80010 ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงเป็นศูนย์กลางในการคัดแยกและส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช กระบี่ ตรัง และจังหวัดพัทลุง แลกเปลี่ยนกับศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่ ศูนย์ไปรษณีย์ EMS ศูนย์ไปรษณีย์กรุงเทพ ศูนย์ไปรษณีย์สุวรรณภูมิ และศูนย์ไปรษณีย์ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ (ไปรษณีย์ไทย, 2564)

การนำสิ่งของไปส่งมอบยังผู้รับถือเป็นงานสำคัญในการให้บริการ เนื่องจากเป็นการนำสิ่งของที่ได้รับฝากไว้ผ่านบริการไปรษณีย์ ไปส่งมอบให้กับผู้รับ หรือผู้ที่ได้รับมอบฉันทะจากผู้รับ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบัน พบว่า มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการนำจ่ายมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้อร้องเรียนด้านอื่น ๆ ซึ่งสาเหตุของการร้องเรียนที่พบจากการสัมภาษณ์บุคลากรศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง ได้แก่ ผู้รับได้รับสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ล่าช้า สิ่งของส่งทางไปรษณีย์สูญหาย/เสียหาย เป็นต้น ข้อร้องเรียนดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าบางรายมีความไม่พึงพอใจต่อการรับบริการในการนำจ่ายหรือการขนส่งจากศูนย์ไปรษณีย์ไปยังปลายทาง ผู้ให้บริการรายใดที่ให้บริการไม่ได้มาตรฐาน ความล่าช้าในการจัดส่ง ละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ จะได้รับผลกระทบต่อชื่อเสียง ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในการขนส่ง ที่เป็นตัวแปรหลักที่อาจทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่งในการขนส่งครั้งต่อไป (ณิชภัทร บัวแก้ว และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2562)

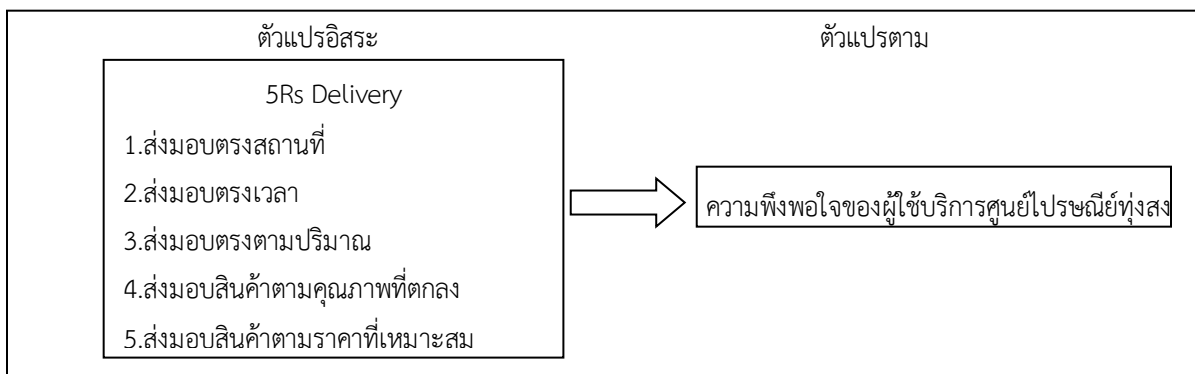
Kotler (2003) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้า จะเกิดระดับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์สิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่น สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่นเดียวกับ Shelly (1975) ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กัน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนั้นเรียกระบบความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery : กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งของ ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งช่วยในการวางแผน กำหนดรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุดซึ่งจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

องค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery : กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

วิธีการวิจัย

การศึกษาและประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery : กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูล ณ ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง ที่ตั้งเลขที่ 245 หมู่ 4 ต.นาโพธิ์ อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช เวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนมีนาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2564 ระยะเวลา 4 เดือน

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้ที่เคยมาใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง จำนวนประชากรกำหนดจากจำนวนผู้ใช้บริการต่อเดือน ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงมีผู้ใช้บริการต่อเดือนประมาณ 600 คน (ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง, 2564) และผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมตามสูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) สุ่มอย่างง่ายโดยค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 240 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งค้นคว้าและพัฒนาแบบสอบถามขึ้นจากเอกสารทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ 5 องค์ประกอบ คือ 1) Right Place: ส่งมอบตรงสถานที่ 2) Right Time: ส่งมอบได้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ 3) Right Quantity: ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ 4) Right Quality: สินค้าตรงตามคุณภาพที่ตกลง และ 5) Right Cost: ส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม และ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง เป็นคำถามแบบประเมินค่า แบ่งความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ 10 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับความพึงพอใจ ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 ปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 น้อย และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 น้อยที่สุด

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ มาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งหมดมากกว่า 0.6 (IOC = 0.82) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มาใช้บริการที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย พร้อมกับตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 (Cronbach's Alpha = 0.78) จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistical Analysis) ซึ่งเป็นการหาค่าสถิติพื้นฐานโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอข้อมูลเป็น ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากการวิจัย และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง และตัวแปรอิสระ คือ องค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแสดงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาและประเมินองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery : กรณีศึกษา ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 240 คน พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงจำนวน 125 คน ร้อยละ 52.08 และเพศชาย จำนวน 115 คน ร้อยละ 47.92 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-60 ปี โดยมีจำนวน 98 คน ร้อยละ 40.83 รองลงมา คือ มีอายุ 21-40 ปี มีจำนวน 86 คน ร้อยละ 35.83 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 31 คน ร้อยละ

12.92 และน้อยที่สุด คือ อายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 25 คน ร้อยละ 10.42 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 111 คน ร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ ระดับ ปวส./ปวช. มีจำนวน 87 คน ร้อยละ 36.25 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน ร้อยละ 9.17 ระดับมัธยมต้น มีจำนวน 13 คน ร้อยละ 5.42 และน้อยที่สุด คือ ระดับประถมศึกษา จำนวน 7 คน ร้อยละ 2.92 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีจำนวน 84 คน ร้อยละ 35 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 69 คน ร้อยละ 28.75 อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 38 คน ร้อยละ 15.83 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 33 คน ร้อยละ 13.75 และน้อยที่สุด คือ อาชีพเกษตรกร/รับจ้าง มีจำนวน 16 คน ร้อยละ 6.67 ประเภทการใช้บริการที่มากที่สุด คือ EMS มีจำนวน 105 คน ร้อยละ 43.75 รองลงมา คือ การส่งแบบเก็บเงินปลายทาง มีจำนวน 63 คน ร้อยละ 26.25 ส่งแบบธรรมดา มีจำนวน 31 คน ร้อยละ 12.92 ส่งแบบลงทะเบียน มีจำนวน 29 คน ร้อยละ 12.08 และน้อยที่สุด คือ การส่งแบบโลจิสติกส์ มีจำนวน 12 คน ร้อยละ 5 มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด คือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 103 คน ร้อยละ 42.92 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 80 คน ร้อยละ 33.33 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 41 คน ร้อยละ 17.08 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 16 คน ร้อยละ 6.67

ผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 21- 60 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีความถี่ในการใช้บริการ 1- 2 ครั้ง/สัปดาห์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กันหา พุทธิพงศกร (2564) ซึ่งได้ศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการส่งแบบด่วนพิเศษ (EMS) มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตนะ พุทธิรักษาและพิรภาว์ ทวีสุข (2560) ที่พบว่า มีผู้ใช้บริการส่งสินค้าทางบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) เป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับบริการอื่นของบริษัท และสอดคล้องกับทิศทางการแข่งขันของธุรกิจขนส่งในปัจจุบันที่มีการแข่งขันในเรื่องระยะเวลาและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ผลการการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ องค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5 Rs Delivery โดยรวมอยู่ในระดับมาก นั้นหมายถึง ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการบริการทั้งด้านการส่งมอบตรงสถานที่ ตรงเวลา ในปริมาณที่ถูกต้อง คุณภาพตรงตามที่ตกลง และในราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.10) จำแนกเป็น 5 องค์ประกอบดังนี้

1) การส่งมอบถูกต้องสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาแบบสอบถามเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ส่งตรงตามที่อยู่ถูกต้อง รองลงมา คือ มีการโทรถามเพื่อยืนยันสถานที่ส่งมอบเพื่อความถูกต้อง ผู้รับสามารถมารับพัสดุได้ด้วยตนเอง ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมี 2 ข้อ คือ มีความยืดหยุ่นในด้านสถานที่ส่งมอบ และส่งได้ทุกสถานที่ที่รับมอบ สอดคล้องกับศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลสาขาวิชาชีพโลจิสติกส์ (2564) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมการขนส่งขององค์กรใด ๆ ไว้ 5 องค์ประกอบ หรือที่เรียกว่า องค์ประกอบการส่งมอบแบบ 5Rs Delivery โดยองค์ประกอบแรก Right Place: ส่งมอบตรงสถานที่ จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือพัสดุถูกส่งไปยังสถานที่ปลายทางที่ได้ระบุไว้ พร้อมมีการติดตามตำแหน่งของสินค้า และมีความยืดหยุ่นในการส่งมอบสินค้า

2) การส่งมอบตรงเวลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาแบบสอบถามเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโทรแจ้งลูกค้า หากเกิดความคลาดเคลื่อนเรื่องเวลาการส่งมอบ รองลงมา คือ ส่งตรงตามเวลาที่ระบุไว้ มีความยืดหยุ่นด้านเวลาในการส่งมอบ สามารถตรวจสอบเวลาในการจัดส่งสินค้าได้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ได้รับสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด โดยการส่งมอบตรงเวลา เป็นข้อที่ผู้ตอบให้คะแนน น้อยที่สุดจากองค์ประกอบการจัดการการขนส่งทั้ง 5 องค์ประกอบ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการส่งมอบตรงเวลา ตามหลักของการขนส่งแล้วถือว่า การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติเบื้องต้นหลายประการ แต่ข้อที่มีความสำคัญและจัดไว้เป็นลำดับแรก คือ ความรวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันต่อความต้องการและคงคุณภาพ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2556) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยวดี ผลอนง (2562) ที่กล่าวถึงการจัดการกระบวนการบริการ และการเข้าถึงง่าย ความถูกต้องและความรวดเร็วในการส่งมอบมีอิทธิพลต่อความสามารถในการลดปัญหาด้านการบริการการขนส่ง เช่นเดียวกับกับ กันยาภาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม (2561) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย พบว่า ความพึงพอใจที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การที่ผู้ให้บริการสามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถติดตามสถานะของสินค้าได้

3) การส่งมอบตรงตามปริมาณหรือจำนวน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.17) เมื่อพิจารณาแบบสอบถามเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถร้องเรียนกับไปรษณีย์ได้หากสินค้าไม่ครบตามปริมาณหรือจำนวนที่กำหนด รองลงมา คือ สามารถรับฝากส่งสินค้าได้หลายประเภท ลูกค้าได้รับสินค้าตามปริมาณหรือจำนวนที่ถูกต้อง สามารถรับฝากส่งสินค้าได้ในปริมาณที่ไม่จำกัด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการส่งมอบ สอดคล้องกับ Loklogistic (2560) ได้นำเสนอแนวคิดการส่งสินค้าที่ถูกต้อง 7 ประเภทในงานโลจิสติกส์ หรือ 7Rs ไว้ว่า Right Quantity การส่งมอบด้วยจำนวนถูกต้อง ส่งสินค้าในจำนวนที่ถูกต้อง ปริมาณตรงตามความต้องการไม่ขาดไม่เกิน มีความสำคัญในกิจกรรมของลูกค้า หากมีการส่งสินค้าผิดพลาดอาจส่งผลทำให้โครงการกระบวนการผลิตหยุดชะงัก

4) การส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาแบบสอบถามเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการรับประกันสินค้า ตามประเภทของสินค้าที่ฝากส่ง รองลงมา คือ สินค้าและบรรจุภัณฑ์คงสภาพเหมือนตอนที่ฝากส่ง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมี 3 ข้อ คือ ได้รับสินค้าในสภาพที่สมบูรณ์ตามที่ควรจะเป็น สินค้าไม่ได้รับความเสียหายระหว่างการนำส่ง และ สินค้ามีการห่อหุ้มอย่างดี การส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพที่ตกลง จะช่วยจัดปัญหาการส่งสินค้าผิดประเภท สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับ ตามที่กล่าวไว้ในแนวคิดองค์ประกอบของการจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมการขนส่งขององค์กรโดยศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลสาขาวิชาซีพีโลจิสติกส์ (2564)

5) การส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาแบบสอบถามเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาจัดส่งมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า รองลงมา คือ ไม่มีการเก็บเงินค่าขนส่งเพิ่มเติมจากผู้รับสินค้า ราคาการจัดส่งไม่แพงเกินไป ไม่มีการเก็บค่าปรับเปลี่ยนแปลงการรับมอบ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ค่าจัดส่งมีหลากหลายราคา สอดคล้องกับพันธกิจข้อที่ 1 ของการให้บริการจัดส่งสิ่งส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ระบุไว้ในรายงานประจำปี 2563 ที่ว่า ข้าราชการ ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่ลูกค้าเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้ (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2563)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาตามประเด็นการให้บริการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การติดต่อสื่อสารสอบถามสินค้าที่กำลังจัดส่งหรือสอบถามเรื่องการรับฝากสินค้า รองลงมา คือ ความสามารถในการให้บริการขนส่งสินค้าชนิดต่าง ๆ ความน่าเชื่อถือในการขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัย ลักษณะภายนอกในด้านการบริการที่มองเห็นได้ เช่น อุปกรณ์ที่ทันสมัย ความสุภาพในการสื่อสารให้บริการ การพูดคุย การให้ข้อมูลลูกค้า การตอบสนองอย่างรวดเร็วในการรับฝากสินค้าและการชี้แจงขั้นตอนการรับบริการ ความปลอดภัยของสินค้าที่อยู่ระหว่างการขนส่ง ความสะดวกในการให้บริการ ความเชื่อมั่นในการให้บริการการขนส่งที่มีความรับผิดชอบและมีการรับประกันสินค้า และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พนักงานเข้าใจในความต้องการใช้บริการของลูกค้าแต่ละรายและสามารถให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าได้ การรักษาระดับการบริการที่ดีมีมาตรฐานสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างส่งผลถึงความยั่งยืนของธุรกิจสอดคล้องกับปาริชาติ ชวนรักธรรม และคณะ (2563) ที่กล่าวว่า ผู้ให้บริการรายใดที่ให้บริการไม่ได้มาตรฐาน มีความล่าช้าในการจัดส่ง ละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ จะได้รับผลกระทบต่อชื่อเสียง ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่ คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในการขนส่ง ที่เป็นตัวแปรหลักที่อาจทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่งในการขนส่งครั้งต่อไป หรือการตัดสินใจใช้บริการซ้ำหากมีความพึงพอใจการหลังได้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ คือ องค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery ทั้ง 5 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง สอดคล้องกับ แนวคิด 7Rs 1) Right Product สินค้าถูกต้อง ได้สินค้าตามที่ต้องการ 2) Right Quantity จำนวนสินค้าที่ถูกต้อง 3) Right Condition สภาพสินค้าถูกต้อง ไม่ชำรุดเสียหาย 4) Right Customer ส่งสินค้าถูกลูกค้า 5) Right Place ส่งสินค้าถูกสถานที่ 6) Right Time ส่งสินค้าในเวลาที่ต้องการ ตรงเวลา และทันเวลา และ 7) Right Cost บริหารต้นทุนที่ถูกต้องเหมาะสม (Sudalaimuthu and Anthony Raj ,2009) โดยหาก

กระบวนการตอบสนองความต้องการลูกค้าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักการ "7Rs" ข้างต้นแล้วก็จะตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในที่สุด

โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 5Rs Delivery และตัวแปรความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Coefficient of Multiple Correlation) ของสมการเท่ากับ 0.887 เป็นความสัมพันธ์เชิงบวกที่ค่อนข้างสูง และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (Coefficient of Multiple Determination) ซึ่งจะแสดงอิทธิพลหรือการส่งผลของตัวแปร 5Rs Delivery ที่มีต่อตัวแปรความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีค่าเป็น 0.787 ซึ่งค่อนข้างสูงเช่นกัน สามารถอธิบายความแปรผันได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 1) และองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery ทั้ง 5 องค์ประกอบ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัวในรูปค่ามาตรฐาน คือ 1) ส่งมอบตรงสถานที่ (Beta = 0.321) 2) ส่งมอบตรงเวลา (Beta = 0.396) 3) ส่งมอบตรงตามปริมาณ (Beta = 0.322) 4) ส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง (Beta = 0.561) และ 5) ส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม (Beta = 0.424) โดยตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง ซึ่งตัวแปรการส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง มีค่า Beta สูงที่สุด หรือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า หากศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสงให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลงจะทำให้มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม การส่งมอบตรงเวลา การส่งมอบตรงตามปริมาณ และการส่งมอบตรงสถานที่ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรองลงมา ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง

Regression Statistics					
Multiple R					0.887
R Square					0.787
Adjusted R Square					0.783
Standard Error					0.095
Observations					240
ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	5	7.842	1.568	173.347	0.000
Residual	234	2.117	0.009		
Total	239	9.959			

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง
ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	- 3.204	0.279	11.504	0.000	- 3.753	- 2.655	- 3.753	- 2.655
Right Place	0.336	0.032	10.645	0.000	0.274	0.399	0.274	0.399
Right Time	0.382	0.030	12.853	0.000	0.324	0.441	0.324	0.441
Right Quantity	0.382	0.036	10.599	0.000	0.311	0.453	0.311	0.453
Right Quantity	0.378	0.021	18.260	0.000	0.337	0.419	0.337	0.419
Right Cost	0.369	0.027	13.592	0.000	0.315	0.422	0.315	0.422
ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน								
	Coefficients	Standard	t Stat	P-value	Lower	Upper	Lower	Upper

		Error			95%	95%	95.0%	95.0%
Intercept	0.000	0.030	0.000	1.000	- 0.059	0.059	- 0.059	0.059
Right Place	0.321	0.030	10.645	0.000	0.262	0.381	0.262	0.381
Right Time	0.396	0.031	12.853	0.000	0.335	0.457	0.335	0.457
Right Quantity	0.322	0.030	10.599	0.000	0.262	0.382	0.262	0.382
Right Quantity	0.561	0.031	18.260	0.000	0.500	0.622	0.500	0.622
Right Cost	0.424	0.031	13.592	0.000	0.362	0.485	0.362	0.485

สรุป

การจัดการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญขององค์กรหรือสถานประกอบการด้านการขนส่งรวมถึงศูนย์ไปรษณีย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบริการโลจิสติกส์ไทยและอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยองค์ประกอบของการจัดการขนส่งของการให้บริการไปรษณีย์ 5Rs Delivery ทั้งการส่งมอบตรงสถานที่ การส่งมอบตรงเวลา การส่งมอบตรงตามปริมาณ การส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง การส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม ทั้ง 5 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หากศูนย์ไปรษณีย์ให้ความสำคัญและปรับปรุงคุณภาพการบริการอยู่เสมอ ทั้งด้านการส่งมอบสินค้าตามคุณภาพที่ตกลง การส่งมอบสินค้าตามราคาที่เหมาะสม การส่งมอบตรงเวลา การส่งมอบตรงตามปริมาณ และการส่งมอบตรงสถานที่ จะทำให้มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และอาจรวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำให้ต้องมีการปรับปรุงการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า รวมถึงเพื่อสร้างอำนาจการแข่งขันกับสถานประกอบการการขนส่งในธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของปริมาณการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้นการปรับปรุง/พัฒนาองค์กรจึงมีความสำคัญในปรับตัวเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ อีกทั้งช่วยในการในการวางแผน กำหนดรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุดจะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาลูกค้าที่ได้รับบริการของศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง เท่านั้น ซึ่งอาจทำให้การวิจัยไม่สามารถอธิบายผลหรือนำไปใช้ในภาพรวมของไปรษณีย์พื้นที่อื่น ๆ ได้ ดังนั้น ผู้ที่จะศึกษาวิจัยในอนาคตนั้น อาจจะใช้แนวทางจากงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาองค์ประกอบการจัดการการขนส่ง 5Rs Delivery หรือความพึงพอใจของลูกค้าในพื้นที่อื่น ๆ หรือในภาพรวมเพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และผู้ให้บริการศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย และขอขอบคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ และทีมที่ปรึกษางานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กันยากาญจน์ จันทร์เหลี่ยม และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 4(2), 352-364.
- กันหา พงษ์พิงศกร. (2564). การศึกษาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ไทย จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์*, 8(1), 145-161.
- ค่านาย อภิรัชญาสกุล. (2556). *การจัดการขนส่งสินค้าในงานโลจิสติกส์*. กรุงเทพมหานคร: โฟกัส มีเดีย แอนด์ พับลิชซิง.
- ณิชภัทร บัวแก้ว และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2562). การเปรียบเทียบลักษณะผู้ให้บริการ คุณภาพการบริการที่ได้รับและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์*, 6(4), 1782-1796.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2563). *รายงานประจำปี 2563* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_detail/aboutus/89/20673 (ค้นหาข้อมูลเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564)

- ปาริชาติ ช้วนรักธรรม และคณะ. (2563). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุไปรษณีย์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค*, 6(2), 347-356.
- ปรียาวดี ผลเอนก. (2562). การศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีการจัดการโลจิสติกส์ในการให้บริการการขนส่งขนาดใหญ่ที่มีต่อความสามารถในการลดปัญหาด้านการบริการการขนส่งขนาดใหญ่ของที่ทำกรไปรษณีย์ในอำเภออรัญประเทศ. *วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม*, 18(1), 129-136.
- ไปรษณีย์ไทย. (2564). *ไปรษณีย์ไทย (บริษัท)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://www.thailandpost.co.th/th/index/> (ค้นหาข้อมูลเมื่อ 2 พฤษภาคม 2564)
- รัตนะ พุทธิรักษาและพีรภาว ทวีสุข. (2560). คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 6(2), 124-134.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564). *ไปรษณีย์ไทย (บริษัท)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/> (ค้นหาข้อมูลเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564)
- ศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลสาขาวิชาชีพโลจิสติกส์. (2564). *การส่งมอบแบบ 5Rs Delivery*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/logistics2014/>. (ค้นหาข้อมูลเมื่อ 23 มิถุนายน 2564)
- สุพัต อิศราศิวกุล. (2562). *การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานขับรถขนส่ง ตามหลัก 7R กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิทยาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.*
- สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *คู่มือการประเมินประสิทธิภาพและศักยภาพด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*. เชียงใหม่: ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- หัวหน้างานจัดส่งพัสดุ ศูนย์ไปรษณีย์ทุ่งสง. สัมภาษณ์. 3 มีนาคม 2564.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Test* (5th ed.). New York: Harper Collins
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Loklogistic. (2560). *แนวคิดการส่งสินค้าที่ถูกต้อง 7 ประเภทในงาน Logistics (7 Right, 7R)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://ioklogistic.blogspot.com>. (ค้นหาข้อมูลเมื่อ 13 พฤษภาคม 2564)
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to Social Change. Pennsylvania*: Dowden Hutchison & Ross.
- Sudalaimuthu, S., & Anthony, R.S. (2009). *Logistics Management for International Business Text and Cases*. PHI Learning Private Limited, New Delhi.
- Yamane, T. (1973). *An Introductory Analysis* (3rd ed.). Tokyo: Harper International Edition.