

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับ  
บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

การทำกรวิจัยสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” ฉบับนี้ได้รับความสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย โดยได้รับความช่วยเหลือจากท่านอาจารย์บุริม โอทกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งคอยให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมสำหรับการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในทางวิชาการตั้งแต่ผู้วิจัยได้เข้ารับการศึกษาชั้นอนุบาลจนถึงระดับชั้นปริญญาโท ตลอดจนสั่งสอนและให้ข้อคิดในเรื่องการใช้ชีวิต ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา น้องชายและครอบครัว “สติริภย์” ที่ให้การสนับสนุนและคอยเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่วันแรกที่เข้าเรียนจนถึงวันสุดท้าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณหัวหน้างาน หัวหน้าส่วน ผู้จัดการฝ่าย ตลอดจนผู้ร่วมงานทุกท่านที่ร่วมให้กำลังใจและสนับสนุนการเรียนตลอดจนช่วยเหลือเรื่องหน้าที่การงานในเวลาที่คุณวิจัยต้องลาหยุดเพื่อทำธุระเกี่ยวกับการเรียน อีกทั้งยังสนับสนุนในเรื่องข้อมูลต่างๆ ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จลุล่วง ขอขอบคุณเพื่อนๆร่วมชั้นเรียนปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลแห่งนี้ ทุกๆท่าน ที่เป็นกำลังใจให้กันและฝ่าฟันกันจนสามารถเรียนจบไปด้วยกัน โดยเฉพาะ “น้องอิงค์” ที่เป็นทุกอย่างทั้งดีใจตลอดจนตามงานต่างๆ ที่ต้องส่งและช่วยผลักดันให้เรียนจบไปด้วยกัน ขอขอบคุณผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การศึกษาเพื่อนำไปประกอบการพิจารณา และจัดทำงานวิจัยครั้งนี้รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยคงไม่มีคำใดที่จะมาบรรยายได้ครบและได้ดีกว่าคำว่า “ขอบคุณ” สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นภายใต้ระยะเวลาการศึกษาระดับชั้นปริญญาโท ณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยทางผู้วิจัยมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” จะเป็นประโยชน์และเป็นหนึ่งในองค์ความรู้ของผู้ที่สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ปรียากร สติริภย์

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย: กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

A COMPARATIVE STUDY IN KEY SUCCESS FACTORS OF THE THAILAND POST COMPANY AND THE OVERSEAS COURIERS: A CASE STUDY OF THAILAND POST EMPLOYEES.

ปริยากร สติรักษ์ 5650431

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุริม โอทกานนท์, M.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ศิริสุข รักษิณี, Ph.D., กิตติชัย ราชมหา, M.Acc.

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยความสำเร็จของบริษัทขนส่งธุรกิจไปรษณีย์ข้ามชาติ (Courier) กับบริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัดและเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จระหว่างบริษัทขนส่งธุรกิจไปรษณีย์ข้ามชาติกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วารสาร บทความ เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ และการสัมภาษณ์ เพื่อหาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาการวิจัย เชิงปริมาณเป็นการศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จทางธุรกิจทางธุรกิจระหว่างบริษัทขนส่งธุรกิจไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่าในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์มีรวม 7 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความปลอดภัยของสิ่งของ ด้านความตรงต่อเวลาในการส่งสิ่งของด้านความถูกต้องและแม่นยำในการดำเนินการดำเนินงาน ด้านการมีเครือข่ายที่ครอบคลุม ด้านการมีเทคโนโลยีที่เหมาะสมด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์ และด้านความเชี่ยวชาญในงานของพนักงาน การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ระหว่างบริษัท ขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกันแทบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความเชี่ยวชาญของพนักงานทดสอบสมมติฐานพบว่าอายุงานที่แตกต่างกันของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจไปรษณีย์ในด้านการแข่งขันในภาพรวมและการตรงต่อเวลา

คำสำคัญ : ไปรษณีย์ไทย / ปัจจัยความสำเร็จ / ธุรกิจขนส่ง / ไปรษณีย์ข้ามชาติ

## สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทคัดย่อ	ค
	สารบัญ	ง
	สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	คำถามของการศึกษา	7
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
	ขอบเขตการศึกษา	8
	นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	9
บทที่ 2	ความหมายและคำสำคัญที่เกี่ยวข้อง	11
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	20
	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	21
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	22
	ระยะเวลาในการทำการวิจัย	22
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
	การวิเคราะห์ข้อมูล	24
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4	ผลการวิจัย	26
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย	32
	ข้อเสนอแนะ	35
	บรรณานุกรม	36
	ภาคผนวก	37
	ประวัติผู้วิจัย	40

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนร้อยละของประชากรแยกตามเพศ	27
2	จำนวนร้อยละของประชากรแยกตามอายุการทำงาน	27
3	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานต่อปัจจัยความสำเร็จ ของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ กับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	28
4	การทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับปัจจัยความสำเร็จ 7 ปัจจัย	30



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ ข้ามชาติกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ผู้ปฏิบัติงาน ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	21



## บทที่ 1

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการไปรษณีย์เป็นกิจการประเภทเครือข่าย (Infrastructure Service) ซึ่งหมายถึง ธุรกิจบริการที่จำเป็นต้องมีการจัดตั้งเครือข่ายขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีรูปแบบดั้งเดิมของการให้บริการ ประกอบไปด้วยการรับฝากข้อมูลข่าวสาร สิ่งของ เงินตรา และส่งต่อผ่านเครือข่ายไปรษณีย์เพื่อนำจ่ายให้แก่ผู้รับปลายทางตามที่ผู้ฝากส่งได้ระบุไว้ตามที่ได้จำหน่ายคุณลักษณะซึ่งเป็น “มูลค่าพื้นฐาน” ของบริการไปรษณีย์มี 2 ประการ ได้แก่ ความปลอดภัยของสิ่งของที่ฝากส่งและความถูกต้องแม่นยำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือในตัวบริการและเครือข่ายการให้บริการ นอกเหนือจาก “มูลค่าพื้นฐาน” ทั้งสองแล้วความสำเร็จของกิจการไปรษณีย์ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักบางประการที่เป็นตัว “กระตุ้น” ให้มีความต้องการในการใช้บริการไปรษณีย์เพิ่มมากขึ้น

สภาวะการณ์ของโลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว เรียกว่ายุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ หรือโลกยุคไร้พรมแดน มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก และมีการแข่งขันในระดับนานาชาติมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ การค้า การอุตสาหกรรมและการบริหารจัดการ ทั้งนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การขนส่ง ทำให้การติดต่อระหว่างกันในพื้นที่ต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งองค์กรต่างๆ ต้องสามารถแข่งขันกันเพื่อสร้างกำไร และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด การบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพนี้ ผู้บริหารต้องรักษาสมดุลระหว่างระบบปฏิบัติการกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เกิดความเหมาะสม (นภวรรณ คณานุกรม 2554 : 123)

จากนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบัน (2558) โดยมีแนวความคิดที่สำคัญที่สนับสนุนให้รัฐวิสาหกิจในกิจการการสื่อสารของไทยอยู่ภายใต้กำกับดูแลการแข่งขันเป็นแนวความคิดเดียวกันกับที่ต้องการให้มีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ กล่าวคือ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์หลักเพื่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (ปิยนุตร บุญอร่ามเรือง 2553 : 176) การสื่อสารแห่งประเทศไทย

ไทย (กสท.) เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจดังกล่าว ดังนั้น กสท.ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรสภาพ กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคม และพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการของ กสท. ออกเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 นั้น ส่งผลกระทบและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานหลายประการต่อองค์กรแห่งนี้ ซึ่งในธุรกิจบริการด้านไปรษณีย์ (การส่งจดหมาย เอกสารต่างๆ) ถือว่ายังไม่มีคู่แข่ง เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านกฎหมายในการดำเนินกิจการของเอกชน แต่ในส่วนของบริษัทด้านอื่น อาทิเช่น การส่งพัสดุ บริการทางการเงิน และบริการอื่นๆ ล้วนมีการแข่งขันที่สูงโดยมีทั้งบริษัทเอกชนที่ดำเนินงานโดยคนไทย และบริษัทต่างชาติที่หันเข้ามาทำธุรกิจขนส่งนี้ ตัวอย่างเช่น บริษัท นัมซีเส็งขนส่ง 1988 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนของไทยดำเนินงานขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ข้ามภูมิภาคมาอย่างยาวนาน บริษัทอีเอชแอล เอ็กซ์เพรส จำกัด บริษัท เฟ็ดเอ็กซ์ จำกัด บริษัท ยูพีเอส จำกัด และบริษัท ทีเอ็นที จำกัด ที่เป็นบริษัทข้ามชาติดำเนินงานขนส่งสิ่งของไปรษณีย์ภัณฑ์ ซึ่งเป็นที่คุ้นเคยของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี เพื่อรองรับการแข่งขันอย่างเสรีทางการค้า (AEC) ในอนาคตบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูปสร้างภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กร ทำการปรับปรุงระบบการดำเนินงาน พัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจแก่ประชาชนทั่วไปเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ใช้บริการและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพราะหัวใจสำคัญของการดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด คือ “การให้บริการ” นั่นเอง

ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าร่วมตอบรับการเป็นสมาชิกการเปิดเสรีทางการในระดับภูมิภาคอาเซียนหรือ AEC ส่งผลให้มีการทำธุรกรรมทางการค้าเพิ่มขึ้นภายในภูมิภาคและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นต่อไปอีกในอนาคต บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำในด้านการให้บริการขนส่งสิ่งของและสินค้าของประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเติบโตของการทำธุรกรรมรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ “อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)” ของบรรดาผู้ประกอบการค้าขายสินค้าที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นตลอดจนถึงการหลั่งไหลเข้ามาของระบบขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติซึ่งเป็นคู่แข่งในการดำเนินกิจการขนส่งสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าไว้ในโกดังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันอย่างสูงของการขนส่งไปรษณีย์ดังเช่นปัจจุบัน (ชวัช เกิดแสง ,2558)

และเมื่อพิจารณาจากตัวเลขข้อมูลพบว่า ธุรกิจ SMEs เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของกิจการไปรษณีย์โดยคิดเป็นมูลค่ากว่า 3.7 ล้านบาท หรือเป็นร้อยละ 38 ของ GDP จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความต้องการในการเข้าถึงตลาดและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีจากการขนส่งไปรษณีย์มากกว่าความต้องการด้านอื่นๆ เพื่อให้ “อีคอม



เมิร์ซ” ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะมาถึง (สำนักงานส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ,2557)

ความเจริญของเทคโนโลยีด้านการส่งข่าวสารส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ใช้เอกสารเป็นหลักมีความจำเป็นลดน้อยลงแทนที่ด้วยการส่งข่าวสาร โดยใช้เครื่องมือสื่อสารอย่างอื่น เช่น โทรศัพท์ โทรสารและอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ประกอบกับธนาคารโลกมีนโยบายให้ประเทศถูกนี้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบเน้นทุนนิยมเอกชนส่งผลให้รัฐบาลต้องปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการสื่อสารเพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเปิดเสรีในด้านการลงทุนและการแข่งขันของภาคเอกชนในธุรกิจระบบสื่อสารโดยการแปรรูปหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยแบ่งแยกหน่วยงานและกำหนดภารกิจให้รัฐวิสาหกิจด้านสื่อสารมีหน้าที่ที่ชัดเจน ระหว่างระบบการสื่อสารแบบทางสายและไร้สาย กับระบบการสื่อสารแบบเอกสาร ส่งผลให้มีการจัดตั้งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีหน้าที่และภาระกิจหลักในการประกอบธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ จัดส่งข่าวสารและสิ่งของรวมทั้งธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อมุ่งหวังในการหารายได้เลี้ยงตัวเองให้ได้ ไม่เป็นภาระในการพึ่งพางบประมาณของรัฐบาลนั่นเอง

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ให้บริการกิจการไปรษณีย์ ภายในและระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่เปรียบเสมือนเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ถือว่าค่อนข้างจำเป็นและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นช่องทางที่ประชาชนเข้าถึงง่าย และค่าใช้จ่ายในการให้บริการไม่สูงมาก มีการแบ่งกระบวนการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การรับฝาก การส่งต่อ และการนำจ่าย และการแบ่งประเภทของบริการเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. บริการไปรษณีย์ ซึ่งเป็นบริการหลัก บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ และบริการพิเศษ 2.บริการการเงินเพื่อให้สิ่งของส่งถึงลูกค้าตามระยะเวลาที่กำหนด การเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด นั้น จะต้องทำให้ต้นทุนลดลง คุณภาพของการให้บริการดีขึ้น อัตราการสูญเสียของสิ่งของที่ส่งในระบบลดลง มีการขนส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและเพิ่มระดับความสามารถของพนักงานในองค์กร

จากการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต้องทำธุรกิจแข่งขันกับภาคเอกชน ซึ่งในการดำเนินธุรกิจนั้นจำเป็นต้องดำเนินการขยายจุดให้บริการให้ครอบคลุมและเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ พัฒนาระบบการให้บริการด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐานในระดับสากล จากกิจกรรมทางธุรกิจดังกล่าวส่งผลให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ประสบปัญหาขาดแคลนทั้งทรัพยากรบุคคล ,อาคารสถานที่ในการให้บริการ ,ระบบเครือข่ายความเร็วสูง ,เครื่องมือและเทคโนโลยีสำหรับการปฏิบัติงานสมัยใหม่ ตลอดจนวิทยาการความรู้ด้านการให้บริการใหม่ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลกระทบต่อปัจจัยทางการตลาดบริการรูปแบบใหม่ๆ

รูปแบบของการให้บริการที่ส่งผลทำให้แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจค้นคว้าเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการและนำไปสู่การปรับกลยุทธ์ต่างๆในการให้บริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ และการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้มีประสิทธิภาพและมาตรฐานการให้บริการเทียบเท่ากับบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติที่ประสบความสำเร็จในด้านความเชื่อมั่นจากผู้บริการในระดับสากลและเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการสร้างความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำอีก และให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการงานไปรษณีย์ ตลอดจนทั้งนำเงินรายได้จากการให้บริการส่งกลับเข้ารัฐบาล เพื่อที่รัฐจะนำไปพัฒนาเพื่อสร้างความเจริญรุ่งเรืองแก่ประเทศชาติต่อไป

### ข้อมูลทั่วไปและลักษณะธุรกิจของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

เจ้าหมื่นเสมอใจราชนำเรื่องการจัดตั้งการไปรษณีย์ขึ้นกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ.2423 และทรงโปรดฯแต่งตั้งให้สมเด็จพระเจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์เป็นผู้นำในการจัดตั้งร่วมกับเจ้าหมื่นเสมอใจราช ต่อมาเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2424 ได้มีประกาศจัดตั้งการไปรษณีย์โดยขอความร่วมมือจากประชาชนในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านและที่ตั้งเพื่อทำบัญชีหมายเลขบ้านสำหรับการจัดส่งต่อไปและเปิดการไปรษณีย์เป็นทางการเมื่อวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2426 โดยมีชื่อเรียกว่า “ไปรษณียาคาร” และเริ่มต้นขยายบริการสู่จังหวัดต่างๆ ตั้งแต่วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ.2428 หลังจากนั้นตามประกาศพระราชบัญญัติกรมไปรษณีย์สยามจุลศักราช 1247 การไปรษณีย์ไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหภาพไปรษณีย์สากลเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2428 ซึ่งทำให้การไปรษณีย์ของไทยเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ นอกจากนี้ยังทำการเปิดการไปรษณีย์ตามสถานีรถไฟต่างๆ เรียกว่า “ที่ทำการไปรษณีย์สถานีรถไฟ” เพิ่มเติมขึ้นจากที่ทำการไปรษณีย์ทั่วไปและทำการเปิดให้บริการติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น เช่น ติดต่อกับการไปรษณีย์ไชนง่อนภายหลังได้ประกาศใช้พระราชกำหนดไปรษณีย์สยามจุลศักราช 116 แทนพระราชบัญญัติไปรษณีย์สยามจุลศักราช 1247 ก่อนที่จะมีการประกาศรวมกรมไปรษณีย์และกรมโทรเลขเข้าด้วยกันโดยจัดตั้งเป็นกรมไปรษณีย์โทรเลข

ในปี พ.ศ. 2516 กรมไปรษณีย์โทรเลขได้สังเกตเห็นว่าการจะบรรลุเป้าหมายในการสร้างบริการและสื่อโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและสนองความต้องการประชาชนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วให้ได้นั้นต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก ต้องจัดหารายได้ให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน ตลอดจนควรมีการดำเนินงานที่เป็นอิสระเพื่อให้เกิดความคล่องตัว กรมไปรษณีย์โทรเลขจึงพยายามที่จะเสนอขอเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารของกรมไปรษณีย์อีกหลายครั้ง จนกระทั่งวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ได้มีการแยกกิจการไปรษณีย์และโทรคมนาคมด้านปฏิบัติการออกจากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาจัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคมตามพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 ซึ่งมีชื่อว่า “การสื่อสารแห่งประเทศไทย” หรือ “กสท.” ได้ปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เจริญก้าวหน้ามาโดยตลอดจนเป็นรัฐวิสาหกิจชั้นนำที่ยิ่งใหญ่ มีศักยภาพและเครือข่ายที่ระบบบริการและคุณภาพบริการระดับมาตรฐานสากล จากนโยบายรัฐบาลที่ต้องการแปรสภาพรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าว เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรสภาพ กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคมและพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการออกเป็น 2 บริษัท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยปฏิรูปภาพลักษณ์ใหม่ ปรับปรุงกิจการไปรษณีย์แก่ประชาชนทั่วไปและพัฒนาการให้บริการในเชิงธุรกิจเพื่อให้ “ปณท ก้าวไกลทันสมัย” ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป

### วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐานสากลและเป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นผู้ให้บริการรับ - ส่งข่าวสาร สิ่งของบริการการเงินและบริการตัวแทนที่มีเครือข่ายกว้างขวางและเชื่อถือได้มากที่สุด

### ภารกิจ

1. ให้บริการไปรษณีย์และบริการการเงินที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ
2. ขยายขอบเขตของการบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางขึ้น
3. ขยายขอบเขตการให้บริการสู่บริการในลักษณะหรือรูปแบบใหม่ๆ
4. พัฒนาการบริการและการบริหารงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลและแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในองค์กรทุกระดับมีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้
3. เพื่อวางรากฐานการพัฒนาองค์กรในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้าให้สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะการแข่งขันได้อย่างมั่นคง โดยพัฒนาบุคลากรให้สามารถเรียนรู้แบบทำงานในรูปแบบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### นโยบาย

ด้านการให้บริการ ให้บริการไปรษณีย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องที่มีคุณภาพดี รวดเร็วตรงเวลาในอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

ด้านการตลาด มุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในทุกระดับ

ด้านการเงินและการลงทุนดำเนินการ ให้พึ่งพาตนเองได้ในด้านการเงินและสามารถลงทุนขยายงานต่อไปได้ในอนาคต

ด้านบุคลากร บริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้มีสวัสดิการด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม

ด้านการบริหารและการจัดการพัฒนาการบริหารจัดการให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ

### ประเภทของสิ่งของที่ฝากส่งทางไปรษณีย์

1. ไปรษณีย์ภัณฑ์ หมายถึง ข่าวดสารหรือสิ่งของซึ่งฝากส่งเข้าสู่ทางไปรษณีย์ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของไปรษณีย์ภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 5 ชนิด ดังนี้

- จดหมาย
- ไปรษณียบัตร
- ของตีพิมพ์
- พัสดุย่อย (เฉพาะระหว่างประเทศ)
- เครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ

2. พัสดุไปรษณีย์ หมายถึง หีบห่อบรรจุสิ่งของ ตัวอย่างสินค้าหรือสินค้าฝากส่งตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของพัสดุไปรษณีย์

3. ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ หมายถึง สิ่งของต่างๆ เช่น ข่าวดสาร เอกสารทางธุรกิจการค้า สิ่งพิมพ์ ตัวอย่างสินค้า เป็นต้น ซึ่งฝากส่งโดยใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ

4. Logispost

### ขั้นตอนการเดินทางของสิ่งของส่งทางไปรษณีย์

แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับฝาก หมายถึง การรับฝากสิ่งของทางไปรษณีย์ที่ผู้ให้บริการนำมาฝากส่ง ณ ที่ทำการไปรษณีย์
2. การส่งต่อ หมายถึง การนำสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้รับไว้ไปคัดแยกออกเป็นแต่ละปลายทาง แล้วบรรจุในภาชนะที่ ปณท จัดทำขึ้นตามความเหมาะสมในการส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เหล่านั้น ไปปลายทางแต่ละแห่งโดยวิธีการขนส่งตามที่กำหนด
3. การนำจ่าย หมายถึง การที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางส่งมอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้รับไว้ให้แก่ผู้รับ โดยวิธีการต่างๆ ตามที่ ปณท กำหนด

## 1.2 คำถามของการศึกษา

ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในด้านชื่อเสียง รายได้ และความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ ได้แก่ เฟ็ดเอ็กซ์ (FedEx) ดีเอชแอล (DHL) และ ยูพีเอส (UPS) กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในช่วงอายุงานที่แตกต่างกัน ที่มีทัศนคติต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ระหว่างบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในแต่ละปัจจัยความสำเร็จแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.3.1. เพื่อค้นหาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ
- 1.3.2. เพื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ ด้าน รายได้ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และคุณภาพของการให้บริการในระดับสากล

1.4.2. เพื่อให้ทราบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในช่วง อายุงานที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.4.3. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในการเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและ สามารถแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งรายอื่นๆได้ต่อไปในอนาคต

1.4.4. เพื่อให้ทราบข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้สามารถสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่องและเติบโตในธุรกิจการขนส่งไปรษณีย์ ได้อย่างยั่งยืน

## 1.5 ขอบเขตการศึกษา

### 1.5.1 ประเด็นที่ศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่ง ไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

### 1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยการใช้แบบ สอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 50 คน ที่มีช่วงอายุการทำงานที่แตกต่างกันในเขตกรุงเทพมหานคร

### 1.5.3 พื้นที่

งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษากับผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ปฏิบัติงาน อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 1.5.4 ระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยรวม 6 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม -

18 กุมภาพันธ์ 2558

## 1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**“ธุรกิจไปรษณีย์ (Postal)”** หมายถึง การตั้งที่ทำการไปรษณีย์และการดำเนินกิจการต่างๆ เกี่ยวกับการรับ รวบรวม ส่ง จ่าย และส่งมอบไปรษณีย์ภัณฑ์ ตามพระราชบัญญัติไปรษณีย์ พ.ศ. 2477

**“ขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ (Courier)”** คือ กิจการซึ่งดำเนินงานโดยบุคคลหรือบริษัท ซึ่งจะจัดส่งเอกสารพัสดุต่างๆ บริการรับส่งประเภทนี้จะแตกต่างจากบริการโดยไปรษณีย์โดยทั่วไป เนื่องจากลักษณะเด่นต่างๆ เช่น ความรวดเร็ว ความปลอดภัย การตรวจสอบติดตาม การลงลายมือชื่อเมื่อได้รับสิ่งของ บริการดังกล่าวนี้เป็นบริการที่มีความชำนาญและกำหนดเวลาในการส่งมอบสิ่งของได้อย่างแน่นอน และด้วยบริการระดับพิเศษเหล่านี้จึงทำให้ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการสูงกว่าบริการจัดส่งธรรมดา สิ่งของที่จัดส่งผ่านบริการนี้จึงเป็นของสำคัญ การจัดส่งประเภทนี้มีตั้งแต่ระดับเมือง ภูมิภาค ภายในประเทศและระหว่างประเทศ บริษัทคูเรียร์ชั้นนำของโลก ได้แก่ บริษัทยูพีเอส (UPS), เฟ็ดเอ็กซ์ (FedEx) และดีเอชแอล (DHL) โดยสองบริษัทแรกเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกัน และบริษัทสุดท้ายเป็นบริษัทสัญชาติเยอรมัน โดยทั้งหมดจะให้บริการครอบคลุมทั่วโลกผ่านศูนย์ปฏิบัติการกลางและศูนย์ปฏิบัติการย่อยประจำแต่ละภูมิภาค

**“ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors)”** หมายถึง ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือเกิดขึ้นเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งหมายหลักดังกล่าวเป็นรูปธรรมสำหรับการทำงานในทุกระดับ ให้มุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน หากขาดปัจจัยความสำเร็จก็จะไม่สามารถดำเนินการตามวิสัยทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะบรรลุวิสัยทัศน์

**“ไปรษณีย์ไทย (Thailand Post)”** คือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการรับฝาก ขนส่ง ตลอดจนนำจ่ายจดหมาย สิ่งของประเภทไปรษณีย์ภัณฑ์ต่างๆ และเงินตรา ซึ่งมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ และเป็นกาให้บริการพื้นฐานแก่ประชาชน มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ และมีให้บริการรับฝาก ส่งต่อ นำจ่ายยังต่างประเทศด้วยเช่นเดียวกัน

ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือ ปณท มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ จากการที่ทิศทางของตลาดไปรษณีย์โลกมีแนวโน้มที่จะลดลง เนื่องจากการเติบโตของการทดแทนทางอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ตลาดพัสดุไปรษณีย์และบริการนำจ่ายด่วนของโลกจะมีแนวโน้มของการเติบโตที่ดีขึ้น ทิศทางการเติบโตทางธุรกิจของ ปณท ในอนาคตคือการรักษาฐานลูกค้าไปรษณีย์ที่มีอยู่เดิม และเพิ่มสัดส่วนรายได้ในธุรกิจอื่นๆ ที่มีสัดส่วนรองลงมา อีกทั้งใช้เครือข่ายไปรษณีย์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด และในปี พ.ศ. 2554 ได้มีการอนุมัติในหลักการให้จัดตั้งบริษัทลูกเพื่อดำเนินการให้บริการโลจิสติกส์เต็มรูปแบบ และ ปณท ได้ดำเนินการศึกษารายละเอียดข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดตั้ง / รวมทุนและกำกับดูแลบริษัทในเครือของรัฐวิสาหกิจ รวมถึงจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อร่วมดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้ ปณท ได้เริ่มทดลองให้บริการโลจิสติกส์ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2554 เพื่อประเมินศักยภาพในการดำเนินงาน และการศึกษาตลาดในเบื้องต้น โดยมุ่งเน้นให้บริการกลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจ หรือลูกค้ารายใหญ่ ก่อนที่จะพิจารณาจัดตั้งบริษัทลูกต่อไป





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอเสนอ เนื้อหาสาระในการศึกษาสาระในการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย แบ่งได้ดังนี้

##### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

##### 2.1.2 แนวคิดเรื่องการแข่งขันด้านเวลา (Time – Based Competition)

##### 2.1.3 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมของความเร็ว (Culture of Speed)

##### 2.1.4 แนวคิดเรื่องการวัดคุณภาพการให้บริการ (Quality Measure)

##### 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

#### 2.2 งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การศึกษาและวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ได้ดังนี้

#### 2.1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (1994 อ้างถึงในศิริวรรณ สิริรัตน์และคณะ, 2541) ได้กล่าวถึงความพอใจว่าเป็นความรู้สึกภายหลังการซื้อสินค้าหรือรับบริการของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้ากับการให้บริการที่เขาได้คาด

หวังไว้ โดยผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าการคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งใจไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ผู้ให้บริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแตกต่างจากคู่แข่งโดยการรักษาระดับคุณภาพการให้บริการ การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติต่างๆ เหล่านี้ได้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบไปด้วย
  - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
  - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบไปด้วย
  - 2.1 ความเต็มใจที่จะบริการ
  - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
  - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
  - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบไปด้วย
  - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
  - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
  - 3.3 ความสามารถในความรู้ทางวิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบไปด้วย
  - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าถึงหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายหรือซับซ้อนเกินไป
  - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลาในการรอกายน้อย
  - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ
  - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบไปด้วย
  - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
  - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
  - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบไปด้วย
  - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
  - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (Creditability) คุณภาพของงานบริการ ความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง (Security) ประกอบไปด้วย

8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ เป็นต้น

9. ความเข้าใจ (Understanding)

9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)

10.1 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมต่อการให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงามและสะอาด

### 2.1.2 แนวคิดเรื่องการแข่งขันทางด้านเวลา (Time – Based Competition)

ธนัญญา วสุศรี ได้เขียนบทความกับสถาบันสิ่งทอไทย (Supply Chain for Textile Industry) อ้างอิงจาก Harrison, A. And Van Hoek,R. (2001) Logistics Management and Strategy. Prentice Hall. จากการแข่งขันทางธุรกิจที่เวลาเป็นข้อได้เปรียบทางการค้าที่สำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถเปลี่ยนสถานะจากการเป็นผู้มีความสามารถในการแข่งขันในการได้รับคำสั่งซื้อ (Order Qualifiers) กลายเป็นผู้ชนะจากการได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Order Winners) ดังนั้น การแข่งขันทางด้านเวลาหรือการบริหารงานที่มีเวลาเป็นตัววัดประสิทธิภาพ (Time – Based Management) หมายถึง การบริหารงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วภายใต้คุณภาพและต้นทุนที่ลูกค้ายอมรับได้

### 2.1.3 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมของความเร็ว (Culture of Speed)

John Tomlinson (2007) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความเร็วไว้ว่า ความเร็วจะมีการเพิ่มขึ้นโดยปราศจากข้อสงสัยว่าความเร็วเพิ่มขึ้นนั้นจะมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ระหว่างความเร็วของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับความเร็วของเวลา ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบตลอดเวลา

คำจำกัดความง่ายๆ ของความเร็ว คือ ค่วน รวดเร็ว และทันใจ ประสบการณ์ความเร็วจีวิตขึ้นอยู่กับการจัดระดับความเร็วของแต่ละสิ่งที่เกิดขึ้น ประกอบไปด้วย 3 ประการ ได้แก่

1. ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ (Relative) เป็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะความเร็วที่สูงมาก

2. กระทันหันทันที (Rapid) ลักษณะของความเร็วที่เพิ่มขึ้นจนสังเกตได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม สังคมรอบๆด้าน

3. ความเอาใจใส่ (Regard) การเพิ่มขึ้นของจังหวะชีวิตได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความเอาใจใส่ต่อสิ่งต่างๆ รอบด้าน

จากแนวความคิดข้างต้น เมื่อพิจารณาถึงสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น แต่ละองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ หากจุดเด่น จุดจุดด้อยของตน เพื่อให้ลูกค้าหันมาใช้สินค้าหรือบริการของตนและตอบสนองความต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างสูงสุด สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจขนส่งไปรษณีย์สามารถเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจและสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงแก่องค์กรของตน ปัจจัยด้านความเร็ว (Speed) เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างมากในธุรกิจขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการในการสื่อสารจากผู้ฝากส่งไปยังผู้รับที่อยู่ปลายทาง ทั้งนี้ เมื่อนำมาใช้กับช่องทางของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สิ่งที่ใช้บริการคาดหวังคือ ความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วทันใจ มีการรับรองคุณภาพ และไปถึงมือผู้รับได้ทันเวลา สิ่งสำคัญ คือ ช่วงเวลาที่พอเหมาะพอดีของจดหมาย เอกสารต่างๆ และไปรษณีย์ภัณฑ์แต่ละประเภทที่ไปถึงมือผู้รับไม่ช้าจนเกินไป มีการดำเนินงานตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ไม่มีอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้เกิดการขนส่งไปรษณีย์ที่มีประสิทธิภาพ

#### 2.1.4 แนวคิดเรื่องการวัดคุณภาพการให้บริการ

การวัดคุณภาพการให้บริการ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985, pp 41-50) ศึกษาถึงการประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค พยายามนิยามคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการ โดยการสำรวจกลุ่มผู้บริหารจากองค์กรที่ให้บริการและกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการจากองค์กรเหล่านั้น ผลการศึกษาบ่งชี้ได้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือการให้บริการที่เป็นไปตามหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจคาดหวังบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล

2. การบอกเล่าแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word – Of – Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคคนอื่นๆที่เคยได้รับจากองค์กรผู้ให้บริการมาแล้ว อาจเป็นคำแนะนำให้มาใช้บริการ หรือคำตำหนิ หรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับบริการนั้นๆ

3. ประสบการณ์เดิมของผู้บริโภค (Past Experience) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆ ที่เกี่ยวกับการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์เดิมทำให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำประสบการณ์เหล่านั้นไว้

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External Communication to Customer) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์กรผู้ให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การประกาศการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี หรือเพื่อ ส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ที่ได้รับ การให้บริการของผู้ใช้บริการพบว่า ในการใช้บริการนั้น ผู้ใช้จะใช้เกณฑ์ 5 ประการ ในการ กำหนดคุณภาพการให้บริการ (Parasurama et al., 1985) ได้แก่

4.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) บริการที่ให้กับผู้รับบริการ ต้องแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการสามารถคาดคะเนคุณภาพการให้บริการได้ชัดเจน เช่น สถานที่ให้บริการ สถานที่ที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ลักษณะบุคลิก ของผู้ให้บริการตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

4.2 ความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจได้ (Reliability) บุคลากรผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงานทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกว่าเป็นที่พึ่งได้ การให้บริการที่มีความ ถูกต้องเที่ยงตรง

4.3 การตอบสนองความต้องการผู้รับบริการทันที (Responsiveness) บุคลากรผู้ให้บริการมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.4 ความน่าเชื่อถือ (Assurance) บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ และมี ทัศนคติที่ดีในการให้บริการและความสามารถของผู้ให้บริการส่งผลต่อผู้ให้บริการเกิดความเชื่อถือน และความไว้วางใจ

4.5 การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Empathy) ผู้ให้บริการให้บริการโดยคำนึงถึงความแตกต่างทางจิตใจของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

### 2.1.5 แนวคิดในเชิงการจัดการ

แนวความคิดในเชิงการจัดการจะเน้นการหาวิธีการกำหนดหรือการพัฒนากลยุทธ์ที่จะ นำเสนอคุณค่าซึ่งเหนือกว่าในสายตาลูกค้า โดยเน้นศูนย์กลางอยู่ที่ความสำคัญของการแข่งขันในการสร้างความสำเร็จในตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันจะได้อาจมาจากวิธีที่ธุรกิจจัดการและปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพให้มากกว่าคู่แข่งหรือการสร้างความแตกต่างจาก

คู่แข่ง ซึ่ง คู่แข่งขององค์กรมีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ด้านนโยบายการบริการลูกค้าของคู่แข่งอยู่ในระดับสูง ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ บริษัทคู่แข่งก็อาจแย่งลูกค้าของบริษัท หากจะแข่งขันได้ก็ต้องเพิ่มการ บริการให้อยู่ในระดับเดียวกันหรือสูงกว่าคู่แข่ง วิธีที่จะยกระดับความสามารถในการให้บริการธุรกิจ ขนส่งไปรษณีย์โดยการนำระบบโลจิสติกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบไปด้วย การดำเนินงานที่มีต้นทุนที่ต่ำ การให้บริการที่มีคุณภาพ มีความรวดเร็วตรงต่อเวลาและมี การให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ การที่จะประสบความสำเร็จได้ในตลาดต้องก่อให้เกิดความยืดหยุ่นและ สามารถตอบสนองตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยจะมีประเด็นหลักๆ ดังนี้ (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2550)

1. การตอบสนอง โดยมีช่วงเวลารอคอยการดำเนินการจัดส่งสิ่งของที่สั้นมากกว่าเดิม รวดเร็วขึ้นมากกว่าเดิม มีความยืดหยุ่นและมีวิธีการแก้ปัญหาเพิ่มขึ้น เพราะรูปแบบความต้องการในอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน
2. ความน่าเชื่อถือ โดยความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน ความสามารถของผู้ให้บริการขนส่งไปรษณีย์ในการขนส่งสิ่งของที่ตรงต่อเวลาหรือคุณภาพในการขนส่งได้อย่างถูกต้องแม่นยำและมีความน่าเชื่อถือ

## 2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรัช หาดุกำภา (2539) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของรัฐวิสาหกิจ ประเภทสื่อสาร : ศึกษาบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท) เปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่งธุรกิจเอกชนประเภทเดียวกัน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการรับ - ส่งเอกสาร สิ่งของด่วนระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทยและของบริษัทเอกชนในด้านคุณภาพบริการและด้านราคาของบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งวิธีการศึกษาวิจัยคือ การใช้แบบสอบถามจากผู้ให้บริการไปรษณีย์ด่วนระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทยและบริษัทเอกชน ที่เป็นหน่วยงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และในการศึกษาได้กำหนดสมมติ

ฐานไว้ว่า “ในการพิจารณาเลือกใช้บริการรับ - ส่งเอกสารสิ่งของด่วนระหว่างประเทศของผู้รับบริการ ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญมากกว่าคุณภาพ” โดยการประมวลข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และมาตรวัดประเมินค่า Rating Scale ตามแนวคิดของลิเคิร์ต ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ปรากฏว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพของบริการด้านรับฝาก การจัดส่ง การนำจ่ายไปยังต่างประเทศปลายทาง และการได้รับของจากต่างประเทศ ตลอดจนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และความสะดวกของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ และบริษัทผู้เรียรอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกันสำหรับความพึงพอใจในความเหมาะสมของอัตราค่าบริการอยู่ในระดับปานกลางใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ด้านคุณภาพบริการ ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการของบริษัทผู้เรียรที่มีคุณภาพและมาตรฐานที่มีราคาสูงกว่า ด้านนโยบายของผู้ใช้บริการทุกรูปแบบของการให้บริการพิเศษและส่วนลดพิเศษก็นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นอกจากราคาจะเป็นเรื่อง que ผู้ใช้บริการจะต้องพิจารณาแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกพิจารณาเลือกใช้บริการซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานหลัก

วิลาสินี รัตนะรัต (2549) ได้มีการศึกษากลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร การขนส่งสินค้า กรณีศึกษา บริษัท เค เอเจนซี เวิลด์ เอกเพรส (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์พนักงานในองค์กรที่เกี่ยวข้องและ ประสบปัญหาที่ทำให้การขนส่งขาดประสิทธิภาพโดยตรง จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การเพิ่ม ประสิทธิภาพในการบริหารการขนส่งองค์กรควรใช้กลยุทธ์การจัดจ้างบริษัทภายนอก (Outsource Strategy) เพื่อแก้ไขปัญหาพาทะหนะในการขนส่งไม่เพียงพอทำให้การขนส่งมีความล่าช้า ส่งผลกระท ถึงการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กร รวมถึงความไว้วางใจของลูกค้าและพันธมิตรทาง การค้าลดลง นอกจากนี้ผู้ศึกษาพบว่าควรนำกลยุทธ์การติดตั้งระบบ Internet ในองค์กรมาใช้ ควบคู่กันด้วย เพื่อเพิ่มศักยภาพและสนับสนุนการจัดการขนส่งให้สามารถทำงานได้รวดเร็ว สร้าง ความประทับใจให้แก่ลูกค้า และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าให้มากที่สุด

พงศ์เทพ วิภาตะพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาและจัดการระบบ โลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยพิจารณากำหนดเป้าหมายการดำเนินการเพื่อลดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า เช่น การลดต้นทุนการใช้อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น หรือลดต้นทุนจากการผิดพลาดอันเกิดจากการ ทำงานที่ซับซ้อน
2. เพื่อความปลอดภัยของสินค้าและสิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ที่มีการเคลื่อนย้ายโดย ระบบโลจิสติกส์ที่น่าเชื่อถือ การรับรองเวลาที่จัดส่ง และการตรวจสอบ ทั้งนี้เน้นที่ความเร็ว ตรง ต่อเวลา และการลดความเสียหายที่เกิดขึ้น
3. เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

4. กำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาระบบขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรที่จะมุ่งพัฒนาไปในด้านปรับปรุงระบบงานการจัดการระบบโลจิสติกส์ โดยคำนึงถึงการจัดตั้งหน่วยบริการลูกค้า เพื่อทำหน้าที่ประสานงานการให้บริการแก่ลูกค้าและควบคุมการใช้จ่ายยานพาหนะในการขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์ให้มากที่สุด พร้อมทั้งยังช่วยลดภาระความเสี่ยงเปลี่ยนแปลงและค่าใช้จ่ายสำหรับการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อนลง โดยใช้ระบบปฏิบัติการด้านโลจิสติกส์ที่มีการจัดหามาใช้งานให้มากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาระบบงานยังสามารถที่จะขยายขอบเขตการให้บริการแก่ลูกค้าจากผู้จัดส่งสินค้ามาทำหน้าที่เป็น Outsource เพื่อให้บริการด้านไปรษณีย์ครบวงจรแก่ลูกค้า ทั้งนี้ เมื่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเป็น Outsource ที่เต็มรูปแบบที่สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานทั้งระบบ โดยลดกระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อนลง ซึ่งจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายที่ลดลง อีกทั้งการลดค่าใช้จ่ายดังกล่าวยังสามารถที่จะย้อนกลับคืนให้แก่ลูกค้าในรูปแบบของการลดราคาการดำเนินงานในคราวเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าและสร้างความจงรักภักดีและตอบสนองตรงความต้องการในลักษณะที่ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

สุชญญา เจริญสุข (2552) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 – 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพ สมรส อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในแต่ละด้าน คือ ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ประสิทธิภาพ คุณภาพของการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

สิทธิพร ฉันท์เฉลิมพร, เตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์ และสุจินต์ ธงถาวรสุวรรณ (2547) ได้ทำการศึกษาการปรับปรุงสมรรถภาพการส่งมอบงานในโซ่อุปทานภายในอุตสาหกรรมการผลิตปัญหาการส่งมอบสินค้าล่าช้าของอุตสาหกรรมเป็นปัญหาที่มักเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธุรกิจโซ่อุปทาน ดังนั้นการเพิ่มสมรรถภาพการส่งมอบงาน จึงเป็นดัชนีชี้วัดที่มีความสำคัญต่อทุกองค์กรที่อยู่ในโซ่อุปทานเดียวกัน บทความนี้ได้แสดงถึงวิธีการศึกษาโซ่อุปทานภายในของอุตสาหกรรมการผลิตรวมถึงโครงสร้างของเวลานำ ตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจนถึงการส่งมอบให้ลูกค้า และทำการวิเคราะห์สาเหตุการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าล่าช้า เพื่อการปรับปรุง การศึกษาได้ประยุกต์ใช้หลักการของแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน การวิเคราะห์ปัญหาทำโดยการ



วิเคราะห์เวลาของกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน และนำผลที่ได้มากำหนดการปรับปรุงส่วนของกระบวนการที่ทำให้เกิดความล่าช้า บทความนี้ได้แสดงถึงการแสดงการประยุกต์ใช้วิธีการกับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตไก่สุกแช่แข็งส่งออก

วาทีณี กระจีทอง (2549) ได้มีการศึกษาลักษณะและผลกระทบของปัญหาด้านทุนค่าขนส่งสินค้าที่สูงขึ้น เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้มีต้นทุนค่าขนส่งสินค้าที่สูงขึ้น เพื่อกำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหาลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้า และเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาพบว่าปัญหาด้านการบริการและการใช้รถบรรทุกไม่มีประสิทธิภาพของ Outsource ยังส่งผลให้บริษัทฯ มีค่าขนส่งที่สูงขึ้นอีกด้วย ผลการศึกษาพบว่าการใช้รถบรรทุกโดยการจัดซื้อโดยบริษัท รวมถึงการเช่าใช้คลังสินค้าแห่งใหม่ในการส่งสินค้าทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีผลต่อต้นทุนทางด้านการขนส่งสินค้าเป็นอย่างมาก การศึกษาถึงสาเหตุดังกล่าว จึงมุ่งเพื่อให้เป็นพื้นฐานและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและแนวทางด้านการลดต้นทุนในด้านการขนส่งสินค้า ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรและของประเทศชาติต่อไป

อรวรรณ ศิริรัตนชัยกุล (2548) ศึกษาการพัฒนากระบวนการสนับสนุนการตัดสินใจในการวางแผนสำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในโลกาภิวัตน์ การสื่อสารข้อมูลที่เพียงพอเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ต้องรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากแฟชั่นที่เปลี่ยนไปตามสมัยนิยม จากปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในอุตสาหกรรมนี้ คือ การส่งสินค้าล่าช้าเพราะว่าการวางแผนการผลิตคลาดเคลื่อนกับสภาพความเป็นจริง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการวางแผนการจัดซื้อและการผลิตจริง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้น เพื่อช่วยในการวางแผนการรับงานจากลูกค้า การวางแผนการผลิตและการวางแผนการจัดซื้อ งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการจัดการสารสนเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ช่วยในการจัดเก็บและการนำเสนอข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ การตัดสินใจรับงานจากลูกค้า การวางแผนการผลิตและการตัดสินใจในการสั่งซื้ออย่างเหมาะสม ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นที่มีกระบวนการทำงานคล้ายๆกัน สามารถนำไปปรับใช้ได้

### บทที่ 3

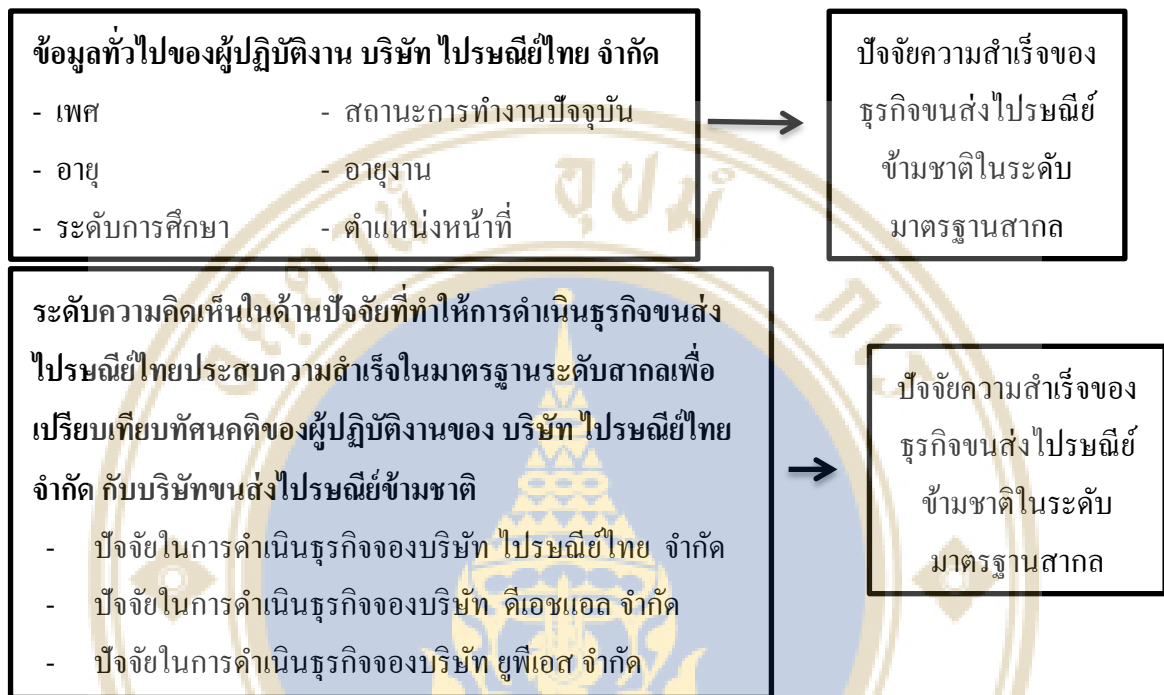
#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” มีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ และการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เข้ามาทำงานกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ที่ปฏิบัติงานภายในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การวิจัยตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย โดยมีขอบเขตและขั้นตอนดังรายละเอียดที่จะเสนอต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา
2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
4. ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีแนวคิดในการศึกษาดังภาพ 3.1



ภาพที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัทไปรษณีย์ไทย กรณีศึกษาผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

### 3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมการเก็บข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ซึ่งได้จากตำรา เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัย วารสารทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการมาอธิบายในสิ่งที่ค้นพบ

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 50 คน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ประชากรในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ปฏิบัติงานภายในพื้นที่เขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง สำหรับกลุ่มตัวอย่งนั้น จะเลือกโดยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นพนักงานตั้งแต่ระดับบริหารจนถึงลูกจ้างประเภทจ้างทำของ(จ้างเหมา) จำนวน 50 ราย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 สายงาน ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานภายในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 50 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้คำนวณจากการใช้สูตรของ ทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ที่สามารถยอมรับได้

### 3.4 ระยะเวลาในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้รวมเป็นเวลา 6 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม - 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

### 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยส่วนที่สำคัญ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะ

ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน สถานภาพการทำงาน ประสบการณ์การทำงาน และสายงานที่สังกัด เป็นแบบสอบถามรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ประกอบไปด้วย ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ทั้ง 7 ปัจจัย และความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมของแต่ละองค์กรธุรกิจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มากำหนดเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

3. การตรวจสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ได้ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเนื้อหา ภาษา ความชัดเจน ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความถูกต้องครบถ้วนตามประเด็นที่ศึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวแทนแล้วนำผลมาปรับปรุงอีกครั้ง ก่อนนำออกมาใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำมาวิเคราะห์และเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมการเก็บข้อมูล โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ซึ่งได้จากตำรา เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัย วรรณสารทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการมาอธิบายในสิ่งที่ค้นพบ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 50 คน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนแรกที่เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการศึกษาคำรา เอกสาร สิ่งตีพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพหรือที่เรียกว่า “Content Analysis” ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. อ่านและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากคำรา เอกสาร สิ่งตีพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่สนใจ
2. ทบทวนวัตถุประสงค์งานวิจัย และคำถามงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบจากข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. จัดประเด็นสำคัญเพื่อสร้างกลุ่มและประเภท (Class and Categories) ของข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องตามประเด็นที่ต้องการศึกษา รวมถึงประเด็นที่พบเพิ่มเติมจากการค้นคว้าอื่นๆ
4. จัดหมวดหมู่รูปแบบ (Pattern) หรือความเชื่อมโยง (Connection) ของข้อมูลในแต่ละกลุ่มหรือระหว่างกลุ่ม พร้อมทั้งสร้างคำอธิบายความหมายของหมวดหมู่นั้นๆ
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาความเชื่อมโยง หรือหาความสัมพันธ์ของแต่ละหมวดหมู่

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เมื่อได้ข้อมูลมาจากแบบสอบถามได้นำมาลงรหัสในส่วนของแบบสอบถามและบันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามลักษณะของตัวแปรต่างๆ และแปลผลวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถาม

### 3.8 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรตัวอย่าง จากนั้นได้กำหนดการแจกแจงความถี่อัตราภาคชั้น (Class Interval) เป็นช่วงคะแนนในแต่ละช่วงที่แบ่งในปัจจุบันความสำเร็จทั้งหมด และนำมาสรุปผลของปัจจัยทั้ง 7 ประการ ในหัวข้อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากนั้น ได้ทำการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างอายุการทำงานที่แตก

ต่างกันของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับปัจจัยความสำเร็จทั้ง 7 ปัจจัย โดยการใช้สถิติการหาค่าความแตกต่างของค่ากลางระหว่างประชากร โดยการวิเคราะห์ผ่านค่าความแปรปรวน (Variance) หรือค่า “Anova” และการใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์หาความแตกต่างของตัวแปรระหว่างคู่ (Scheffe) มาทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุการทำงานกับปัจจัยความสำเร็จ 7 ประการ



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” มีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 50 คน ที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 37 คน และ เพศหญิงจำนวน 13 คน โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งของไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ระหว่างบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับปัจจัยความสำเร็จทั้ง 7 ปัจจัย

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของประชากรแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	37	74
หญิง	13	26
รวม	50	100

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนประชากรเป้าหมายเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีเพศชายคิดเป็นร้อยละ 74 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 26

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของประชากรแยกตามอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 -12 ปี	21	42
13 – 25 ปี	19	38
26 ปีขึ้นไป	10	20
รวม	50	100

จากตารางที่ 2 พบว่าจำนวนประชากรเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่ปฏิบัติงานให้กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ยาวนานที่สุด คือ อายุงาน 26 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20 และผู้ปฏิบัติงานที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มอายุงานช่วง 1 -12 ปี คิดเป็นร้อยละ 42

#### 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทำให้พบว่า การดำเนินงานของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาตินั้น จะทำให้ความสำคัญกับปัจจัยการดำเนินงาน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจขนส่งไปรษณีย์เติบโตได้อย่างยั่งยืน ได้แก่

1. ความปลอดภัยของสิ่งของ
2. ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสิ่งของ

3. ความถูกต้องแม่นยำในการดำเนินงาน
4. มีเครือข่ายที่ครอบคลุม
5. มีเทคโนโลยีที่เหมาะสม
6. มีบริการลูกค้าสัมพันธ์
7. ความเชี่ยวชาญของพนักงาน
8. ความสามารถในภาพรวมในการแข่งขันกับคู่แข่ง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ ระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ

ปัจจัยความสำเร็จ	ปณท	บ.ดีเอสแอล	บ.ยูพีเอส	บ.เฟ็ดเอ็กซ์
ความปลอดภัยของสิ่งของ	8.52	9.34	9.26	9.06
ความตรงต่อเวลาในการส่งสิ่งของ	8.90	9.62	9.52	9.14
ความถูกต้องแม่นยำในการดำเนินงาน	8.46	9.46	9.46	9.16
มีเครือข่ายที่ครอบคลุม	9.26	8.26	8.26	8.04
มีเทคโนโลยีที่เหมาะสม	8.56	9.44	9.62	9.06
มีบริการลูกค้าสัมพันธ์	7.18	9.00	8.94	8.30
ความเชี่ยวชาญของพนักงาน	7.44	8.94	8.86	8.22
การแข่งขันในภาพรวม	8.78	8.96	8.72	8.54

\*ความสามารถในการแข่งขัน น้อยที่สุด      น้อย      ปานกลาง      มาก      มากที่สุด  
 1.00 – 2.80    2.81 – 4.60    4.61 – 6.40    6.41 – 8.20    8.21 – 10.00

จากตารางที่ 3 พบว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้าน “ความปลอดภัยของสิ่งของ” บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.52, บริษัท ดีเอสแอล จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.34, บริษัท ยูพีเอส จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.26 และบริษัท เฟ็ดเอ็กซ์ จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.06 ในปัจจัยด้าน “ความปลอดภัยของสิ่งของ” บริษัท ดีเอสแอล จำกัด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นลำดับสุดท้าย



สามารถสรุปได้ว่า การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ต่อความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ระหว่างบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ กับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกันแทบทุกปัจจัย ยกเว้น ปัจจัยด้าน “มีบริการลูกค้าสัมพันธ์” และ “ความเชี่ยวชาญของพนักงาน” ซึ่งมีความสามารถในการแข่งขันในระดับ “มาก”

ตารางที่ 4 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับปัจจัยความสำเร็จทั้ง 7 ปัจจัย (โดยการใช้ค่าสถิติ ANOVA ในการวิเคราะห์)

ธุรกิจขนส่งไปรษณีย์	ปัจจัยความสำเร็จ	อายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	การแข่งขันในภาพรวม	13 – 25 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป
	ความตรงต่อเวลา	13 – 25 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป
บริษัท ดีเอสแอล จำกัด	ความถูกต้องแม่นยำ	ไม่พบความแตกต่างระหว่างคู่ เมื่อใช้ Scheffe ในการวิเคราะห์
บริษัท ยูทีเอส จำกัด	ความถูกต้องแม่นยำ	1 – 12 ปี กับ 13 – 25 ปี
	เทคโนโลยีที่เหมาะสม	13 – 25 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป
	บริการลูกค้าสัมพันธ์	13 – 25 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป
บริษัท เฟ็ดเอ็กซ์ จำกัด	เครือข่ายที่ครอบคลุม	1 – 12 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป
	บริการลูกค้าสัมพันธ์	1 – 12 ปี กับ 26 ปีขึ้นไป

\*หมายเหตุ ช่วงอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถจำแนก ได้ดังต่อไปนี้

- 1 – 12 ปี ผู้ปฏิบัติงานเข้ามาทำงานในช่วง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- 13 – 25 ปี ผู้ปฏิบัติงานเข้ามาทำงานในช่วง การสื่อสารแห่งประเทศไทย
- 26 ปีขึ้นไป ผู้ปฏิบัติงานเข้ามาทำงานในช่วง กรมไปรษณีย์โทรเลข

จากตารางที่ 4 สมมุติฐานที่ทำการทดสอบสามารถอธิบายได้ ดังนี้

การทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุการทำงานที่แตกต่างกันของผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีทัศนคติความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ในด้าน “การแข่งขันในภาพรวม” ซึ่ง ช่วงอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงานที่มีความ

คิดเห็นต่างกัน คือ ช่วงอายุการทำงาน 13 -25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เข้ามาทำงานในยุคของการสื่อสารแห่งประเทศไทย และช่วงอายุ 26 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เข้าทำงานในยุคกรมไปรษณีย์โทรเลข และปัจจัยความสำเร็จธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ในด้าน “การตรงต่อเวลาในการส่งของ” ซึ่ง ช่วงอายุการทำงานของผู้ปฏิบัติงานที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ ช่วงอายุ 13 – 25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เข้ามาทำงานในยุคของการสื่อสารแห่งประเทศไทย และ ช่วงอายุการทำงาน 26 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เข้ามาทำงานในยุคกรมไปรษณีย์โทรเลข



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์กลุ่มคำ โดยการแบ่งกลุ่มคำสำคัญในการจำแนกเนื้อหาเพื่ออธิบาย และการวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ และการสัมภาษณ์ การศึกษาเปรียบเทียบใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คนที่ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำ ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการวิจัยมาอธิบายสิ่งที่ค้นพบ สามารถนำมาสรุปผล และข้อเสนอแนะ งานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. ข้อเสนอแนะ
3. ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์นั้น ปัจจัยที่เป็นปัจจัยในด้านกายภาพ ทั้ง 7 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นปัจจัยที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรต้องให้ความสำคัญและต้อง คำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ไม่เพียงแต่คำนึงเพียงปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงเท่านั้น ในการคิดค้นพัฒนา นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าผู้ใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการอย่าง สูงสุดนั้น เป็นสิ่งที่องค์กรควรจะต้องให้ความสำคัญต่อไปในอนาคต เพราะพฤติกรรมของลูกค้าที่ เปลี่ยนแปลงไปในทุกๆวัน ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยที่สามารถนำมาเข้ามาใช้ในระบบ ปฏิบัติการและงานขนส่งไปรษณีย์ในทุกๆ ขั้นตอน ในปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ก็มีการ ปรับเปลี่ยนพัฒนาระบบ และเพิ่มเติมบริการใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างหลากหลาย เพื่อให้ตรงตามความ ต้องการและตามรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต

และการดำเนินธุรกิจในยุคใหม่ โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการสัมผัสถึงความทันสมัย รวดเร็ว สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจว่า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะสามารถส่งสิ่งของไปให้ถึงมือผู้รับยังปลายทางได้อย่างทันท่วงทีและเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด สำหรับแนวความคิดในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้น ผู้วิจัยนำการสรุปผลจากการวิจัยมาเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติได้อย่างทัดเทียม

## 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาของผู้ปฏิบัติงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้ โดยมีประเด็นข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ เพื่อให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติรายอื่นได้อย่างเท่าเทียม

1. ด้านบริการลูกค้าสัมพันธ์ ในส่วนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด นั้น ฝ่ายพัฒนาบุคลากรควรจัดให้มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่พนักงานผู้ให้บริการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานให้บริการทุกภาคส่วน ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา เนื่องจากบริการลูกค้าสัมพันธ์จะเป็นด่านแรกที่จะต้องเจอกับลูกค้าในกรณีที่มีปัญหาจากการใช้บริการขึ้น หรือเกิดข้อขัดข้องจากการรับฝากสิ่งของตามเส้นทางไปรษณีย์ หากบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีฝ่ายบริการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และลูกค้าสามารถได้รับข้อมูลในทุกๆ ช่องทางการติดต่อไม่ว่าจากทางใดก็ตาม จะเป็นการยิ่งเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการให้บริการได้เป็นอย่างดี เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุดไม่ว่าจะเวลาใดก็ตาม ไม่เพียงแต่เวลาเกิดวิกฤติเท่านั้น ประชาชนจะเป็นคนตัดสินใจว่าบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพหรือไม่ ดังนั้น องค์กรจะต้องมีวิธีการในการค้นหาความต้องการของผู้ใช้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด ทั้งในเวลาที่เกิดผลประกอบการออกมามีหรือไม่ก็ตาม การพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์มีความจำเป็นต้องพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ ด้วยการศึกษาดูงานองค์กรที่ได้รับรางวัลดีเด่นในด้านลูกค้าสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะของผู้ให้บริการธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติที่ประสบความสำเร็จในระดับสากลรวมถึงการนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์

นอกจากนี้ในเรื่องของ “ระบบฐานข้อมูลของลูกค้า” ไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายย่อย หรือลูกค้ารายใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรมีการพัฒนาเกี่ยวกับระบบการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ให้ชุดข้อมูลเป็นปัจจุบันด้วยระบบเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย และสามารถนำไปใช้งานได้ครอบคลุมทุกภาคส่วนขององค์กร โดยออกแบบให้ชุดข้อมูลเป็นลักษณะเฉพาะมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่ต้องการส่งสิ่งของแต่ไม่มีข้อมูลใดๆ มาก่อนการมีฐานข้อมูลที่ดี จะทำให้การให้บริการมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำเป็นที่จะต้องเร่งพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้ดียิ่งขึ้นนั้น เนื่องมาจากการที่โลกของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Internet) ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและสามารถย่อโลกให้เล็กลงได้มากขึ้น หากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึง จะทำให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ตกเป็นรองสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจรายอื่นๆ ได้

และหัวใจสำคัญของการบริการลูกค้า คือ ฐานข้อมูลของลูกค้า เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเปรียบเสมือนเข็มทิศชี้นำกลยุทธ์ให้กับองค์กร เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการสำหรับลูกค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาข้อเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้านั่นเอง

2. ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของพนักงาน แม้การดำเนินงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะดำเนินกิจการมาตั้งแต่รัชสมัยรัชการที่ 5 แต่ปัจจัยด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของพนักงานก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร สืบเนื่องจากปัจจุบันทุกองค์กรธุรกิจมีการแข่งขันกันสูง และต่างต้องการดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ และรักษฐานลูกค้าเดิมของตนไว้ให้ได้อย่างมั่นคงที่สุด และการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยภาครัฐมาเป็นเวลานานทำให้คนไทยมีความรู้สึกใกล้ชิดผูกพันกับกิจการไปรษณีย์ รวมไปถึงการใกล้ชิดของพนักงานนำจ่ายที่มีต่อสังคมไทยเป็นอย่างดี การคัดเลือกบุคลากรที่ประจำอยู่ภายในท้องถิ่นนั้นๆ จึงเป็นความคุ้นเคยของประชาชนอยู่แล้ว สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกครัวเรือน ทำให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการมากกว่าคู่แข่งเอกชนรายอื่นๆ แม้ในปัจจุบันได้มีการแปรสภาพกิจการเป็นบริษัทไปแล้ว และได้มีการปรับภาพลักษณ์ให้ดูมีความทันสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น จากการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญการในงานที่ตนรับผิดชอบ จะยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการโดยตรง พนักงานสามารถให้คำแนะนำและช่วยวางแผนให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการได้ ในขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานของพนักงานนั้น ควรจัดให้มีการวัดระดับความพึงพอใจจากประชาชนผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพราะจากการวิจัยในครั้งนี้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นผู้ให้บริการในการขนส่งไปรษณีย์ชั้นนำของประเทศ แต่ยังคงขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับสูง เมื่อทำการเปรียบเทียบกับบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติคู่แข่งเอกชน เพราะหาก



ผู้ปฏิบัติงานมีความเชี่ยวชาญในด้านธุรกิจไปรษณีย์แล้ว ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นที่เกิดจากกระบวนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ ย่อมจะลดลง องค์กรเองก็จะได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า ผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องที่เหมาะสมอย่างยิ่งที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดให้มีการคัดเลือกพนักงานที่จะมาปฏิบัติงานด้วยการเปิดสอบให้ได้รับความรู้ในกระบวนการงานไปรษณีย์ทุกขั้นตอน ณ โรงเรียนการไปรษณีย์เป็นเวลา 1 ปีเต็ม ก่อนการเข้ารับการบรรจุเป็นพนักงาน ซึ่งจะมีการเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติโดยให้มีการฝึกงาน ณ สถานที่ปฏิบัติงานจริง โดยเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้าศึกษา เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานรุ่นใหม่มีความชำนาญในงานที่ตนทำให้มากที่สุดจากหน้าจริง และลดการเพิ่มขึ้นของการไหลออกของอัตราการจ้างงานที่สูงขึ้นเนื่องจากผู้ปฏิบัติงานไม่มีความเข้าใจงานที่ทำอย่างเพียงพอ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยความสำเร็จปัจจัยหนึ่งของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาตินั้นเอง ที่นอกจากจะดำเนินงานภายใต้มาตรฐานการทำงานในระดับสากลแล้ว เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นฟันเฟืองซึ่งเล็กๆขององค์กร ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภายใต้ข้อจำกัดในเรื่องของ “ระยะเวลา” ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ค่อนข้างสั้น และกระชั้นชิด ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีกำหนด 6 สัปดาห์ ทำให้การเก็บตัวอย่างข้อมูลได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และอาจจะไม่ครอบคลุมกับหัวข้อในการศึกษาวิจัยทั้งหมด หากการเก็บรวบรวมตัวอย่างข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ควรให้ระยะเวลาในการศึกษานานกว่าครั้งนี้ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์และวิจัยต่อไป

5.3.2 การเก็บรวบรวมในครั้งนี กลุ่มเป้าหมายอาจจะยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น จึงทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่มีความครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่

5.3.3 การศึกษาเพิ่มเติมควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก นอกเหนือไปจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว และควรทำควบคู่ไปกับกลุ่มลูกค้าของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานของธุรกิจขนส่งเอกชนข้ามชาติควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัยในครั้งต่อไป

## บรรณานุกรม

- เจนวิทย์ อภิชัยนันท์.(2548).การจัดการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.(2543).การสร้างคามพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า. กรุงเทพมหานคร : แผนกผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ฝ่ายวิจัยและระบบสารสนเทศ,สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
- ข้อมูลเกี่ยวกับไปรษณีย์ภัณฑ์ (ออนไลน์).(2552).แหล่งที่มา : <http://www.thailandpost.co.th>
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์.(2554).คุณภาพในงานบริการ.กรุงเทพมหานคร.ประชาชน.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล.(2546).คู่มือปฏิบัติวิธีวัดคามพึงพอใจของลูกค้า.กรุงเทพมหานคร.: ธรรมกมล การพิมพ์
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์.(2539).เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมธีราช
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.(2556).รายงานประจำปี 2556.กรุงเทพมหานคร : ส่วนประชาสัมพันธ์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



ภาคผนวก

## ภาคผนวก

### การทำแบบสอบถาม (Questionnaire)

การทำแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด โดยให้เปรียบเทียบค่าคะแนนปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนส่งไปรษณีย์ และการแข่งขันในภาพรวมของบริษัทขนส่งไปรษณีย์ข้ามชาติ กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เมื่อได้รับคืนแบบสอบถามแล้ว จึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

