

## ปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด

## Potential Factors Affecting the Competitiveness of Thailand Post in Roi - Et Province

รัชนิดา ไสยรส<sup>1</sup> และ วชรินทร์ สุทธิชัย<sup>2</sup>Ratchanida Sairos<sup>1</sup> and Watcharin Sutthisai<sup>2</sup>

Received : 30 ก.ย. 2561

Revised : 8 พ.ย. 2561

Accepted : 12 พ.ย. 2561

## บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทย 2) ศึกษาระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย 4) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 399 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง โดยวิธี Enter ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และข้อเสนอแนะผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแจงความถี่และพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับการแข่งขันการบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เท่ากับ .771

4) ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ร้อยละ 61.90  $R^2 = .619$  Adjusted  $R^2 = .613$  F เท่ากับ 106.268 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ข้อเสนอแนะโดยเรียงจากค่าความถี่จากมากไปหาน้อย คือ ควรเปิดสาขาเพิ่มอีกเพราะการเดินทางไม่สะดวกและต้องเสียเวลาเข้าคิวนาน ควรประชาสัมพันธ์การให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ร้อยเอ็ดให้ผู้รับบริการทราบอย่างทั่วถึง

**คำสำคัญ :** ปัจจัยศักยภาพ, การแข่งขัน, บริษัทไปรษณีย์ไทย

## Abstract

This research aimed to 1) study the level of potential factors of the competitiveness of Thailand post; 2) study the competitive level of Thailand Post; 3) study the relationship between factors of the competitiveness and competitive level of Thailand Post; and 4) factors affecting the potential of the competitiveness of Thailand post. The samples were 399 customers of Thailand Post in Roi-Et province. The statistics employed for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation

<sup>1</sup> อาจารย์พิเศษ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อีเมล: pook\_maymay@hotmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อีเมล: wsutthisai@hotmail.com

<sup>1</sup> Lecturer guest of Political Science and Public Administration ,Master of Public Administration (Public and Private Management) Rajabhat Maha Sarakham University, Email: pook\_maymay@hotmail.com

<sup>2</sup> Lecturer of Political Science and Public Administration ,Master of Public Administration (Public and Private Management) Rajabhat Maha Sarakham University, Email: wsutthisai@hotmail.com

and the hypothesis was analyzed by Pearson - Product - Moment Correlation, and Multiple Linear Regression Analysis (Enter method) with the statistical significance level at .05. The recommendations were proposed by using frequency distribution and narrative method. The results of the research were as follows;

- 1) The level of potential factors of the competitiveness of Thailand post in Roi-Et province as a whole was at a high level.
- 2) The level of the competitive... of Thailand post in Roi-Et Province, as a whole was at a high level.
- 3) The relationship between the factors of the competitiveness and the competitive level of Thailand Post in Roi-Et Province as a whole was rated at a high level (.771).
- 4) All factors were able to explain the competitiveness of Thailand Post, Roi Et Province at 61.90 percent with  $R^2 = .619$  Adjusted  $R^2 = .613$  and the value of  $F = 106.268$  with the statistical significance at .05 level.
- 5) The recommendations for the potential competitiveness factors of Thailand Post in Roi-Et Province the from high to low frequency were as follows; should offer more branches expansion because it was inconvenient to travel and a waist of time to wait for long queues, should have more promotion about it's services for customers to know thoroughly .

**Keywords** : Potential Factors, Competitiveness, Thailand Post

## บทนำ

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์ วรเดช ตั้งกิจการไปรษณีย์ของสยามประเทศขึ้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2426 ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานที่มีชื่อว่า “กรมไปรษณีย์” กิจการไปรษณีย์ได้เจริญรุ่งเรืองมาโดยลำดับ มีการพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานทางด้านการบริหาร ตลอดจนการให้บริการแก่ภาคประชาชนและภาคธุรกิจให้เจริญรุดหน้าตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก โดยกิจการไปรษณีย์ในสยามได้ถือกำเนิดขึ้นในช่วงเวลาที่ประเทศเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ที่เห็นได้ชัดคือเหล่าประเทศมหาอำนาจตะวันตกต่างแสวงหาดินแดน ในตะวันออกซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรล้ำค่านานาชนิดที่หมายปอง เพื่อนำกลับไปสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศของตน “สยาม” ประเทศเล็ก ๆ ในดินแดนแหลมทอง ก็ถูกหมายตาจากประเทศอาณานิคม ในขณะเดียวกันชนชั้นนำในสยามเอง ตระหนักดีว่าสภาพการณ์ได้เปลี่ยนแปลงไป มิได้มีเพียงแต่ประเทศข้างเคียงที่คอยขบเคี้ยวสู้รบกันมาเช่นในอดีตอีกต่อไปแล้วที่จ้องจะรุกราน ดังนั้นการที่จะดำรงอยู่ได้ในสถานการณ์เช่นนี้ สยามจำเป็นต้องปรับตัวในทุก ๆ ด้าน เพื่อเปิดรับความรู้ใหม่ ๆ จากตะวันตก มาพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า และเป็นที่ยอมรับของนานาชาติอารยประเทศ ด้วยเหตุนี้การก่อกำเนิดกิจการไปรษณีย์สยาม เป็นอีกหน้าที่หนึ่งของประวัติศาสตร์ชาติไทยอันว่าด้วยการพัฒนาประเทศสยามให้ทันสมัยตามกระแสโลก (บริษัทไปรษณีย์ไทย, 2551 : 8)

การไปรษณีย์เป็นกิจการประเภทบริการเครือข่าย (Infrastructure Services) ซึ่งหมายถึงธุรกิจบริการที่จำเป็นต้องการจัดตั้งเครือข่ายขึ้นรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีรูปแบบดั้งเดิมของการให้บริการประกอบด้วยการรับฝากข้อมูลข่าวสาร สิ่งของ เงิน และส่งต่อผ่านเครือข่ายไปรษณีย์เพื่อนำไปจ่ายให้แก่ผู้รับตามที่อยู่ของผู้ฝากส่งระบุ ซึ่งคุณลักษณะที่เป็น “มูลค่าพื้นฐาน” ของบริการไปรษณีย์มี 2 ประการ ได้แก่ ความปลอดภัยและความแน่นอน โดยถือเป็นปัจจัยที่เสริมสร้างความเชื่อถือในตัวบริการและเครือข่ายการให้บริการ นอกเหนือจากมูลค่าพื้นฐานทั้งสองแล้วความสำเร็จของกิจการไปรษณีย์ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการที่เป็นตัวกระตุ้นให้มีความต้องการใช้บริการไปรษณีย์เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ความรวดเร็ว ความสะดวกในการเข้าถึง และความคุ้มค่าของตัวบริการซึ่งผลจากความต้องการใช้บริการขนส่งด่วนที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยคู่แข่งรายใหม่ ได้มีการพัฒนาตัว

แบบทางธุรกิจที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริการไปรษณีย์ (Mail Service) และกลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ (Express and Service) ที่ถือเป็นฐานรายได้หลักของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในปัจจุบัน (บริษัทไปรษณีย์, 2560 : 1)

ปัจจุบัน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้พัฒนารูปแบบบริการใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์และบริการหลักในปัจจุบันจำแนกได้ 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ (Mail Service) กลุ่มบริการนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนบริการสื่อสารเดิม แต่มีการแยกบริการระหว่างประเทศออกมา เพื่อให้การวางยุทธศาสตร์การดำเนินงานมีความชัดเจนมากขึ้น โดยบริการหลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ บริการจดหมาย ไปรษณีย์บัตร ของตีพิมพ์ในประเทศ และบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ลงทะเบียน 2) กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ (Express and Logistics Service) ซึ่งในปัจจุบันเป็นการให้บริการเป็น Logispost ให้บริการสำหรับสิ่งของที่ฝากส่งที่มีน้ำหนักมาก มีขนาดใหญ่ เช่น รถจักรยานยนต์ ตู้เย็น เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น กลุ่มบริการนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนบริการขนส่งเดิม แต่มีการแยกบริการระหว่างประเทศออกมา โดยบริการหลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ บริการพัสดุไปรษณีย์ บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) และบริการขนส่งสินค้าในประเทศ 3) กลุ่มบริการระหว่างประเทศ (International Service) เป็นกลุ่มบริการที่รวมบริการระหว่างประเทศทั้งหมดของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ไว้ด้วยกัน โดยบริการหลักของกลุ่มนี้ ได้แก่ บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) บริการพัสดุไปรษณีย์ บริการจดหมาย ไปรษณีย์บัตร ของตีพิมพ์ระหว่างประเทศ 4) กลุ่มบริการลูกค้าปลีก (Retail Service) เป็นกลุ่มบริการที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมแต่อย่างใด โดยบริการหลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ ตราไปรษณียากร สินค้าไปรษณีย์ และบริการตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และ 5) กลุ่มบริการการเงิน (Financial Service) ซึ่งเป็นการบริการการเงินในประเทศ ได้แก่ บริการธนาคารออนไลน์ บริการรับชำระเงิน (Pay at Post) และบริการตัวแทนต่าง ๆ โดยกลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ (Mail Service) และกลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ (Express and Logistics Service) ถือเป็นกลุ่มบริการที่มีสัดส่วนรายได้สูงที่สุดของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (บริษัทไปรษณีย์, 2560 : 14)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้มีความแข็งแกร่งทัดเทียมกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติ เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และการให้บริการโลจิสติกส์ที่ครบวงจรในอาเซียน เป็นปัญหาที่ท้าทายในการดำเนินธุรกิจสภาพการณ์ปัจจุบัน ที่มีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ และคู่แข่งทางธุรกิจจำนวนมากราย เช่น Kerry Express (Thailand) Co.,Ltd., CJKorea Express (Thailand) Co.,Ltd. eCommerce Co.,Ltd. ,Quantium Solutions (Thailand) Co.,Ltd., TNT Express (Thailand) Co., Ltd. ,Alpha Network Logistics Co.,Ltd. และ SCG yamato Express ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปตามนโยบายของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อีกทั้งยังนำผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นข้อมูลหรือแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ดและเพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้รับความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดในการมาใช้บริการ ตลอดจนเป็นการนำเงินรายได้จากการให้บริการส่งกลับเข้ารัฐบาลเพื่อที่รัฐบาลจะได้นำรายได้ส่วนนี้ไปพัฒนาท้องถิ่น สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับประเทศชาติต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย

## สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับปัจจัยศักยภาพการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
2. ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยอยู่ในระดับสูง
4. ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ปัจจัยด้านระบบการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ปัจจัยด้านรูปแบบการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

## วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนผู้ใช้บริการไปรษณีย์ในจังหวัดร้อยเอ็ด ในเดือนมิถุนายน 2560 จำนวน 125,874 คน (ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด, 2560 : 1) โดยวิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร ตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973 : 727) จำนวน 399 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์รวมทั้งกรอบแนวคิดของการวิจัยโดยแบ่งเนื้อหา ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 ปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 7 ด้าน คือ 1) ด้านกลยุทธ์ขององค์กร 2) ด้านโครงสร้างองค์กร 3) ด้านระบบการปฏิบัติงาน 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ 6) ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ 7) ด้านค่านิยมร่วม โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 การแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ ประกอบด้วย บริการจดหมาย บริการไปรษณีย์บัตร บริการสิ่งตีพิมพ์ บริการพัสดุย่อย บริการเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ 2) กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ประกอบด้วย บริการพัสดุไปรษณีย์ บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) บริการ Logispost โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ขออนุญาตและขอหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยจากคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

3.2 ผู้วิจัยกำหนดให้มีผู้ช่วยวิจัยในการเก็บข้อมูล 5 คน เพื่อแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ชี้แจงขั้นตอนและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 ดำเนินการเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง จนครบตามจำนวน

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 4.2 การวิเคราะห์ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย
- 4.4 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย
- 4.5 ข้อเสนอแนะปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย

#### 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

5.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) จะเป็นการวิเคราะห์ขั้นตอนที่นำเสนอการพรรณนาลักษณะของข้อมูล สถิติที่ใช้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) สถิติที่ใช้ในการวัดระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด และระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ใช้การแจกแจงความถี่ และใช้การพรรณนาความตามเนื้อหา (Content Analysis)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่ออ้างอิงประชากร ซึ่งผู้วิจัยจะใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) โดยวิธี Enter กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเกณฑ์การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ ดังตาราง 1 (Walter, 1971 : 121)

ตาราง 1 ค่าระดับของความสัมพันธ์

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.71 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.51 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.31 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

#### สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตาราง 2 ระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านกลยุทธ์องค์กร	4.26	0.34	มากที่สุด
2. ด้านโครงสร้างองค์กร	4.18	0.35	มาก
3. ด้านระบบการปฏิบัติงาน	4.07	0.38	มาก
4. ด้านบุคลากร	4.06	0.37	มาก
5. ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ	4.17	0.37	มาก
6. ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ	4.11	0.38	มาก
7. ด้านค่านิยมร่วม	4.09	0.37	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.27</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 2 พบว่า ระดับระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.27$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์องค์กร ( $\bar{x} = 4.26, S.D. = 0.34$ ) อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ด้าน เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านโครงสร้างองค์กร ( $\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.35$ ) รองลงมา คือ ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ( $\bar{x} = 4.17, S.D. = 0.37$ ) ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ ( $\bar{x} = 4.11, S.D. = 0.38$ ) ด้านค่านิยมร่วม ( $\bar{x} = 4.09, S.D. = 0.37$ ) ด้านระบบการปฏิบัติงาน ( $\bar{x} = 4.07, S.D. = 0.38$ ) และด้านบุคลากร ( $\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.37$ )

2. ผลการวิเคราะห์ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตาราง 3 ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์			
1.1 การบริการจดหมาย	4.09	0.36	มาก
1.2 การบริการไปรษณีย์บัตร	4.13	0.44	มาก
1.3 การบริการสิ่งตีพิมพ์	4.13	0.38	มาก
1.4 พัสดุย่อย	4.08	0.37	มาก
1.5 การบริการเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ	4.10	0.37	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.28</b>	<b>มาก</b>
2. กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์			
2.1 การบริการพัสดุไปรษณีย์	4.11	0.35	มาก
2.2 การบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ	4.11	0.37	มาก
2.3 บริการขนส่งโลจิสติกส์	4.15	0.41	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.31</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.12</b>	<b>0.29</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 3 พบว่าระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.12$ , S.D. = 0.29) โดยแยกเป็นการบริการ 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด จำนวน 5 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การบริการไปรษณีย์บัตร ( $\bar{x} = 4.13$ , S.D. = 0.44) และการบริการสิ่งตีพิมพ์ ( $\bar{x} = 4.13$ , S.D. = 0.38) รองลงมาคือ การบริการเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.37) การบริการจดหมาย ( $\bar{x} = 4.09$ , S.D. = 0.36) และพัสดุย่อย ( $\bar{x} = 4.08$ , S.D. = 0.37)

กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13$ , S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ บริการขนส่งโลจิสโพล ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.41) รองลงมาคือ การบริการพัสดุไปรษณีย์ ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.35) และการบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.37)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพ ของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตาราง 4 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยโดยรวม

(N=399)

ตัวแปร	บริการจดหมาย	บริการไปรษณีย์บัตร	บริการสิ่งตีพิมพ์	บริการพัสดุย่อย	บริการเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ	บริการพัสดุไปรษณีย์	บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS)	บริการขนส่งโลจิสโพล	การแข่งขันไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวม
ด้านกลยุทธ์องค์กร (X1)	.321	.318	.266	.281	.351	.389	.396	.292	.438*
ด้านโครงสร้างองค์กร (X2)	.382	.361	.345	.351	.405	.438	.483	.359	.523*
ด้านระบบการปฏิบัติงาน (X3)	.435	.446	.517	.454	.422	.463	.517	.445	.614*
ด้านบุคลากร (X4)	.376	.365	.381	.399	.377	.322	.393	.368	.490*
ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ (X5)	.485	.492	.408	.447	.473	.463	.490	.498	.625*
ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ (X6)	.478	.525	.488	.459	.441	.471	.515	.524	.651*
ด้านค่านิยมร่วม (X7)	.483	.411	.420	.456	.452	.448	.467	.449	.593*

ตัวแปร	บริการจดหมาย	บริการไปรษณีย์บัตร	บริการสิ่งตีพิมพ์	บริการพัสดุย่อย	บริการเครื่องอ่านลำโพงคนเสียจักษุ	บริการพัสดุไปรษณีย์	บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS)	บริการขนส่งโลจิสติกส์	การแข่งขันไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวม
โดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด (Xรวม)	.580	.572	.555	.559	.572	.585	.638	.576	.771*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เท่ากับ .771 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงความลำดับตามความสัมพันธ์จากสูงไปต่ำคือ ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ (X6) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางเท่ากับ .651 รองลงมา คือ ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ (X5) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .625 ด้านระบบการปฏิบัติงาน (X3) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .614 ด้านค่านิยมร่วม (X7) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .593 ด้านโครงสร้างองค์กร (X1) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .523 ด้านบุคลากร (X4) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เท่ากับ .490 และด้านกลยุทธ์องค์กร (X1) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เท่ากับ .438

4. ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย

ตาราง 5 แสดงค่าอำนาจพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยรวม

(N=399)

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	beta	t	sig
ด้านกลยุทธ์องค์กร (X1)	.081	.096	2.587	.010**
ด้านโครงสร้างองค์กร (X2)	.084	.101	2.498	.013*
ด้านระบบการปฏิบัติงาน (X3)	.136	.180	4.244	.000**
ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ (X5)	.156	.199	4.696	.000**
ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ (X6)	.197	.258	6.098	.000**
ด้านค่านิยมร่วม (X7)	.159	.204	5.187	.000**
ค่าคงที่ (Constant)			.764	
Multiple R			.787	
R <sup>2</sup>			.619	

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	beta	t	sig
Adjusted R <sup>2</sup>	.613			
F	106.268			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 พบว่าตัวแปรปัจจัยศักยภาพด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านระบบการปฏิบัติงาน ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านค่านิยมร่วม สามารถร่วมกันอธิบายการแข่งขันของ บริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ร้อยละ 61.90 มีค่า  $R^2 = .619$  Adjusted  $R^2 = .613$  และมีค่าของ F เท่ากับ 106.268 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้สามารถเขียนสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ } Y = .764 + .081X_1 + .084X_2 + .136X_3 + .156X_5 + .197X_6 + .159X_7$$

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน } Z_r = .258Z_6 + .204Z_7 + .199Z_5 + .180Z_3 + .101Z_2 + .096Z_1$$

5. ข้อเสนอแนะปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยเรียงลำดับตามค่าความถี่ คือ ควรมีการเปิดสาขาเพิ่มอีก เนื่องจากต้องเดินทางมาไกลและต้องเสียเวลาเข้าคิวรอนาน รองลงมา คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อไปรษณีย์มีการขยายเวลารับฝากถึง 20:00 น. ค่าฝากส่งมีราคาสูง เมื่อมีสิ่งของเสียหายมีการ ชดใช้ล่าช้ามาก ไม่ควรหยุดให้บริการติดต่อกันนานเกินไป ควรเพิ่มช่องการให้บริการ ควรให้บริการ มารับสิ่งของฝากส่งถึงบ้าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม ควรจะมีส่วนลดให้ลูกค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ และควรจัดหาที่จอดรถให้อำนวยความสะดวก แก่ผู้ใช้บริการมากกว่านี้

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยศักยภาพที่ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผล ตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยพบว่าระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน มีระดับระดับปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ด้าน เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านโครงสร้างองค์กร รองลงมา คือ ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านค่านิยมร่วม ด้านระบบการปฏิบัติงานและด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับหลักการการจัดการของแมคคินซี (McKinsey 7-S Framework) ตามแนวคิด ของจอร์จวันน์ อัครบวร และ รัตนศักดิ์ เจริญทรัพย์ (2552 : 127-128) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานนอกจากกลยุทธ์และโครงสร้าง ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์เชื่อมโยงกันทั้งหมด 7 ปัจจัยหรือที่เรียกว่า 7S ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) 2) โครงสร้างองค์กร (Structure) 3) ระบบการปฏิบัติงาน (Systems) 4) บุคลากร (Staff) 5) ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skills) 6) รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) 7) ค่านิยมร่วม (Shared values) สอดคล้องกับแนวคิดของเกษม พิพัฒน์เสวีธรรม (2554 : 23) ได้กล่าวว่ระบบการปฏิบัติงาน หมายถึง การวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์กรในทุก ๆ เรื่อง ทั้งเรื่องระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสารสนเทศ ระบบการวางแผน ระบบงบประมาณ ระบบการควบคุม ระบบการจัดซื้อ ระบบใน

การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ระบบในการฝึกอบรม ตลอดจนระบบในการจ่ายผลตอบแทน หากว่าองค์กรมีระบบงานที่ดี ก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ดังนั้นระบบงานขององค์กรจะได้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ และโครงสร้างขององค์กรด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชาลี บุญเรือง (2554 : 72) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 ระดับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยพบว่าระดับการแข่งขันการบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกเป็นการบริการ 2 ส่วน ดังต่อไปนี้ 1) กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด จำนวน 5 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การบริการไปรษณีย์บัตรและการบริการสิ่งตีพิมพ์ รองลงมา คือ การบริการเครื่องอ่านสำหรับคนเสียจักษุ การบริการจดหมาย และพัสดุย่อย 2) กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ บริการขนส่งโลจิสติกส์ รองลงมาคือ การบริการพัสดุไปรษณีย์และการบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปริมาณความต้องการใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด เพิ่มขึ้นตามปริมาณการขยายตัวของธุรกิจ e-commerce ทำให้คู่แข่งรายใหม่ ๆ เกิดขึ้นจำนวนมากรายและต่อเนื่องทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น NIM Express, SCG ยามาโมโต , Kerry Express เป็นต้น โดยผลงานวิจัยสอดคล้องกับแผนธุรกิจไปรษณีย์ ปี 2560-2564 ที่กำหนดให้กิจการไปรษณีย์เป็นกิจการประเภทบริการเครือข่าย (Infrastructure Services) ซึ่งหมายถึงธุรกิจบริการที่จำเป็นต้องมีการจัดตั้งเครือข่ายขึ้นรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีรูปแบบดั้งเดิมของการให้บริการประกอบด้วย การรับฝากข้อมูลข่าวสาร สิ่งของ เงิน และส่งต่อผ่านเครือข่ายไปรษณีย์เพื่อนำไปจ่ายให้แก่ผู้รับตามที่อยู่ของผู้ฝากส่งระบุ ซึ่งคุณลักษณะที่เป็น มูลค่าพื้นฐาน ของบริการไปรษณีย์มี 2 ประการ ได้แก่ ความปลอดภัย และความแน่นอน โดยถือเป็นปัจจัยที่เสริมสร้างความเชื่อถือในตัวบริการและเครือข่ายการให้บริการ นอกเหนือจากมูลค่าพื้นฐานทั้งสองแล้ว ความสำคัญของกิจการไปรษณีย์ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการที่เป็น “ตัวกระตุ้น” ให้มีความต้องการใช้บริการไปรษณีย์เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ความรวดเร็ว ความสะดวกในการเข้าถึง และความคุ้มค่าของตัวบริการ ซึ่งผลจากความต้องการใช้บริการขนส่งด่วนที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยคู่แข่งรายใหม่ได้มีการพัฒนาตัวแบบทางธุรกิจที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริการไปรษณีย์ (Mail Service) และกลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ (Express and Service) ที่ถือเป็นฐานรายได้หลักของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในปัจจุบัน (บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2560 : 1-6) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชัยญา เจริญสุข (2552 :112-113) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ประสิทธิภาพ คุณภาพของการบริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชัยญา เจริญสุข (2552 :112-113) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด ประสิทธิภาพ คุณภาพของการบริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรนนท์ พุทธิชาติ (2553 : 64) เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทย แบบ one stop service กรณีศึกษา เขตบางขุนเทียน ผลการวิจัยพบว่ามีผู้ใช้บริการ ประเภทรับ-ส่งพัสดุในประเทศและต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ บริการรับ-ส่งจดหมายใน ประเทศและต่างประเทศ ระดับความ

คาดหวังของผู้ใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้าน ปัจจัยสภาพแวดล้อมและด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและคุณภาพการ ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชระ ตาสอน (2548 : 81) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรี ทั้งด้านระบบการให้บริการและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการแบบครบวงจรของที่ทำการไปรษณีย์นนทบุรี ทั้งด้านระบบให้บริการและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามผลการวิจัยขัดแย้งกับงานวิจัยของ ชาลี บุญเรือง (2554 : 7) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ผลการวิจัย พบว่าระดับแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าผู้ใช้บริการไปรษณีย์ส่วนใหญ่ตัดสินใจกลับมาใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร อยู่ในระดับมากที่สุด

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของบริษัทไปรษณีย์ไทยกับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยโดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เท่ากับ .771 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชาลี บุญเรือง (2554 : 72) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและระดับความสนใจในรูปแบบของบริการไปรษณีย์กลุ่มธุรกิจสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม พฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์อยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรนนท์ พุทธิชาติ (2553 : 64) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทย แบบ one stop service กรณีศึกษา เขตบางขุนเทียน ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและคุณภาพการ ให้บริการ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ปัจจัยด้านระบบการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ปัจจัยด้านรูปแบบการบริหารจัดการ และปัจจัยด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เท่ากับ .771 โดยตัวแปรปัจจัยศักยภาพด้านด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านระบบการปฏิบัติงาน ด้านทักษะความรู้ ความสามารถ ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านค่านิยมร่วม สามารถร่วมกันอธิบายการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ร้อยละ 61.90 มีค่า  $R^2 = .619$  Adjusted  $R^2 = .613$  และมีค่าของ F เท่ากับ 106.268 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ถึงแม้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วปรากฏว่า ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถมีความสัมพันธ์กับการแข่งขันของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด มากที่สุดกว่าทุก ๆ ด้าน แต่ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด จะขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่ได้ และเมื่อทุก ๆ ปัจจัยรวมกันแล้วมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันบริษัทไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของจิรวัฒน์ อัครบวร และรัตนศักดิ์ เจริญทรัพย์ (2552 : 127-128) ที่ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ตามแนวคิดการบริหารจัดการของ McKinsey (7-S Framework) ประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ขององค์กร เป็นความชัดเจน

ของแนวทางการบริหารงานคลัง เพื่อให้บรรลุผลการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของต้นสังกัดและความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไปที่ชัดเจน ด้านโครงสร้างองค์การเป็นการจัดโครงสร้างหน้าที่ให้มีความเรียบง่ายตามประเภทของภารกิจ การแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน การลดขั้นตอนการปฏิบัติงานลง เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและการกระจายอำนาจ การตัดสินใจแก่เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายอย่างทั่วถึง ด้านระบบการปฏิบัติงาน เป็นความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้ปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ด้านบุคลากรเป็นการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) รวมถึงกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต ซึ่งจะทำให้กระบวนการกำหนดคุณลักษณะและการจัดวางบุคลากรมีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งกำหนดทิศทางให้องค์กรดำเนินการต่อไปได้ ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ เป็นทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคลในองค์การสามารถแยกทักษะออกเป็น 2 ด้านหลัก คือ ทักษะด้านงานอำนวยความสะดวก (Occupational Skills) และทักษะความถนัดหรือความชาญฉลาดพิเศษ (Aptitudes And Special Talents) เป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานนั้น ๆ โดดเด่นกว่าคนอื่น ส่งผลให้มีผลงานที่ดีกว่าและเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้รวดเร็ว ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ เป็นแบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหารจะต้องวางโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศและพฤติกรรมทางจรรยาบรรณให้เกิดขึ้น และด้านค่านิยมร่วมเป็นค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน โดยบุคลากรเป็นความเชื่อโดยทั่วไป แล้วความเชื่อจะสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพและเป้าหมายของผู้บริหาร เมื่อค่านิยมและความเชื่อได้ถูกยอมรับทั่วทั้งองค์กรแล้ว บุคลากรกระทำตามค่านิยมเหล่านั้น แล้วองค์กรก็จะมีความเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของซาลี บุญเรือง (2554 : 72) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ไม่มีความแตกต่างกัน เกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และระดับความสนใจในรูปแบบของบริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านกลยุทธ์ขององค์การ บริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดควรดำเนินการกำหนดเป้าหมายในการแข่งขัน เพื่อจะได้พัฒนากลยุทธ์ของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 ด้านโครงสร้างองค์การ ควรมีการกำหนดโครงสร้างตามกระบวนการหรือหน้าที่บริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด ให้สอดคล้องกับการแข่งขันและภารกิจขององค์กร

1.3 ด้านระบบการปฏิบัติงาน ควรมีการจัดทำระบบการติดตามและประเมินผลบริษัทไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่เหมาะสมและมีกลยุทธ์ที่ดี เพื่อที่จะทำให้การจัดระบบการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านบุคลากร บริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการแข่งขัน

1.5 ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ บุคลากรของบริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ดควรมีทักษะ ความรู้ ความสามารถที่สอดคล้องและเพียงพอต่อการแข่งขัน โดยบุคลากรจะต้องได้รับการอบรมพัฒนาความรู้และทักษะการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

1.6 ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ บริษัทไปรษณีย์ไทยในจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีวัฒนธรรมองค์กรที่เชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศ และส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันที่สอดคล้องกับปัจจุบัน

1.7 ด้านค่านิยมร่วม ควรมีการจัดกิจกรรมหรือการกระทำ ที่เป็นการกำหนดทิศทางองค์การร่วมกันของบุคลากรตามค่านิยมและความเชื่อที่ได้รับการยอมรับทั้งองค์กร

1.8 กลุ่มบริการไปรษณีย์ภัณฑ์ ควรมีการบริการสิ่งตีพิมพ์ การรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายสิ่งตีพิมพ์ของการบริการไปรษณีย์บัตรอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วและทั่วถึง

1.9 กลุ่มบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ควรมีการกำหนดขั้นตอนและพัฒนาวิธีการบริการของการบริการขนส่ง โลจิสติกส์ ให้เหมาะสมกับสภาพการคมนาคมในปัจจุบัน

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาเฉพาะที่ทำการไปรษณีย์ ในจังหวัดร้อยเอ็ด และประชาชนผู้ใช้บริการในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความจำกัดในส่วนของการวิจัยรวมทั้งประชากรที่ใช้ในการวิจัย ดังนั้นควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการประเภทเดียวกันหรือบริษัทส่งของเอกชน

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดอื่นด้วย

2.3 เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน ดังนั้นการศึกษารายครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เช่น การจัดทำสนทนากลุ่มกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

## เอกสารอ้างอิง

- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2554). *กิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)*. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2560, จาก [http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw\\_pworld/image\\_content/64/Customer1.pdf](http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/64/Customer1.pdf)
- จิรนนท์ พุทธชาติ. (2553). *เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของให้บริการ ไปรษณีย์ไทย แบบ One Stop Service กรณีศึกษา เขตบางขุนเทียน.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- จิรวัดน์ อัครบวร และรัตนศักดิ์ เจริญทรัพย์. (2552). *แผนที่ยุทธศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3) ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.*
- ชาลี บุญเรือง. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ กลุ่มธุรกิจสื่อสารของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด. กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์.*
- ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด. (2560). *สถิติข้อมูลการให้บริการ. ร้อยเอ็ด: ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดร้อยเอ็ด .*
- บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2551). *125 ปี ไปรษณีย์ไทย. กรุงเทพฯ: ดาวฤกษ์ คอมมูนิเคชั่นส์.*
- \_\_\_\_\_. (2560). *แผนธุรกิจไปรษณีย์ไทย ประจำปี 2560-2564*. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.prisanee.com>
- วัชรระ ตาสอน. (2548). *การให้บริการแบบครบวงจรของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด : บทสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- สุชัยญา เจริญสุข. (2552). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- Williams, W. (1971). *Social Policy Research and Analysis: The Experience in The Federal Social Agencies*. New York: American Elsevier Publishing Co.
- Yamane, T. (1973). *Statistics ; An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper & Row Publishers.