

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จุดเริ่มต้นของการสื่อสารในสมัยก่อนนั้นเกิดจากการสร้างเส้นทางคมนาคม และเส้นทางการค้า โดยมีการติดต่อข่าวสารกันอย่างง่าย ทั้งผ่านทางพ่อค้า ใช้น้ำเร็ว จนถึงการจัดตั้งคนเร็วไว้ตามเมืองสำคัญ ก็ถือเป็นพัฒนาการทางการส่งข่าวสารอย่างง่ายอีกช่องทางหนึ่งและเป็นเช่นนี้เรื่อยมาจนถึงยุคสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จนมาถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรก ที่สนพระทัยในการเขียนจดหมายโต้ตอบเป็นภาษาอังกฤษ และทรงใช้การไปรษณีย์ในการติดต่อกับประมุขและบุคคลทั้งภายในและภายนอกประเทศ นับเป็นกุศโลบายอันเฉียบแหลมในการเจริญสัมพันธไมตรีกับมิตรประเทศจนสามารถนำรัฐนาวาสยามฝ่าฟันวิกฤต ไม่ตกเป็นเมืองขึ้นของเหล่าประเทศมหาอำนาจในสมัยนั้น

ด้วยเหตุนี้ "กิจการไปรษณีย์ไทย" จึงถือกำเนิดในรูปแบบต่าง ๆ การจัดทำตัวแสตมป์สำหรับการส่งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยครั้งแรก ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นกิจการไปรษณีย์ภายในกรุงเทพฯ นับแต่นั้นเป็นต้นมาด้วยความสำคัญ และประโยชน์ของการส่งข่าวสารนี้เอง ที่ทำให้รัฐบาลสยาม เตรียมการจัดตั้งกิจการไปรษณีย์ในกรุงเทพฯ นับเป็นการเข้าสู่ยุคของการไปรษณีย์อย่างแท้จริง ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถือเป็นยุคแรกของการไปรษณีย์ไทย ด้วยการจัดตั้งกรมไปรษณีย์ในประเทศไทยและการผลิต "แสตมป์ชุดโสฬส" แสตมป์ชุดแรกของประเทศ รวมไปถึงจัดพิมพ์ไปรษณีย์บัตรครั้งแรก เพื่อรองรับกิจการไปรษณีย์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นอีกด้วย กิจการไปรษณีย์ของคนไทยในยุคสมัยนั้นมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ จึงได้ดำเนินการจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่องานไปรษณีย์ในทุกด้าน ทั้งการเข้าร่วมกับกลุ่มสหภาพสากลไปรษณีย์ เพื่อให้สามารถขนส่งและแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ภัณฑ์กับต่างประเทศได้ และเพื่อจัดเตรียมบุคลากรเข้าศึกษาและฝึกงานด้านไปรษณีย์สำหรับเข้าทำงานในกรมไปรษณีย์อย่างมีประสิทธิภาพ ในเวลาต่อมาได้จัดตั้งโรงเรียนไปรษณีย์และคมนาคมขึ้น รวมถึงการขยายกิจการไปรษณีย์ ด้วยการจัดสร้างที่ทำการไปรษณีย์แห่งที่ 2 อีกด้วย แม้ว่าเกิดเหตุการณ์ร้ายแรงใด ๆ ก็ตาม กรมไปรษณีย์ก็ไม่หยุดให้บริการแก่ประชาชน เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสาร เช่นเดียวกับช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กรมไปรษณีย์โทรเลขก็ไม่เคยหยุดทำการ

เช่นกัน จากการมีส่วนร่วมในการประชุมองค์การสากลระหว่างประเทศหลายครั้งทำให้มีการปรับเปลี่ยนงานด้านองค์กรและด้านบริการอย่างต่อเนื่อง โดยกระทรวงโยธาธิการ ประกาศให้รวมกรมไปรษณีย์และกรมโทรเลขเข้าด้วยกัน เรียกว่า "กรมไปรษณีย์โทรเลข" เพื่อให้การบริหารราชการดำเนินไปอย่างสะดวกขึ้น การพัฒนางานไปรษณีย์ในยุคนั้น อยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงโยธาธิการ ซึ่งได้ดำเนินการทำหนังสือสัญญาเส้นทางขนส่งไปรษณีย์ครอบคลุมทุกเส้นทางคมนาคม เป็น การรองรับความสะดวก และรวดเร็วของการส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึงกิจการสื่อสารไทยนั้น ได้รับการพัฒนาและขยายบริการให้ครอบคลุมอย่างไม่หยุดยั้งและกว้างขวางมากที่สุดในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เริ่มจากการเปิดที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขครบ 18 มณฑลทั่วประเทศ การใช้รถยนต์ขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ และการเปิดเส้นทางขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศในประเทศ

เนื่องจากกิจการของกรมไปรษณีย์โทรเลขในช่วงนั้น ได้ขยายงานอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องย้ายจากตึกไปรษณียาคารมารวมกับที่ทำการไปรษณีย์แห่งที่ 2 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "ที่ทำการไปรษณีย์กลาง" ดังปรากฏจนถึงปัจจุบัน เมื่อเข้าสู่ร้อยต่อครั้งสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์การเมืองการปกครองระดับประเทศจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยนั้น กรมไปรษณีย์โทรเลขต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอีกหลายครั้ง โดยเฉพาะการแก้ไขปรับปรุง และตรากฎหมายขึ้นมาบังคับใช้หลายฉบับ รวมไปถึงการจัดส่วนราชการตามพระราชกฤษฎีกา เพื่อแยกงานด้านต่าง ๆ ที่เคยอยู่ภายใต้กรมไปรษณีย์โทรเลข มาจัดตั้งเป็นหน่วยงานเอกเทศ ความพยายามที่จะปรับปรุงกิจการให้มีความคล่องตัวในระบบการบริหาร เพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ จนเกิดการพลิกโฉมหน้าประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญของกรมไปรษณีย์โทรเลข เมื่อมีประกาศใช้พระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 เพื่อแยกงานระดับปฏิบัติการออกไป และจัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจ นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นรัฐวิสาหกิจตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา การดำเนินงานในรูปแบบรัฐวิสาหกิจภายใต้ชื่อ "การสื่อสารแห่งประเทศไทย" ยังคงสืบสานเจตนารมณ์ที่จะทำให้การติดต่อสื่อสารทั้งไปรษณีย์และโทรคมนาคมของไทย มีความเจริญพัฒนา ก้าวไกล มีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของคนไทย โดยกรมไปรษณีย์โทรเลขยังคงมีสถานะเป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ดำเนินนโยบาย และบริหารคลื่นความถี่วิทยุเช่นเดิม ติดต่อสื่อสารทั้งไปรษณีย์และโทรคมนาคมของไทย มีความเจริญพัฒนา ก้าวไกล มีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของคนไทย ตลอดระยะเวลา 25 ปี ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ภายใต้สังกัดกระทรวงคมนาคม กสท. ไม่เคยหยุดนิ่งต่อการพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สร้างระบบเชื่อมโยงเครือข่าย พัฒนาคุณภาพบริการสื่อสารทั้งด้านไปรษณีย์และโทรคมนาคม ดังคำขวัญที่ว่า "เครือข่ายทั่วไทย โยงใยทั่วโลก"

วันนี้กิจการไปรษณีย์ได้ก้าวมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญอีกช่วงหนึ่งคือการแปลงสภาพ การสื่อสารแห่งประเทศไทย มาจัดตั้งเป็นบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของประวัติศาสตร์ การไปรษณีย์อีกครั้งหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และร่วมมือกันอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อการปฏิรูปกิจการไปรษณีย์ นำสู่บริการที่ตอบสนองทุก ความต้องการของประชาชน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน มีรายได้ที่เลี้ยงตัวเองได้ตลอดไป ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำธุรกิจไปรษณีย์และให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของธุรกิจและคนไทยในทุกระดับ ทุกพื้นที่ ด้วยศักยภาพของ เครื่องข่ายที่ทำการไปรษณีย์กว่า 1,200 แห่ง และศูนย์ไปรษณีย์ 13 แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาค พร้อมด้วยบุคลากรที่ชำนาญงาน ตลอดจนเครื่องมืออันทันสมัย และการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง เพื่อ เชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายไปรษณีย์ทั่วโลก กิจการไปรษณีย์จึงพร้อมเป็นผู้เชื่อมโยงที่ดีที่สุด ด้วยบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองทุกความต้องการได้อย่างตรงจุด

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการการนำจ่าย ไปรษณีย์ของเจ้าหน้าที่นำจ่ายไปรษณีย์สังกัดสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ ว่าอะไรเป็นปัจจัย และเหตุผลของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ผลการศึกษา ที่ได้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง และเป็นกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจนี้ หรือนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอยู่แล้วให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ของ สำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ จำแนกลักษณะส่วนบุคคล

สมมุติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่าย ไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ เพื่อที่จะกำหนดขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการที่ได้รับการนำจ่ายสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ จำนวนประมาณ 387,453 คน (ที่มา : ข้อมูลจากสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ เดือนพฤศจิกายน 2555)

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) จำนวน 384 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทการรับบริการ

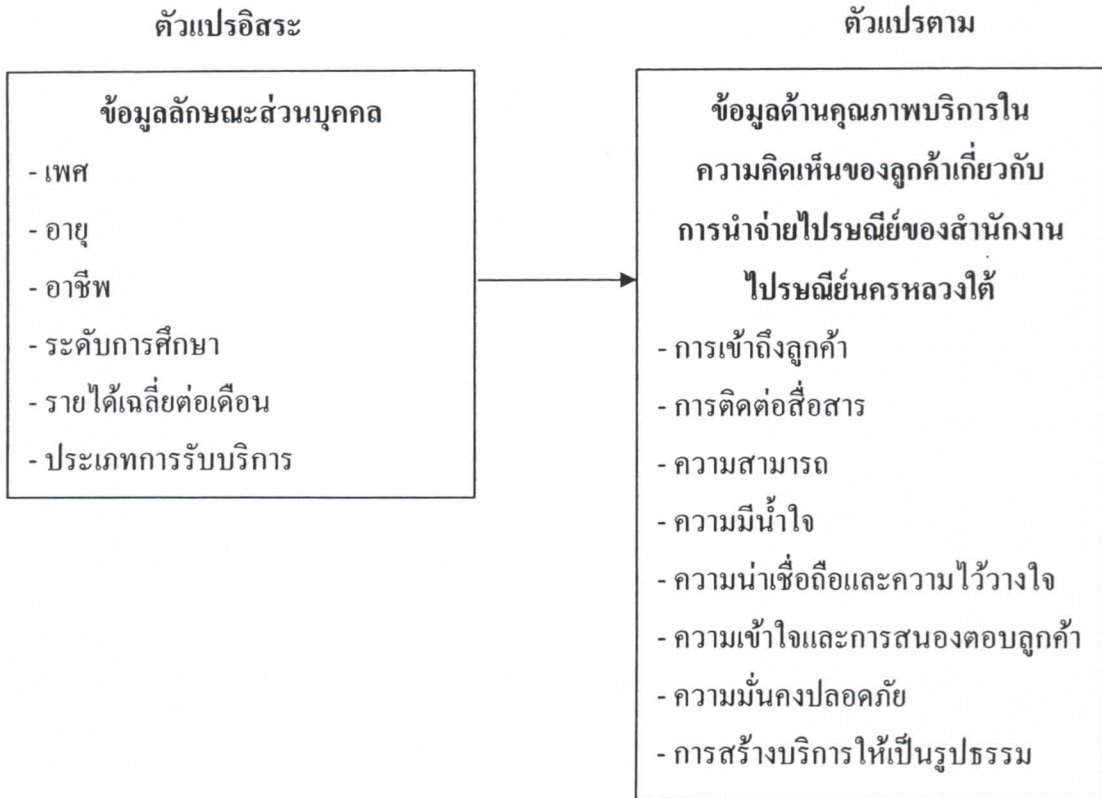
2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ ข้อมูลด้านคุณภาพบริการตามความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการนำจ่ายไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ ประกอบด้วย การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ความเข้าใจ และการสนองตอบลูกค้า ความมั่นคงปลอดภัย และการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรมคุณภาพบริการ

3. ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ธันวาคม 2555 – กุมภาพันธ์ 2556

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541) และสุมนา อยู่โพธิ์ (2536) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

สำนักงานไปรษณีย์นครหลวงใต้ หมายถึง หน่วยงานระดับฝ่าย ที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นหน่วยอำนวยการ สนับสนุน และควบคุมการปฏิบัติงานรับฝาก ส่งต่อ และนำจ่ายของที่ทำการไปรษณีย์ ศูนย์รับฝากไปรษณีย์จำนวนมาก ในสังกัดท้องที่ตอนใต้ของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งจังหวัดสมุทรปราการ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกที่เกิดจากความรู้สึก ความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัวในด้านความชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งต่าง ๆ

ลูกค้า หมายถึง ผู้รับบริการที่ได้รับการนำจ่ายจดหมาย พัสดุไปรษณีย์ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ หรือสิ่งของอื่น ๆ จากเจ้าหน้าที่นำจ่ายซึ่งนำไปส่งมอบให้ ณ สถานที่อยู่ตามเจ้าหน้าที่ได้ระบุไว้บนห่อ ซอง หรือสิ่งของชิ้นนั้น ๆ

การนำจ่ายไปรษณีย์ หมายถึง ระบบงานที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กำหนดให้เจ้าหน้าที่ของที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางนำจดหมาย พัสดุไปรษณีย์ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ หรือสิ่งของอื่น ๆ ไปส่งมอบให้กับผู้รับ ณ สถานที่อยู่ตามเจ้าหน้าที่ได้ระบุไว้บนห่อ ซอง หรือสิ่งของชิ้นนั้น ๆ

คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (excellent service) ตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (customer satisfactions) และเกิดความจงรักภักดี (customer loyalty)

การเข้าถึงลูกค้า หมายถึง การอำนวยความสะดวกในการนำจ่ายจดหมาย/สิ่งของส่งทางไปรษณีย์ถึงสถานที่อยู่ให้แก่ลูกค้า ด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว

การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การพูดจา การกล่าวทักทาย หรือการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการนำจ่ายไปรษณีย์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับลูกค้า

ความสามารถ หมายถึง ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ หรือความรู้ของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการนำจ่ายไปรษณีย์

ความมีน้ำใจ หมายถึง การมีมนุษยสัมพันธ์ มีวิจรรณญาณ มีความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่นำจ่ายไปรษณีย์ที่มีต่อลูกค้า

ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำจ่ายไปรษณีย์ และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ว่าสามารถให้บริการด้วยความเป็นมาตรฐาน และรวดเร็ว

ความเข้าใจและการสนองตอบลูกค้า หมายถึง เจ้าหน้าที่นำจ่ายไปรษณีย์มีความกระตือรือร้นในปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า สามารถเข้าใจในปัญหาดังกล่าว และสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง จดหมาย/สิ่งของที่ส่งทางไปรษณีย์ต้องอยู่ในสภาพที่เรียบร้อย ไม่แตกหักเสียหาย หรือสูญหาย ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงการนำจ่ายให้กับลูกค้า

การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม หมายถึง การกำหนดรูปแบบการให้บริการ อุปกรณ์วิธีการนำจ่ายไปรษณีย์ รวมทั้งภาพลักษณ์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ลูกค้าได้รับรู้ สามารถคาดคะเน และประเมินคุณภาพการนำจ่ายไปรษณีย์ขององค์กรได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้รับทราบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้
2. เพื่อนำผลการวิจัยไปเสนอแนะผู้บริหารทำการปรับปรุงพัฒนาการบริการการนำจ่ายไปรษณีย์ของสำนักงานไปรษณีย์นครหลวงได้ให้สอดคล้องกับความต้องการ และความคิดเห็นของลูกค้า
3. เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับผู้สนใจนำไปทำการศึกษาวิจัยต่อไป