



รูปแบบการพัฒนาการขนส่งสินค้าแฟชั่นที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) และประสิทธิภาพในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา :
ไปรษณีย์ไทย

THE EFFICIENCY OF FASHION TRANSPORTATION DEVELOPMENT
OF EFFECTIVENESS ELECTRONICS COMMERCE BUSINESS IN 4.0 AGE
IN A CASE STUDY OF THAILAND POST

Received: January 01, 2019
Revised: April 08, 2019
Accepted: April 10, 2019

วิสา ศิริอนุสรณ์ศักดิ์¹
Wisa Sirianusornsak

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาการขนส่งสินค้าแฟชั่นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ที่มีประสิทธิภาพในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ไปรษณีย์ไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความเที่ยงของข้อคำถามด้วยวิธีครอนบาค ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.967 ส่วนวิธีการทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติแบบพหุตัวแปร (Multivariate Statistics) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประชาชนที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) กับ ไปรษณีย์ไทย จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท ประเภทสินค้าแฟชั่นที่ซื้อเป็นประจำมากที่สุดคือ เสื้อผ้า และจำนวนครั้งที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับ ไปรษณีย์ไทย 1-5 ครั้ง โดยประชาชนที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) กับ ไปรษณีย์ไทย มีความเห็นเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รูปแบบการขนส่งสินค้าแฟชั่นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ประกอบไปด้วย การขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์

¹ นักศึกษาปริญญาโท โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Graduate students: Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management. Faculty of Business Administration. Ramkhamhaeng University; e-mail: visawisavise1982@gmail.com



ไทยมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า ผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า

คำสำคัญ : อีคอมเมิร์ซ; สินค้าแฟชั่น; ประสิทธิภาพ; ประสิทธิภาพ; ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the efficiency of fashion transportation development of effectiveness electronics commerce business in 4.0 Age in a case study of Thailand Post. A convenience sample of 400 people was administered a closed-ended questionnaire survey, with a reliability of .97 and its content validity being approved by specialists. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. It was found that the people who use the Thailand Post transportation service for fashion in e-commerce business were mostly female with an age range of 31-40 years, possess a bachelor's degree and are single. They are mostly employees of a private company with an average income per month of 10,001-20,000 Bahts. The most popular purchased product is clothing which has been delivered by the Thailand Post service between 1-5 times. They had a high opinion about using transportation for fashion in the e-commerce business *via* Thailand Post. The hypothesis test found that the model of fashion transportation in the e-commerce business *via* Thailand Post had a positive effect on the efficiency delivery and the delivery performance which had a positive effect on the efficiency delivery. The efficiency delivery also had a positive effect on the effectiveness delivery.

Keywords: E-Commerce; Fashion; Efficiency; Effectiveness; Logistics Service Provider

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยเหตุที่ประชากรทั่วโลกสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ทำให้เกิดการซื้อ-ขายสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ทำให้มีธุรกิจอีคอมเมิร์ซรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ปี 2560 ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 อีกร้อยละ 20 มีมูลค่ารวม 2.1 แสนล้านบาท (เฉพาะภาคค้าปลีกสินค้า) (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)



จากการเปรียบเทียบจำนวนผู้ประกอบการและมูลค่าทางการค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างปี 2559 และปี 2560 พบว่า อัตราการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าแฟชั่นเป็นหนึ่งในสินค้าที่นิยมซื้อ-ขายทางอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จึงขยายการให้บริการขนส่งสินค้า เพื่อเข้ามารองรับปริมาณการซื้อ-ขายสินค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น รวมถึงต้องปรับตัวและใช้กลยุทธ์ อีกทั้งเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาร่วมด้วยเพื่อให้เข้ากับยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ แต่อุปสรรคสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ โครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งสินค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ยังด้อยคุณภาพ ก่อให้เกิดปัญหาการส่งสินค้าล่าช้า และบางครั้งยังเกิดปัญหาการคืนสินค้ากลับคืนสู่ผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จึงต้องทำการศึกษา และพัฒนารูปแบบการขนส่งให้มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การปฏิบัติงานส่งมอบสินค้ามีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลที่ดี

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการขนส่งสินค้าทางบกที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิผลในยุคไทยแลนด์ 4.0

นิยามศัพท์

1. อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งการซื้อ-ขายสินค้า บริการต่างๆ และการทำธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. สินค้าแฟชั่น หมายถึง สินค้าตามสมัยนิยม ซึ่งเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและสังคมในแต่ละยุคสมัย
3. ประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า หมายถึง ความสามารถในการส่งสินค้าและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ด้วยยานพาหนะที่มีคุณภาพ และระยะเวลาในการขนส่งสั้น เพื่อจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
4. ประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และยังสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน



5. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ไปรษณีย์ไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการขนส่งสินค้าแฟชั่นที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิผลในยุคไทยแลนด์ 4.0
2. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ ประชาชนที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านตัวแปร
 - 3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ (1) รูปแบบการขนส่งสินค้าทางบกผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (2) ผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้า
 - 3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า และประสิทธิผลในการขนส่งสินค้า
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจ เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ถึง 16 ธันวาคม พ.ศ. 2560 รวมระยะเวลา 1 เดือน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิผลในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของไปรษณีย์ไทย
2. เพื่อนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน นำไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิผลในยุคไทยแลนด์ 4.0

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบการขนส่งสินค้าทางถนนผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์เป็นรูปแบบการขนส่งหลักของสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งต้องวางแผนเลือกเส้นทางในการขนส่งที่เหมาะสมและประหยัด โดยคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และสถานะแวดล้อมภายนอก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น (Ting-ting, 2017) ซึ่งส่งผลให้สามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา เนื่องจากการวางแผนและการดำเนินการให้เหมาะสมกับช่วงเวลา ช่วยให้การกระจายตัวของความล่าช้าลดลง สามารถเพิ่มเวลาทำงาน และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ให้บริการ (Nakandala, 2013) ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและ



ประสิทธิผล ในการขนส่งสินค้าและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคตรงตามเวลา ด้วยการจัดเส้นทางในการจัดส่ง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้เวลาในการขนส่งสั้นที่สุดและถึงผู้บริโภคเร็วที่สุด ช่วยลดต้นทุนจากการเสียโอกาสทางการค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bhattacharyya, 2015) นอกจากนี้ยังสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน (ศิริศรัณญา, 2557)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

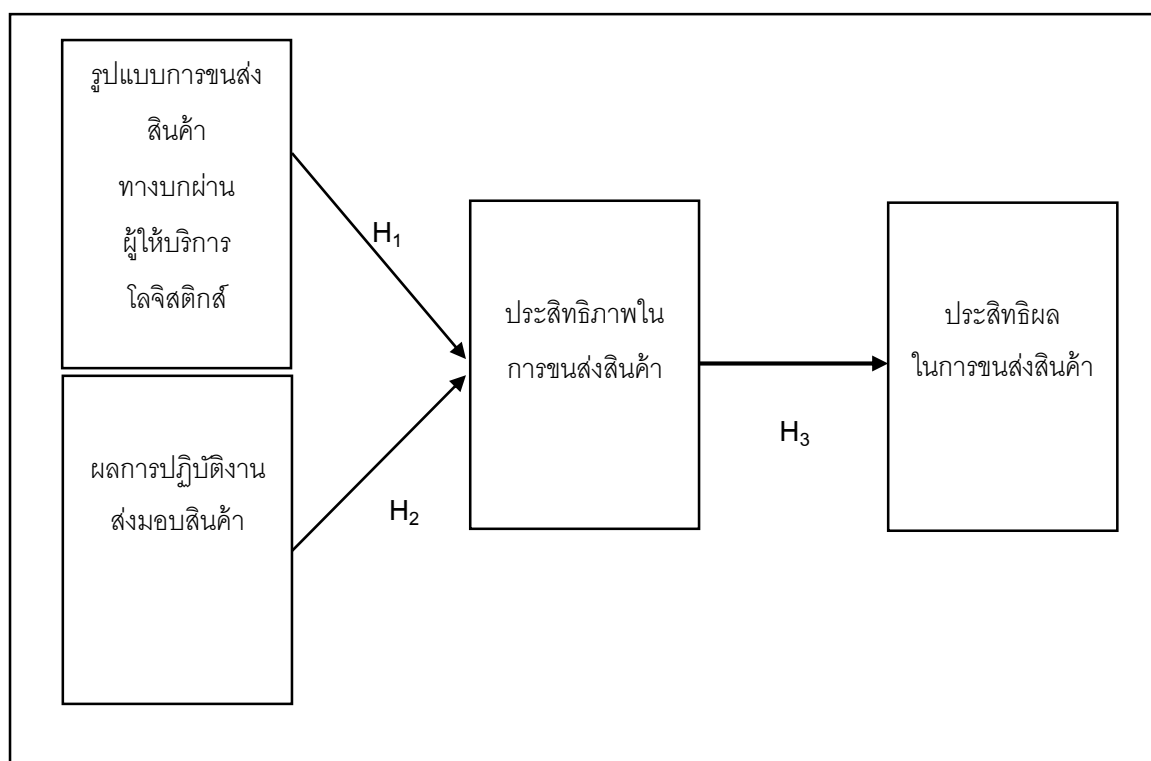
Lemke (2016) ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการเจริญเติบโตของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้การส่งสินค้ามีความสำคัญ โดยเฉพาะการจำกัดพื้นที่การส่งสินค้าของบริษัท In Post company เฉพาะพื้นที่ในเมืองเท่านั้น ซึ่งการส่งสินค้าของธุรกิจการค้าแบบผู้ประกอบการถึงผู้บริโภคนั้นต้องเป็นการส่งถึงบ้าน แต่ที่อยู่ในการส่งสินค้านั้นอยู่นอกเมือง จากการศึกษาจึงพบมาตรการทางเลือกในการแก้ปัญหาด้วยการส่งสินค้าไปที่ตู้ล็อกเกอร์อัตโนมัติที่อยู่ใกล้กับผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตู้ไปรษณีย์อัตโนมัติที่สะดวกและปลอดภัย เพียงแค่ทำรายการหน้าตู้ล็อกเกอร์อัตโนมัติโดยระบุเบอร์โทรศัพท์ และพินโค้ด หรือสแกนคิวอาร์โค้ด ก็สามารถรับสินค้าได้ทันที แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มทางเลือกหรือเพิ่มวิธีการส่งสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการอย่างแท้จริง ซึ่งแตกต่างกับ เพ็ญพิชชา พงษ์ปรีดา (2556) ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งวัตถุดิบอากาศยาน ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่งสินค้าของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อันเนื่องมาจากความล่าช้าในกระบวนการทำงานและเอกสารส่งออก จึงได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยการลดขั้นตอนในการทำงานลง ซึ่งทำให้สามารถส่งสินค้าได้รวดเร็วขึ้น แสดงให้เห็นว่าผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการทำงาน โดยสอดคล้องกับ นิเวศน์ (2559) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ประสิทธิภาพของการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านระบบความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าอันตรายของประเทศไทย พบว่า บุคลากรด้านการจัดการขนส่งและพนักงานขับรถบรรทุกวัตถุอันตรายยังขาดทักษะความรู้ และความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญของงาน การวางแผนงานด้านเส้นทางการขนส่งเพื่อให้ทันเวลา กฎระเบียบด้านความปลอดภัย กฎหมายการขนส่งสินค้าและขนส่งโดยสาร รวมถึงรูปแบบการขนส่งสินค้าที่เหมาะสม นอกจากนี้พนักงานขับรถบรรทุกวัตถุอันตรายยังมีปัญหาทางด้านทัศนคติ พฤติกรรม และวัฒนธรรมที่ดี ซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคในด้านระบบความปลอดภัยในการขนส่งวัตถุอันตราย การพัฒนาความสามารถของพนักงานขับรถบรรทุกวัตถุอันตรายทางด้านระบบความปลอดภัยใน



การขนส่งสินค้า ส่งผลต่อประสิทธิผลทางด้านความน่าเชื่อถือและระบบความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า
อันตราย

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องรูปแบบการพัฒนาการขนส่งสินค้า
แพ้นที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิผลในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา :
ไปรษณีย์ไทย ผู้วิจัยได้ตัวแปรที่จะทำการศึกษาตามกรอบแนวคิดการทำวิจัยตามทฤษฎี ดังนี้



สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H₁) รูปแบบการขนส่งสินค้าทางบกผ่านผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อประชาชนที่ซื้อ-ขายสินค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 2 (H₂) ผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อประชากรที่ซื้อ-ขายสินค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 3 (H₃) ประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อประชากรที่ซื้อ-ขายสินค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประชาชนที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับ ไปรษณีย์ไทย จำนวน 400 คน
2. ทดสอบความเที่ยงของข้อคำถามด้วยวิธีครอนบาค ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชาชนที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับ ไปรษณีย์ไทย จำนวน 400 คน
3. รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของตัวแปรแต่ละตัว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติแบบพหุตัวแปร (Multivariate Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาผลลัพธ์
4. สรุปผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมทั้งเขียนอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัย

ตาราง 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)

ตัวแปร / ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	142	35.50
หญิง	258	64.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	18	4.50
21-30 ปี	136	34.00
31-40 ปี	158	39.50
41-50 ปี	70	17.50
มากกว่า 51 ปีขึ้นไป	18	4.50
รวม	400	100.00
ตัวแปร / ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ



3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี	88	22.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	240	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.00
รวม	400	100.00

4. สถานภาพ

โสด	268	67.00
สมรส	124	31.00
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา	50	12.50
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	216	54.00
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	13.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	64	16.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	12	3.00
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	38	9.50
10,001-20,000 บาท	114	28.50
20,001-30,000 บาท	104	26.00
30,001-40,000 บาท	52	13.00
40,001-50,000 บาท	38	9.50
50,000 บาท ขึ้นไป	54	13.50
รวม	400	100.00

7. ประเภทสินค้าแฟชั่น

เสื้อผ้า	224	61.30
เครื่องประดับ	34	8.50



ตัวแปร / ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
นาฬิกาข้อมือ	28	7.00
รองเท้า	68	17.10
กระเป๋า	24	6.00
รวม	400	100.00
8. จำนวนครั้งที่ใช้บริการขนส่งสินค้าแฟชั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับไปรษณีย์ไทย		
1-5 ครั้ง	234	58.50
6-10 ครั้ง	70	17.50
10-15 ครั้ง	20	5.00
16 ครั้งขึ้นไป	76	19.00
รวม	400	100.00

ตาราง 2

ระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์ไทย

(n = 400)

ตัวแปร / ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
การขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์ไทย (ROA)	4.11	0.770	ระดับสูง
1. ไปรษณีย์ไทยมีบริการขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) (ROA1)	4.23	0.639	ระดับสูง
2. ไปรษณีย์ไทยมีบริการจัดส่งสินค้าสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ครอบคลุมทุกพื้นที่การขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์ไทย (ROA2)	4.18	0.723	ระดับสูง
3. ไปรษณีย์ไทยมีบริการจุดรับฝากส่งพิเศษ (Drop Off) สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ที่ช่วยอำนวยความสะดวก (ROA3)	4.06	0.808	ระดับสูง
4. ไปรษณีย์ไทยมีบริการจุดรับฝากส่งพิเศษ (Drop Off) สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ทำให้ใช้เวลาในการส่งน้อยลง (ROA4)	4.04	0.797	ระดับสูง



ตัวแปร / ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
5. ไปรษณีย์ไทยให้บริการรับสินค้าถึงที่ของผู้ส่ง (Pick Up Service) (ROA5)	4.10	0.893	ระดับสูง
6. ไปรษณีย์ไทยมีบริการขนส่งหลายรูปแบบให้เลือกสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) (ROA6)	4.05	0.787	ระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ารูปแบบการขนส่งสินค้าแฟชั่นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วย การขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับไปรษณีย์ไทยมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าโดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของการขนส่งสินค้าทางบกเท่ากับ 0.303 ผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าเท่ากับ 0.612 และประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลในการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าเท่ากับ 0.784 อย่างมีนัยสำคัญ

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การขนส่งสินค้าทางบกของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับไปรษณีย์ไทยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของการขนส่งสินค้าทางบกเท่ากับ 0.303 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ting-ting (2017) กล่าวคือ การขนส่งทางบกเป็นการขนส่งทางหลักของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) ซึ่งสามารถรับและส่งสินค้าถึงที่ของผู้ส่งและผู้รับได้ทั่วทุกพื้นที่ จึงตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าเท่ากับ 0.612 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bushuev (2017) กล่าวคือ การส่งมอบสินค้าจะต้องจัดส่งให้ถึงลูกค้าได้ตรงตามวันและเวลาที่นัดหมาย ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของไปรษณีย์ไทย

ประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีประสิทธิผลในยุคลไทยแลนด์ 4.0 ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิผลในการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าเท่ากับ 0.784 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Andrejić (2016) กล่าวคือ การขนส่งและกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง สะดวก และรวดเร็ว โดยใช้ระยะเวลาที่สั้นลงและใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าจึงถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ



ข้อเสนอแนะ

ไปรษณีย์ไทยและธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีการวางแผนและแนวทางการบริหารจัดการการขนส่งสินค้า และพัสดุให้กับผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง สะดวก และรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของไปรษณีย์ไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ช่วยพัฒนาการขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้มีความทันสมัยและก้าวหน้ามากขึ้น โดยอาจมีการนำนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการขนส่ง
2. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติขั้นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาโดยใช้สถิติอื่นๆ เพิ่มเติมในการวิเคราะห์ผลการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เพ็ญพิชชา พงษ์ปรีดา (2556). กรณีศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งวัตถุอาศยาน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการพาณิชย์สินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์อาคารคลังสินค้า ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีโลจิสติกส์.
- ทวิศม์ชญา พิพัฒน์เพ็ญ และคณะ. (2557). รายงานการวิจัยเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล การปฏิบัติราชการของเทศบาลนครสงขลา, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, หน้า 16-22
- นิเวศน์ ธรรมชัยชูศักดิ์. (2559). ประสิทธิภาพของการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านระบบความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าอันตรายของประเทศไทย. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1, หน้า 47-62.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งรับอานิสงส์ E-Commerce รุ่ง สร้างมูลค่าตลาด 5,600 ล้านบาทในปี 2560. ปีที่ 23 ฉบับที่ 2833, สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.newsdata.today.com//images/News/OO1-9-17/579.pdf>.
- Andrejić, M., Bojović, N., & Kilibarda, M. (2016). A framework for measuring transport efficiency in distribution centers. Transport Policy, 45 (Supplement C), 99-106.
- Bhattacharyya, K., & Guifrida, A. L. (2015). An optimization framework for improving supplier delivery performance. Applied Mathematical Modelling, 39(13), 3771-3783.



- Bushuev, M. A. (2017). Delivery performance improvement in two-stage supply chain.
International Journal of Production Economics, 66-73
- Lemke, J., Iwan, S., & Korczak, J. (2016). Usability of the Parcel Lockers from the Customer
Perspective – The Research in Polish Cities. Transportation Research Procedia, 16
(Supplement C), 272-287.
- Nakandala, D., Samaranayake, P., & Lau, H. C. W. (2013). A fuzzy-based decision support
model for monitoring on-time delivery performance: A textile industry case study.
European Journal of Operational Research, 225(3), 507-517.
- Qu, Ting-ting; Mao, Ting, & Zhou, Xing-jian. (2017). "Research about the Development Path of
"Internet + Logistics" under E-commerce, WHICEB 2017 Proceedings, 38.