บริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติ ลักษณะบริการและลักษณะลูกค้า

ณิชากร ทองเปลว ทศวรรษ ดอนกลอย[2] ปิยวัช รักศิลป์ทอง[2] อภิชัย วงศ์โชคชัยปิติ[2] จิรัสยา เตชะบุญประทาน[2] ณัฐกิตติ์ บุญยะศรี[2] ปราณปรินทร์ ผาดี[2] ภูมิพัฒน์ งามระยับ[2] ธาดา ศิริอาภานนท์[2] สมชาย ปฐมศิริ[2]

[1] สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จ.ชลบุรี

[2] ภาควิชาวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จ.นครปฐม

**Corresponding author; E-mail address: egspt@yahoo.com*

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการเดินทางในเมือง มีสิ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ในบทความนี้ รายงานผลการศึกษาบริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติ ซึ่งบริษัทเอกชนนำมาให้บริการในเมือง ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ด้วยตัวเองโดยเสียค่าบริการตามอัตราที่บริษัทกำหนด การศึกษานี้ต้องการทราบถึงลักษณะการให้บริการและลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการตู้รับฝากดังกล่าว โดยเลือกจุดให้บริการ 4 แห่ง ณ ห้างสรรพสินค้าและสถานีรถไฟฟ้า สำรวจข้อมูลโดยวิธีสังเกตุและจดบันทึกลักษณะทางกายภาพของบริการ ลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ขนาดตู้ฝากของที่เลือกใช้ เวลาฝากของ เวลารับของ และระยะเวลาการฝาก ผลการวิเคราะห์พบว่า บริษัทผู้ให้บริการจัดเตรียมขนาดของตู้ไว้หลากหลายทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่มาก ลูกค้าที่มาใช้บริการมักจะมากันเป็นกลุ่ม ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ลูกค้าต่างชาติใช้บริการมากกว่าคนไทย สิ่งของเห็นว่าฝากบ่อยที่สุด คือ กระเป๋าเดินทาง ระยะเวลาฝากนาน 2 – 6 ชั่วโมง เมื่อกลับมารับสิ่งของที่ฝากไว้ ลูกค้าส่วนมากมีสิ่งของติดตัวกลับมาด้วย คงเป็นเพราะว่าลูกค้าฝากสิ่งของเพื่อจะไปซื้อสินค้าเพิ่มเติม อัตราการใช้บริการตู้รับฝากในบางแห่งสูงกว่าปริมาณช่องที่จัดเตรียมไว้ ซึ่งหมายความว่า บริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัตินี้มีประโยชน์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เดินทางในเมืองได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อเลือกทำเลที่ตั้งในจุดที่เหมาะสม เช่น ศูนย์การค้า และสถานีรถไฟฟ้า

คำสำคัญ: บริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติ, ลักษณะการให้บริการ, ลูกค้า

At present, there is increasingly technology and innovation to facilitate traveling in the city. In this paper, it reports the study of public automatic locker services in the city which is provided by a private company. It is the self-service at the pre-set charging price. This study is aimed to learn about characteristics of service and clients. Four case studies at the department store and subway stations were chosen. The data were collected by observing and recording its physical service characteristics, characteristics of clients, size of chosen locker, deposit time, pick-up time and expenses. The results showed that the company provides four different locker sizes. i.e., small, medium, large and super large. Clients usually come in group. Male and female clients are almost equal. There are more of international clients than Thais. Traveling bags are deposited most frequently. The duration is between 2 – 6 hours. It was also observed that clients come back to pick up with more stuffs. They may deposit in order to buy more. The rate of use is higher than the number of boxes at some locations. This means that the public automatic locker is useful and able to accommodate the clients' need very well while traveling in the city, especially at best locations such as department store and subway stations.

Keywords: Public automatic locker, Service characteristics, Client characteristics

คำนำ

การใช้ชีวิตในปัจจุบัน มีนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สำหรับอำนวยความสะดวกเกิดขึ้นมากมาย ตู้รับฝากสิ่งของอัตโนมัติเป็นอีกบริการหนึ่งที่เริ่มเห็นได้ทั่วไปในที่สาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฟ้า สนามบิน เป็นต้น

ความจริงแล้ว บริการรับฝากสิ่งของ ไม่ใช่สิ่งใหม่ในสังคมแต่อย่างใด เพียงแต่บริการดั้งเดิมนั้นมักจะให้บริการโดยเจ้าของสถานที่นั้นเอง ในการรับฝากเพื่อที่ลูกค้าของตนเองไม่จำเป็นต้องถือสิ่งของเหล่านั้นติดตัวไปตลอดเวลา เคลื่อนที่ได้คล่องตัว และที่สำคัญคือ สามารถจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าเพิ่มเติมได้อีก ซึ่งปัจจุบันบริการรับฝากสิ่งของรูปแบบเดิมนี้ก็ยังมีให้

พบเห็นกันอยู่ทั่วไป เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่ง หรือแม้กระทั่งสถานีรถไฟ เป็นต้น

วิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป รักความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้บริการรับฝากสิ่งของเปลี่ยนโฉมไปจากเดิม ปรากฏให้เห็นในที่สาธารณะทั่วไป ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของสถานที่นั้นๆ เอง กลายเป็นรูปแบบทางธุรกิจใหม่ซึ่งบุคคลที่สาม หรือ Third Party เข้ามาให้บริการในทำเลที่คิดว่าเหมาะสม ผู้ใช้บริการก็ไม่จำเป็นต้องมาใช้บริการของสถานที่นั้นๆ ใครก็ได้สามารถจะมาใช้บริการ เป็นบริการอัตโนมัติด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องมีพนักงานเฝ้า

บทความนี้ สนใจศึกษาบริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติ Lock Box ของบริษัท Lock Box Group จำกัด ที่เริ่มนำมาให้บริการในประเทศไทยเมื่อไม่นานนี้ และเป็นบริการที่โดดเด่น กำลังได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น เพื่อต้องการทราบลักษณะการให้บริการ ลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการ และพฤติกรรมการการใช้บริการ

การศึกษาทบทวนงานวิจัย

ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตสมัยใหม่และความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้บริการรับฝากสิ่งของเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการไปอย่างมาก เกิดเป็นบริการรับฝากสิ่งของด้วยตนเอง (Self-service) ในทำเลสาธารณะที่เหมาะสม ในรูปแบบของตู้ซึ่งมีช่องรับฝากหลากหลายขนาด เล็ก-กลาง-ใหญ่ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความต้องการฝากสิ่งของและกลับมารับในภายหลัง ซึ่งยังไม่มีการศึกษากันมากนักว่าบริการเป็นอย่างไร ลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการจริงเป็นอย่างไร พฤติกรรมการใช้บริการเป็นอย่างไร ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือไม่ และได้ผลดีในทางธุรกิจเพียงใด ซึ่งยังเป็นประเด็นที่บทความนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาทำความเข้าใจ

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา บริการตู้รับฝากสิ่งของพัฒนาก้าวหน้าไปมากในต่างประเทศ เนื่องจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของพาณิชย์ธุรกิจ (e-commerce) [1] ธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ [2] และธุรกิจไปรษณีย์ [3] จำนวนมากนำบริการตู้รับฝากสิ่งของอัตโนมัติหรือที่เรียกว่า Parcel locker ออกมาให้บริการเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งในช่วงสุดท้าย หรือ Last-mile delivery ซึ่งมักจะมีปัญหาว่าไม่สามารถนำส่งสินค้าให้กับผู้สั่งซื้อได้ที่บ้านด้วยเหตุผลหลากหลาย เช่น ผู้สั่งซื้อสินค้าไม่อยู่บ้าน หรือ ต้นสังกัดที่ทำงานของผู้สั่งซื้อสินค้าไม่ต้องการนำสินค้ามาส่งที่ทำงาน ทำให้เกิดภาระเพิ่มขึ้นในการนำสินค้าไปส่งซ้ำอีกครั้ง การฝากสินค้าไว้ที่ตู้รับฝาก จึงเป็นการลดต้นทุนในการขนส่ง [1 - 2, 4]

โดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อย่างรุนแรงไปทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย บริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติเป็นทางเลือกของลูกค้าที่ต้องการลดการติดต่อหรือการสัมผัสกับคนที่ไม่รู้จัก โดยให้นำสินค้าไปส่งไว้ที่ตู้รับฝากสิ่งของอัตโนมัติแทน ซึ่งบริการรับฝากสิ่งของอัตโนมัตินี้ไม่เพียงแต่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี [1, 5] ณ ปัจจุบัน บริการ Parcel locker เริ่มมีในประเทศไทยแล้วด้วยเช่นกัน

วิธีการศึกษา

3.1 กรณีศึกษา

งานศึกษานี้ พิจารณาบริการตู้รับฝากสิ่งของสาธารณะอัตโนมัติ Lock Box Storage ของบริษัท Lock Box Group จำกัด ซึ่งมีจุดให้บริการ 20 แห่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล โดยเกือบทั้งหมดกระจายอยู่ตามสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และอีก 1 แห่ง ในจังหวัดภูเก็ต [6] นอกจากนี้ยังมีบริการ Lock Box Plus Shop อีก 4 จุด ที่สนามบินสุวรรณภูมิ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ห้างสรรพสินค้า Siam Discovery และ The Market Bangkok ทั้งนี้ได้เลือกศึกษาจำนวน 4 แห่งหลัก ได้แก่ Lock Box Plus Shop 1 แห่ง ที่บริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน และ Lock Box 3 แห่ง ที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินกำแพงเพชร สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ประตู 1 และสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ประตู 3

3.2 ข้อมูล

ข้อมูลที่ต้องการสำรวจรวบรวมภาคสนามประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของบริการ (เช่น ลักษณะทางกายภาพของตู้รับฝาก อัตราค่าบริการ เป็นต้น) ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า (เช่น เพศ ช่วงอายุ จำนวนผู้ใช้บริการ ชาวไทยหรือต่างประเทศ) และข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ (เช่น ขนาดของตู้รับฝากที่เลือกใช้ เวลาฝากสิ่งของ เวลารับสิ่งของ ระยะเวลาการใช้บริการ ประเภทของสิ่งของที่ฝาก ลูกค้าหิ้วของสิ่งของหรือสัมภาระกลับมาด้วยหรือไม่ เป็นต้น)

3.3 ระยะเวลาการสำรวจรวบรวมข้อมูล

สำรวจรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ครอบคลุมช่วงเช้า กลางวัน และเย็น ดังแสดงในตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า Lock Box Plus Shop บริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน มีจำนวนช่องมากถึง 129 ช่อง น่าจะเป็นเพราะบริษัทฯ เห็นว่าเป็นศูนย์กลางของเมือง มีผู้คนหนาแน่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส

ตารางที่ 1 ลักษณะของ**บริการ**

สถานที่	จำนวนช่อง	วันที่สำรวจข้อมูล	ระยะเวลาสำรวจข้อมูล
ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน	129	17 พฤศจิกายน 2562	10 – 18น.
สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินกำแพงเพชร ประตู 2	42	18 ธันวาคม 2562	8 - 20น.
สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ประตู 1	12	18 ธันวาคม 2562	8 – 20น.
สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ประตู 3	34	18 ธันวาคม 2562	8 – 20น.

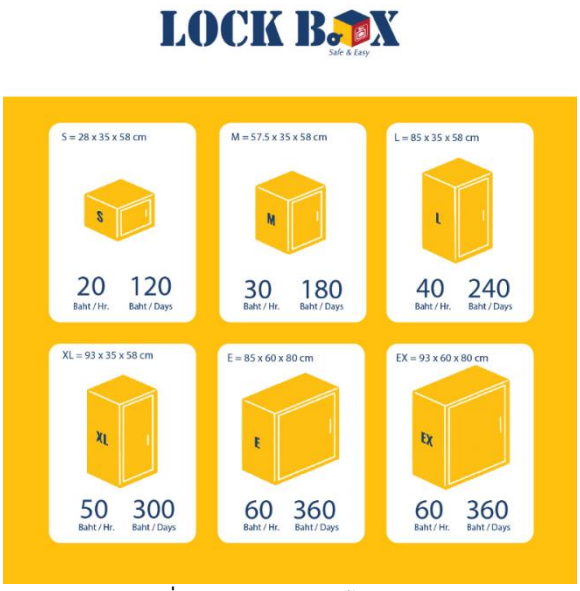
3.4 วิธีการสำรวจรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลทางกายภาพของบริการ Lock Box ด้วยการนับและจดบันทึก เก็บข้อมูลลักษณะและพฤติกรรรมของผู้ใช้บริการโดยวิธีการสังเกตและจดบันทึกด้วยแบบสำรวจ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

4.1 ลักษณะของบริการ

ในแง่ราคาค่าบริการเช่าใช้ตู้ Lock Box ขึ้นอยู่กับขนาดของตู้ [7] ดังที่แสดงในรูปที่ 1 ราคาเริ่มต้นที่ 20 บาท/ชั่วโมง (เช่าทั้งวันคิดราคา 120 บาท/วัน) สำหรับขนาดเล็กที่สุด 28 x 35 x 58 ซม. หรือ ขนาด S จนถึงราคา 60 บาท/ชั่วโมง (เช่าทั้งวันคิดราคา 360 บาท/วัน) สำหรับขนาดใหญ่ที่สุด 93 x 60 x 80 ซม. หรือขนาด EX รูปที่ 2 แสดง Lock Box บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ทางออก 3



รูปที่ ขนาดและราคาเช่าตู้ Lock Box



รูปที่ 2 ลักษณะของ Lock Box บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ทางออก 3

สำหรับราคาค่าบริการเช่าใช้ตู้ Lock Box Plus Shop มีให้เลือก 4 ขนาด ดังที่แสดงในรูปที่ 3 ราคาเริ่มต้นที่ 30 บาท/ชั่วโมง (เช่าทั้งวันคิดราคา 180 บาท/วัน) สำหรับขนาดเล็กที่สุด 15 x 35 x 58 ซม. หรือ ขนาด SS จนถึงราคา 50 บาท/ชั่วโมง (เช่าทั้งวันคิดราคา 300 บาท/วัน) สำหรับขนาดใหญ่ที่สุด 85 x 35 x 58 ซม. หรือขนาด L รูปที่ 4 แสดง Lock Box Plus Shop บริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน



รูปที่ 3 ขนาดและราคาเช่าตู้ Lock Box Plus Shop



รูปที่ 4 ลักษณะของ Lock Box Plus Shop ที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

ขั้นตอนการเริ่มใช้บริการฝาก ณ บริเวณหน้า Lock Box เลือกรายการ “เช่าล็อคเกอร์” เลือกช่องฝากของ ใส่เบอร์โทรศัพท์ กำหนดรหัสผ่านของ

ตนเองในการเปิดตู้ ชำระเงิน และนำสัมภาระใส่เข้าในช่องรับฝากที่เลือก รูปที่ 5 แสดงหน้าจอสำหรับให้ลูกค้าใช้บริการ Lock Box



รูปที่ 5 หน้าจอสำหรับลูกค้าใช้บริการ Lock Box

การชำระค่าใช้บริการเช่า สามารถชำระได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด Rabbit Line Pay, WeChat Pay และ QR Code ของทุกธนาคาร

ขั้นตอนการรับสัมภาระคืน ณ บริเวณหน้า Lock Box เลือกรายการ “นำของออก” เลือกช่องฝากของ ใส่รหัสผ่าน ชำระเงิน (กรณีฝากเกินเวลา) และนำสัมภาระของจากช่องรับฝาก

ด้วยบริการช่องรับฝากสิ่งของที่หลากหลายมากถึง 10 ขนาด และราคาที่แตกต่างกันของ Lock Box และ Lock Box Plus Shop เป็นที่น่าสนใจศึกษาว่าผู้ใช้บริการนิยมเลือกใช้บริการขนาดและราคาใด

4.2 ลักษณะของผู้ใช้บริการ

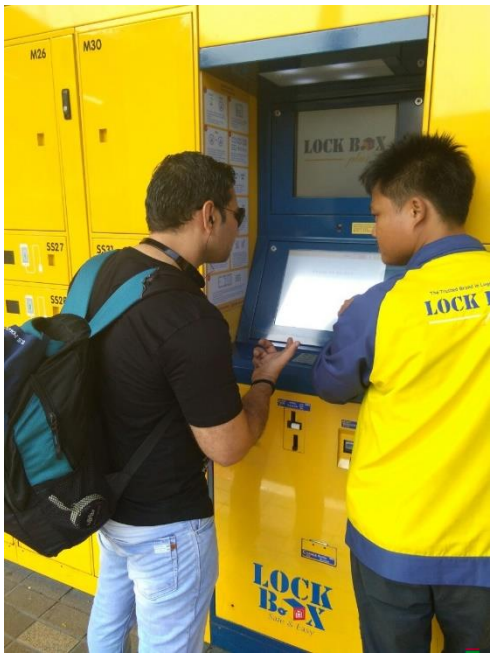
ตารางที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการ

ลักษณะ	ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน 129 ช่อง	สถานีกำแพงเพชร ทางออก 2 42 ช่อง	สถานีจตุจักร ทางออก 1 12 ช่อง	สถานีจตุจักร ทางออก 3 34 ช่อง
เพศ	ชาย 13 ช่อง หญิง 13 ช่อง หมู่คณะ 40 ช่อง	ชาย 4 ช่อง หญิง 7 ช่อง หมู่คณะ 11 ช่อง	ชาย 8 ช่อง หญิง 10 ช่อง หมู่คณะ 4 ช่อง	ชาย 9 ช่อง หญิง 13 ช่อง หมู่คณะ 6 ช่อง
เชื้อชาติ	ไทย 39 ช่อง ต่างชาติ 27 ช่อง	ไทย 8 ช่อง ต่างชาติ 14 ช่อง	ไทย 18 ช่อง ต่างชาติ 4 ช่อง	ไทย 26 ช่อง ต่างชาติ 2 ช่อง

ตารางที่ 1 จำแนกลักษณะของกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการ Lock Box และ Lock Box Plus Shop ณ จุดต่างๆ ที่ทำการสำรวจ จะเห็นได้ว่า ในแง่เพศของลูกค้า มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ที่น่าสนใจคือ มีลูกค้าจำนวนมากมาใช้บริการเป็นหมู่คณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน (ดังแสดงในรูปที่ 6) จากการสังเกตพบว่าผู้ใช้บริการที่เดินทางมากันเป็นกลุ่ม นิยมเช่าใช้ตู้บริการขนาดใหญ่ขึ้น และฝากของร่วมกันในช่องเดียวกัน



รูปที่ 6 ผู้ใช้บริการตู้รับฝากจำนวนมากมากันเป็นหมู่คณะ



รูปที่ 7 บริษัทฯ จัดให้มีพนักงานช่วยเหลือลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ

เมื่อสังเกตด้านเชื้อชาติของผู้ใช้บริการ พบว่าส่วนมากยังเป็นคนไทยมากกว่าคนต่างชาติ แม้กระทั่งที่บริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ผู้ใช้บริการก็ยังเป็นคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ จะมีที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินกำแพงเพชร ทางออก 2

ผู้ใช้บริการเป็นชาวต่างชาติ (14 ช่อง) มากกว่าคนไทย (8 ช่อง) ในกรณีของลูกค้าต่างชาติ บริษัทฯ จัดให้มีพนักงานยืนอำนวยความสะดวกระหว่างการใช้บริการด้วย (รูปที่ 7)

4.3 พฤติกรรมการการใช้บริการ

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ Lock Box Plus Shop และ lock Box เมื่อพิจารณาตามขนาดช่องที่ลูกค้าเช่าใช้บริการ พบว่า ช่องที่มีขนาดใหญ่ได้รับความนิยมมากในบริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ในขณะที่ช่องที่มีขนาดเล็กได้รับความนิยมมากในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินทั้ง 3 แห่งที่สำรวจ อาจจะเพราะว่า กลุ่มลูกค้าของตู้รับฝากสิ่งของในแต่ละสถานที่มีลักษณะแตกต่างกัน ในบริเวณห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ใช้บริการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าอยู่ภายในสถานที่จำกัด จึงมีปริมาณสิ่งของจำนวนมากที่จะต้องฝาก ในขณะที่กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ระหว่างการเดินทางไม่น่าจะมีสิ่งของติดตัวมากนัก จึงเช่าช่องรับฝากขนาดเล็ก

จะสังเกตว่าระหว่างที่สำรวจรวบรวมข้อมูล จำนวนช่องที่ให้บริการของแต่ละแห่ง มีเพียงพอกับความต้องการเช่าใช้บริการ ยกเว้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ทางออก 1 ซึ่งมีจำนวนช่องรวมเพียง 12 ช่องเท่านั้น จำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละขนาด ล้วนแล้วแต่มีจำนวนมากกว่าจำนวนช่องที่ให้บริการทั้งสิ้น อาจจะหมายความว่า จำนวนช่องที่จัดเตรียมไว้ให้บริการมีจำนวนน้อยเกินไป สังเกตว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน นิยมใช้เช่าตู้ที่มีขนาดเล็ก (S) จนทำให้จำนวนช่องมีไม่เพียงพอกับความต้องการเช่าใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และ

ลักษณะ	ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน 129 ช่อง	สถานีกำแพงเพชร ทางออก 2 42 ช่อง	สถานีจตุจักร ทางออก 1 12 ช่อง	สถานีจตุจักร ทางออก 3 34 ช่อง
ขนาดช่อง	SS 5/24 ช่อง S 9/13 ช่อง M 35/60 ช่อง L 17/32 ช่อง All = 66/129			

มากกว่าชาวต่างชาติ ลูกค้าทั้งหมดเป็นประเภทฝากระยะสั้นไม่นิยมฝากทั้งวัน ระยะเวลาการฝากอยู่ระหว่าง 2 – 6 ชั่วโมง ระยะเวลาฝากโดยเฉลี่ยของช่องรับฝากที่มีขนาดใหญ่ จะนานกว่าช่องรับฝากขนาดเล็ก ลูกค้าส่วนมากมักจะมีสิ่งของติดตัวกลับมาเพิ่มเติมเมื่อมารับสัมภาระที่ฝากไว้ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าใช้ตู้รับฝากเพื่อลดภาระในการพกพาสิ่งของที่ไม่จำเป็นไปกับตนเอง ระหว่างการเดินทางไปที่อื่นๆ สิ่งของที่ฝาก มักจะเป็นประเภทกระเป๋า

อาจกล่าวได้ว่า บริการตู้รับฝากสิ่งของอัตโนมัติสาธารณะนี้ มีคุณค่าต่อผู้ใช้บริการ ข้อที่ควรต้องพิจารณาเพิ่มเติม คือ ปริมาณลูกค้าที่ต้องการเช่าใช้งานบริการ จะสังเกตว่าในบางทำเล เช่น สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินจตุจักร ทางออก 1 มีลูกค้าใช้บริการมากว่าช่องรับฝากที่จัดเตรียมไว้ ดังนั้น การคาดเดาปริมาณลูกค้าที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง จะเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก หรือบอกต่อไปถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ในแง่ของความทั่วถึงของใช้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริการดังกล่าวนี้แพร่หลายหรือไม่ อาจจะจำเป็นต้องพิจารณาทำเลใหม่ที่มีความเหมาะสมต่อการให้บริการเพิ่มขึ้น ที่สำคัญกว่านั้น คือ จะพัฒนารูปแบบทางธุรกิจนี้ต่อไปอย่างไร ให้เป็นมากกว่าการรับฝากสิ่งของปกติ เป็นไปได้หรือไม่ว่า จะพัฒนาบริการให้กว้างขวางทันสมัยขึ้น เช่น Parcel Box ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่ง ณ ปัจจุบัน เริ่มเห็นมีการลงทุนในแนวทางนี้บ้างแล้ว

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ช่วยสำรวจรวบรวมข้อมูลภาคสนามอย่างขยันขันแข็งมาก และขอบคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงคุณภาพของบทความ

เอกสารอ้างอิง

[1] Vakulenko Y., Daniel Hellstrom and Klas Hjort, (2018). What's in the parcel locker? Exploring customer value in e-commerce last mile delivery. *Journal of Business Research*, 88, pp. 421 – 427.

[2] Schaefer, Jaclyn S. and Miguel A. Figliozzi (2021). Spatial accessibility and equity analysis of Amazon parcel lockers facilities, Journal of Transport Geography 97, 103212.

[3] van Duin, J.H.R., B.W. Wiegmans, B. van Armen and Y. van Amstel (2020). From home delivery to parcel lockers: a case study in Amsterdam, Transportation Research Procedia 46, pp. 37 – 44.

[4] Hoffer, K., Stefan Flucher, Martin Fellendorf, Michael Chandler and Norbert Hafner (2020). Estimation of changes in customer's mobility behaviour by the use of parcel lockers, *Transportation Research Procedia 47*, pp. 425 – 432.

[5] Lai, Po-Lin, Hyunmi Jang, Minigjir and Ke Pang (2021). Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics, The Asian Journal of Shipping and Logistics 38, pp. 25- 30.

[6] Lock Box (2562). Size & Price, https://www.lockbox-th.com, 23 ธันวาคม 2562.

[7] CHANGTRIXGET (2562). Lock Box บริการตู้ล็อกเกอร์รับฝากสัมภาระ 24 ชั่วโมง https://www.changtrixget.com/review/withdrawluggagewithlockerservice/, 23 ธันวาคม 2562.