

# **Huling-Milyang Paghahatid: Pagsisiyasat sa Mga Kasanayan sa Operasyon at Mga Hamon sa Pakikipag-ugnayan ng Mamimili na Hinaharap ng mga Tagapaghatid**

**CRISMAR V. HOYLAR**

**JADE C. JORNALES**

Biliran Province State University, Naval, Biliran, Philippines

**RICKY P. BAER**

Polytechnic University of the Philippines, Leyte, Leyte, Philippines

crismarhoylar@bipsu.edu.ph

*Abstrak* — Nilalayon ng pag-aaral na ito na siyasin at ilarawan ang mga pananaw, karanasan, mga gawain, at mga hamon na kinakaharap ng mga tagahatid ng mabilisang padala hinggil sa paghahatid ng serbisyo ng kumpanya ng padala, paghawak ng mga parsela, at pakikipag-ugnayan sa mga pinaglilingkuran. Isang pamamaraan ng pananaliksik na may paggamit ng deskriptibong disenyo ng sarbey ang pinagtibay. Isang nakabalangkas na talatanungan ang ipinamahagi sa 62 tagahatid ng mabilisang padala sa Naval, Biliran, Pilipinas. Ang nakalap na datos ay nakatuon sa demograpiko ng mga tagahatid, mga operational na gawain, paghawak ng reklamo, at mga hamon tulad ng pagtangg sa parsela at matinding pakikipag-ugnayan sa mga pinaglilingkuran. Ginamit ang deskriptibong estadistika para sa pagsusuri ng datos. Natuklasan ng pananaliksik na ang epektibong pag-uuri ng parsela ay susi sa napapanahong paghahatid, habang ang maling paghawak sa sentro ng pag-uuri at mga isyu sa nagbebenta ay pangunahing sanhi ng pinsala sa parsela. Karaniwang nireresolba ng mga tagahatid ang mga reklamo sa pamamagitan ng paghingi ng paumanhin at paglilinaw ng mga isyu. Ang kakulangan sa kakayahang pinansyal na magbayad ang pangunahing dahilan ng pagtangg sa parsela. Isang kritikal na natuklasan ay ang pagbibigay-diin ng mga tagahatid sa pag-unawa sa mga pangangailangan ng mga pinaglilingkuran upang mapabuti ang kasiyahan sa serbisyo. Iminumungkahi ng mga natuklasan na ang mga kumpanya ng padala ay dapat magtuon sa pag-optimize ng mga operasyon sa sentro ng pag-uuri at hikayatin ang mas mahusay na pagbalot ng nagbebenta upang mabawasan ang pinsala sa parsela. Ang pagsasanay sa mga tagahatid sa pakikipag-ugnayan na may pag-unawa at mga pamamaraan ng pagpapahinahon, kasama ang malinaw na patakaran para sa pagtangg sa parsela, ay maaaring makabuluhang mapahusay ang serbisyo sa mga pinaglilingkuran at kaligtasan ng tagahatid. Nag-aalok ang papel na ito ng mahalagang direktang pananaw sa mga hamon sa operasyon at karanasan ng mga tagahatid ng mabilisang padala sa isang partikular na lugar. Nag-aambag ito sa pag-unawa sa mga praktikal na aspeto ng paghahatid sa huling bahagi mula sa pananaw ng mga direktang kasangkot, na nagtatampok ng mga kritikal na lugar para sa pagpapabuti ng serbisyo at kasiyahan ng mga pinaglilingkuran sa industriya ng pagpapadala.

***Mga susing salita* — *filipino, Logistik, kuryer, kustomer, kasiyahan, tagapaghatid, paketel, serbisyo, paghahatid***

---

## **I. Panimula**

Sa mabilis na umuusbong na tanawin ng elektronikong komersiyo ngayon, ang mga serbisyo ng kuryer ay naging isang kailangang-kailangan na link sa pagitan ng mga negosyo at mga mamimili. Ang kahusayan at pagiging maaasahan ng mga serbisyong ito ay direktang nakakaapekto sa kasiyahan at katapatan ng mamimili, na ginagawang mahalaga ang papel ng mga express riders—yaong nasa harapan ng paghahatid. Sa kabila ng kanilang kritikal na tungkolin, kadalasan ay may limitadong pag-unawa sa mga pang-araw-araw na realidad ng pagpapatakbo, mga partikular na kasanayan, at mahahalagang hamon na kinakaharap ng mga tagahatid na ito. Ang agwat sa kaalaman na ito ay maaaring hadlangan ang mga pagsisikap na pagandahin ang mga proseso ng paghahatid, pagbutihin ang kalidad ng serbisyo, at tiyakin ang kagalingan ng mga sakay mismo. Itinatampok ng kasalukuyang literatura ang iba't ibang aspeto ng kahusayan sa serbisyo ng kuryer at kasiyahan ng mamimili. Halimbawa, patuloy na itinuturo ng pananaliksik ang mga salik tulad ng pagiging napapanahon, ligtas na paghawak ng parsela, at epektibong suporta sa mamimili bilang pangunahing nagtutulak sa kasiyahan at katapatan (Erjavec, H. Š., et al., 2026). Gayunpaman, nananatili ang isang patuloy na hamon sa pagkamit ng mataas na antas ng mamimili, dahil maraming kumpanya ng kuryer ang nahihirapan sa negatibong puna sa social media (Kania, R., & Salsabila, H. N., 2023). Ang pagkakaibang ito ay nagmumungkahi na habang ang teoretikal na kahalagahan ng mga salik na ito ay kinikilala, ang praktikal na pagpapatupad, lalo na sa antas ng lupa, ay nahaharap sa mga hadlang. Bukod pa rito, ang mga isyu tulad ng maling paghawak ng mga parsela sa mga sangay ng kumpanya at mahinang pagbalot ng nagbebenta ay kinikilalang dahilan ng mga nasirang produkto, na nagdudulot ng kawalang-kasiyahan sa mamimili. (Dekamini, F., et. al., 2024). Ang mga aspetong pinansyal ng huling milya na paghahatid, kabilang ang kakayahan ng mga mamimili na magbayad sa oras ng paghahatid, ay nagdudulot din ng mga makabuluhang hamon, na kadalasang humahantong sa mga pagtanggap sa parsela (Rai, H. B., et al., 2021). Habang ang mga estratehiya para sa paghawak ng mga reklamo ng mamimili at pamamahala sa mahihirap na pakikipag-ugnayan ay tinatalakay sa mas malawak na literatura ng serbisyo (Stone, M., 2011), ang partikular, totoong-mundo na mga karanasan ng mga tgapaghatid na nakikitungo sa matinding pag-uugali ng customer, kabilang ang pagsalakay, ay hindi gaanong nasuri. Mayroong pangkalahatang pinagkasunduan na ang pag-unawa sa mga pangangailangan ng mamimili ay mahalaga para sa pagpapabuti at pagbabago ng serbisyo (Sheth, J. N., et. al., 2023), ngunit kung paano nililinaang at inilalapad ang pag-unawang ito ng mga tauhan sa paghahatid ng unang linya sa kanilang pang-araw-araw na pakikipag-ugnayan ay nananatiling isang lugar na nangangailangan ng praktikal na pananaw.

Ang pag-aaral na ito ay nag-aambag sa umiiral na katawan ng kaalaman sa pamamagitan ng pagbibigay ng isang naisalokal, mismong pananaw mula sa mga tagapaghatid mismo. Sa pamamagitan ng sistematikong pagsisiyasat sa kanilang mga pananaw, karanasan, kasanayan, at hamon sa konteksto ng Naval, Biliran, Pilipinas, nag-aalok ang pananaliksik na ito ng mga praktikal na pananaw sa mga operational nuances ng last-mile delivery. Tinatalakay nito ang mga partikular na isyu, tulad ng mga sanhi ng pagkasira ng parsela, epektibong estratehiya sa

pagresolba ng reklamo, at mga tugon sa pagtanggap sa parselang at matinding pakikipag-ugnayan sa mamimili. Ang pangkalahatang layunin ng pananaliksik na ito ay ilarawan ang mga aspektong ito at tukuyin ang mga bahagi para sa pagpapabuti ng serbisyo mula sa pananaw ng mga tagapaghatid, at ang layuning ito ay matagumpay na natamo sa pamamagitan ng datos na nakalap at sinuri.

## **II. Pamamaraan**

Ang pag-aaral na ito ay nagpatibay ng isang Kwantitatibong pananaliksik na gumagamit ng isang deskriptibong disenyo ng survey upang siyasatin ang mga pananaw at karanasan ng mga tagapaghatid tungkol sa mga serbisyo ng kuryer. Ang diskarte na ito ay pinili upang sistematikong mangolekta ng numerical na datos mula sa isang tinukoy na populasyon, na nagbibigay-daan para sa paglalarawan ng mga katangian at ang pagkakakilanlan ng mga disenyo na nauugnay sa paghahatid ng serbisyo ng kuryer, paghawak ng parselang, at pakikipag-ugnayan ng mamimili. Ang mapaglarawang katangian ng disenyo ng survey ay nagpadali sa komprehensibong paglalarawan ng kasalukuyang kalagayan ng mga kasanayan at hamon ng express rider. Ang pag-aaral ay isinagawa sa Naval, Biliran, Pilipinas. Ang mga respondente para sa pag-aaral na ito ay mga tagapaghatid na tumatakbo sa loob ng lokal na ito. May kabuuang 62 tagapaghatid ang lumahok sa pagsusuri. Ang pagpili ng mga respondente ay batay sa kanilang direktang pakikilahok sa mga serbisyo ng kuryer, na nagbibigay ng isang personal na pananaw sa mga layunin ng pananaliksik. Ang isang Nakaayos na talatanungan ay ang pangunahing instrumento sa pangangolekta ng data. Ang talatanungan ay idinisenyo upang mangalap ng datos sa ilang mahahalagang aspeto:

Demograpikong Katangian ng mga Sumasagot, Mga Serbisyo ng kuryer sa Paghahatid, Mga Serbisyo ng kuryer sa Pangangasiwa ng mga parselang, Mga Serbisyo ng kuryer sa Paghawak ng mga Reklamo ng Mga maimili, Paghawak ng Tagapaghatid sa mga Mamimili Naglabas ng Nakakamatay na Armas Kapag Galit, Mga Dahilan Kung Bakit Tumanggi ang Mga mamimili na Tumanggap ng Mga Parsela, Pangangasiwa sa Mga mamimili na Tumanggap Tanggapin ang Mga Serbisyo ng Costumer, pagbutihin ko ang Mga Serbisyo ng Tatanggap ng Mga Parsela. Ang palatanungan ay gumamit ng mga pagpipilian at mapaglarawang mga ayos ng pagtugon upang makuha ang parehong dami ng data para sa istatistikal na pagsusuri. Matapos makakuha ng mga kinakailangang pahintulot mula sa mga kaugnay na awtoridad at organisasyon, nilapitan ng mga mananaliksik ang mga express riders sa Naval, Biliran, Pilipinas. Ang layunin at layunin ng pag-aaral ay malinaw na ipinaliwanag sa mga potensyal na respondente, at ang kanilang boluntaryong paglahok ay siniguro sa pamamagitan ng kaalamang pahintulot. Ang mga survey questionnaire ay ibinibigay sa 62 express riders. Ang pangangalap ng datos ay direktang isinagawa ng mga mananaliksik o sinamay na tauhan, na tinitiyak ang wastong pangangasiwa at pagkuha ng mga talatanungan. Ang lahat ng impormasyon ay nakolekta sa oras na isinagawa ang pag-aaral, at walang panlabas na data na nakuha sa panahon ng pag-aaral mismo ang kasama sa seksyong ito ng pamamaraan. Ang mga nakalap na datos ay na lukit at sinuri gamit ang deskriptibong istatistika. Ang mga bilang ng dalas at mga porsyento ay ginamit upang ibuod ang demograpikong katangian

ng mga sumasagot at upang ipakita ang pamamahagi ng mga tugon para sa bawat item ng survey na may kaugnayan sa mga serbisyo ng courier, paghawak ng parsel, mga reklamo ng customer, at mga mungkahi para sa pagpapabuti. Ang istatistikal na diskarte na ito ay nagbigay-daan para sa isang malinaw at maigsi na presentasyon ng mga natuklasan, na nagbibigay-daan sa pagkakakilanlan ng mga nangingibabaw na uso at katangian sa loob ng koleksyon ng datos.

### III. Mga Resulta at Talakayan

Ang talahanayan 1 sa ibaba ay nagpapakita ng demograpikong katangian ng 62 na respondente ay buod sa Talahanayan 1. Karamihan sa mga respondente (67.74%) ay nasa pagitan ng 26 at 35 taong gulang, na may 17.74% na may edad 18-25 at 14.52% na may edad na 36-45. Lahat ng respondents (100%) ay lalaki. Sa mga tuntunin ng katayuang sibil, 58.06% ay walang asawa, at 41.94% ay may asawa. Kalahati ng mga respondente (50%) ay mga nagtapos ng hayskul, na sinundan ng mga nagtapos sa kolehiyo (38.71%) at mga undergraduate ng kolehiyo (11.29%). Tungkol sa tinatayang buwanang kita, 48.39% ang kinita sa pagitan ng P10,000 at P15,000, 35.48% ang nakakuha ng mas mababa sa P10,000, at 16.13% ang nakakuha sa pagitan ng P15,001 at P20,000. Ang pangunahing sasakyang ginamit ng mga respondente ay ang motorsiklo (96.77%), na may maliit na porsyento (3.23%) na gumagamit ng mga trak. Sa mga tuntunin ng mga taon sa serbisyo, 48.39% ay nasa serbisyo sa loob ng isang taon o higit pa, 22.58% para sa isang taon, 19.35% para sa limang buwan, at 9.68% para sa isang buwan.

**Talahanayan 1**  
**Profile ng mga respondente**

#### Edad

| Paglalarawan | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|--------------|---------------------|---------------|
| 18-25        | 11                  | 17.74         |
| 26-35        | 42                  | 67.74         |
| 36-45        | 9                   | 14.52         |
| Kabuuan      | 62                  | 100           |

#### Kasarian

|         |    |     |
|---------|----|-----|
| Lalaki  | 62 | 100 |
| Babae   | 0  |     |
| Kabuuan | 62 | 100 |

#### Katatyuan Sibil

|              |    |       |
|--------------|----|-------|
| Walang Asawa | 36 | 58.06 |
| May Asawa    | 26 | 41.94 |
| Nagkahiwalay | 0  | 0     |
| Balo         | 0  | 0     |
| Kabuuan      | 62 | 100   |

**Pangiedukasyon na pagkamit**

|                           |    |       |
|---------------------------|----|-------|
| Nag Tapos ng High School  | 31 | 50    |
| Undergraduate ng Kolehiyo | 7  | 11.29 |
| Nagtapos ng Kolehiyo      | 24 | 38.71 |
| Kabuuan                   | 62 | 100   |

**Tinantyang Buwanang Kita**

|                              |    |       |
|------------------------------|----|-------|
| Wala pang P10,000 kada buwan | 22 | 35.48 |
| P10,000- P15,000 kada buwan  | 30 | 48.39 |
| P15,001- P20,000 kada buwan  | 10 | 16.13 |
| Kabuuan                      | 62 | 100   |

**Ginagamit na Sasakyan**

|            |    |       |
|------------|----|-------|
| Motorsiklo | 60 | 96.77 |
| Truck      | 2  | 3.23  |
| Kabuuan    | 62 | 100   |

**Mga Taon sa Serbisyo**

|               |    |       |
|---------------|----|-------|
| 1 Buwan       | 6  | 9.68  |
| 5 Buwan       | 12 | 19.35 |
| 1 Taon        | 14 | 22.58 |
| 1 Taon Pataas | 30 | 48.39 |
| Kabuuan       | 62 | 100   |

Kasama sa mga resulta ng pagsusuri ng tagapaghatid ang mga serbisyo ng kuryer sa paghahatid, ipinapakita ng data sa talahanayan 2 na kapag tinitiyak ang kumpleto at on-time na paghahatid ng parsela, ang "Pag-uuri ng mga parsela nang maaga" ay tinukoy ng 46.77% ng mga respondent bilang pangunahing kasanayan. Kasama sa iba pang mahahalagang kagawian ang "Pagsusuri ng mga waybill" (33.87%), "Pagsubaybay sa parsela ng customer" (35.48%), at "Paghahanda sa lagay ng panahon" (27.03%).

Ang mga natuklasang ito ay umaayon sa umiiral na pananaliksik sa kahusayan ng serbisyo ng kuryer. Mahamad, S., et al. (2018) itinampok ang presyo, pagiging maagap, at serbisyo sa customer bilang pangunahing mga salik na nakakaimpluwensya sa pagpili ng mamimili sa mga serbisyo ng kuryer, na nagbibigay-diin sa kahalagahan ng mga parcel station sa pagkamit ng mga ito. Ang karagdagang pagsuporta sa halaga ng mahusay na pag-uuri, Khir, R., et al. (2021) ay nagpakita na ang dalawang-yugtong pagpapatakbo ng pag-uuri ng parsela ay epektibong nagpapaliit sa mga gastos sa pagpapatakbo habang natutugunan ang mga takdang oras at mga kapasidad sa pag-uuri.

## Talahanayan 2

### Mga Serbisyo ng Courier sa Paghahatid

#### Tinitiyak na ang lahat ng mga parsela ay naihatid nang kumpleto at nasa

| Paglalarawan                       | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|------------------------------------|---------------------|---------------|
| Pagsusuri ng waybills              | 21                  | 33.87         |
| Maghanda sa Panahon                | 4                   | 6.45          |
| Pag-uuri ng mga parsela nang maaga | 29                  | 46.77         |
| Pagsubaybay sa parsela ng customer | 8                   | 12.91         |
| Kabuuan                            | 62                  | 100           |

Ipinapakita sa talahanayan 3 ang mga serbisyo ng courier sa paghawak ng mga parsela. Ang mga pangunahing sanhi ng nasira at maling paghawak ng mga parsela ay "Maling paghawak ng parsela sa hub ng pag-uuri" (43.55%) at "Kakulangan sa nagbebenta" (37.10%). Ang "hindi wastong paghawak ng mga parsela" ay umabot sa 25.81%, at "Mahina ang packaging" para sa 24.19%. Ang mga natuklasan na ito ay umaayon sa iba't ibang pag-aaral tungkol sa lohistika at paghawak ng mga parsela. Halimbawa, Louhevaara, V., et al. (1988) natagpuan na ang manu-manong pag-uuri ng mga parsela ay nakararami sa aerobic, isang pisyolohikal na tugon na binibigyang-diin ang masipag na katangian ng gawain at potensyal para sa mga error na nauugnay sa pagkapagod. Sinusuportahan ito, Stålhammar, H. R., et al. (1996) inimbestigahan ang mga katanggap-tanggap na pag-angat ng mga timbang para sa mga parsela sa mga may karanasan na mga manggagawa sa pag-uuri, na binibigyang-diin ang mga pisikal na pangangailangan na kasangkot sa mga operasyon ng pag-uuri. Higit pa rito, ang pananaliksik sa pagpapahusay ng paggalaw ng parsela at pag-iwas sa pagkawala ay nagbibigay ng karagdagang konteksto. Cheng, X., et al. (2017) ay nagpakita na ang isang pinahusay na patakaran sa pagkuha ay maaaring makabuluhang bawasan ang paghihintay at kabuuang oras ng serbisyo, na nagmumungkahi na ang mahusay na mga diskarte sa logistik ay maaaring mabawasan ang mga pagkakataon para sa maling paghawak. Ang kakayahang panghuhula na ito ay maaaring maging mahalaga sa aktibong pagtugon sa mga potensyal na isyu. Sa wakas, Singh, J., et al. (2009) ay nag-alok ng praktikal na solusyon, na natuklasan na ang mga nakalarawang marka at mga label ng babala ay epektibong nakabawas sa mga patak ng parsela at maling paghawak, na binibigyang-diin ang kahalagahan ng malinaw na komunikasyon sa paghawak ng parsela.

## Talahanayan 3

### Mga Serbisyo ng Courier sa Paghawak ng Parsela

#### Mga sanhi ng nasira at maling paghawak ng mga parsela

| Paglalarawan                              | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Hindi wastong paghawak ng mga parsela     | 4                   | 6.45          |
| Hindi magandang packaging                 | 8                   | 12.90         |
| Kakulangan ng nagbebenta                  | 23                  | 37.10         |
| Maling paghawak ng parsela sa sorting hub | 27                  | 43.55         |
| Kabuuan                                   | 62                  | 100           |

Mga serbisyo ng courier sa paghawak ng mga reklamo ng mga customer na nasa talahanayan 4. Kapag pinangangasiwaan ang mga reklamo ng customer, ang pinakakaraniwang diskarte na iniulat ng mga sumasakay ay ang "Humihingi ng paumanhin at i-clear ang iyong pag-unawa sa isyu" (59.70%). Kasama sa iba pang mga diskarte ang "Makinig at suriin ang problema" (21%), "Tukuyin kung anong aksyon ang gagawin mo para matugunan ang problema" (14.50%), at "Salamat sa customer para sa kanilang feedback" (4.80%). Ang mga praktikal na diskarte na ito ng mga sumasakay ay mahusay na sinusupportahan ng akademikong pananaliksik sa serbisyo sa customer at kasiyahan. Nabanggit ni Rajendran, S. (2021) na sa kabila ng mga pagsulong sa teknolohiya, maraming kumpanya ng courier ang nahihirapan sa mahihirap na rating ng customer sa social media, na binibigyang-diin ang kritikal na pangangailangan na epektibong tugunan ang feedback ng customer at empleyado. Ang damdaming ito ay sinasabayan ni Kosamu, M., & Mwanza, B. G. M. (2025), na tinukoy ang pagiging maaasahan at kakayahang tumugon bilang ang pinakamahalagang mga driver ng kasiyahan at katapatan ng customer. Ang mataas na porsyento ng mga sakay na inuuna ang paghingi ng tawad ay naaayon sa pananaliksik ni Bennett, C. (2022), na nagpahayag na ang paghingi ng tawad ay gumaganap bilang isang nagpapahayag na kapangyarihang normatibo. Ang pagkilos na ito ng paghihiwalay mula sa maling gawain ay pangunahing binabago ang normatibong sitwasyon sa pamamagitan ng pag-alis ng obligasyon ng iba na ilayo ang kanilang sarili mula sa nagkasala at pagtatatag ng personal na pananagutan ng humihingi ng tawad. Ang kapangyarihan ng paghingi ng tawad sa pagpapaunlad ng mga positibong relasyon sa customer ay higit na sinusupportahan ni Weyeneth, R. R. (2001), na nag-highlight na ang paghingi ng tawad ay maaaring humantong sa pagkakasundo.

**Talahanayan 4**  
**Mga Serbisyo ng Courier sa Paghawak ng reklamo ng mga mamimili**  
**Ang paghawak ng rider sa reklamo ng mga maimili**

| Paglalarawan                                                             | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Makinig at suriin ang problema                                           | 13                  | 20.97         |
| Humingi ng paumanhin at i-clear ang iyong pag-unawa sa isyu              | 37                  | 59.68         |
| Tukuyin kung anong aksyon ang iyong gagawin upang matugunan ang problema | 9                   | 14.51         |
| Mag pa salamat sa customer para sa kanilang feedback                     | 3                   | 4.84          |
| Kabuuan                                                                  | 62                  | 100           |

Ipinapakita sa Talaan 5 ang mga resulta sa paghawak ng rider sa mga mamimili na naglabas ng nakakamatay na armas kapag galit. Sa mga sitwasyon kung saan nagpakita ng agresibong pag-uugali ang mga kostumer na may kinalaman sa nakakamatay na armas, ang nakararaming rider ay (58.10%) nag-ulat na sila ay "Manatiling kalmado at makipag-usap sa customer nang may kaaya-ayang boses." Kasama sa iba pang mga tugon ang "Umalis sa lugar at pagkatapos ay iulat ito sa sangay" (21%), at ang maliit na porsyento ay "Tumawag sa isang tao para sa tulong" (4.80%) o "Labanan ang mga customer" (1.60%). Kapansin-pansin, 14.50% ng mga respondent ang nag-ulat na hindi kailanman nakakaranas ng ganitong sitwasyon. Ang mga natuklasan na ito ay umaayon sa mas malawak na pananaliksik hinggil sa de-eskalasyon, pag-uugali ng mamimili, at emosyonal

na katalinuhan sa serbisyo sa mamimili. Binibigyang-diin ni Mack, T. (2014) na ang mga indibidwal na nagpapakita ng agresibong pag-uugali na may mga nakamamatay na armas, lalo na kapag nababagabag, ay maaaring nakakaranas ng pagkabalisa sa pag-iisip na naiimpluwensyahan ng systematikong pagmamaltrato at rasismo, na binibigyang-diin ang kumplikadong pinagbabatayan na mga salik sa gayong mga engkwentro. Ang pagbibigay-diin ng mga riders sa pagpapanatili ng kalmado at kaaya-ayang tono ay sinusupportahan ni Creelman, V. (2022), na nagbigay-diin na ang pananatiling kalmado, pagiging magalang, at paglikha ng boses sa pakikipag-usap ay mga epektibong diskarte para sa pagbuo at pamamahala ng mga relasyon sa brand-customer. Higit pa rito, binigyang-diin ni Grant, A. M. (2013) ang mahalagang papel ng kaalaman ng mga empleyado sa mga estratehiya sa regulasyon ng emosyon sa pagbibigay-daan sa kanila na maipahayag ang mga alalahanin nang maayos at madalas. Ito ay karagdagang suportado ng Little, L. et al. (2013), na natagpuan na ang mga diskarte sa pamamahala ng emosyon na nakatuon sa problema ng mga customer service ay epektibong nagpapababa ng negatibo at nagpapataas ng positibong emosyon ng customer, na humahantong sa mas kanais-nais na mga resulta sa mahihirap na pakikipag-ugnayan.

### Talahanayan 5

#### Ang pangangasiwa ng mga customer ng Rider na naglabas ng mga nakamamatay na armas kapag galit

| Paglalarawan                                                              | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Manatiling kalmado at makipag-usap sa customer nang may kaaya-ayang boses | 36                  | 58.10         |
| Tumawag ng isang tao para sa tulong                                       | 3                   | 4.80          |
| Lumaban pabalik sa mga customer                                           | 1                   | 1.60          |
| Lumalis sa lugar at pagkatapos ay iulat ito sa sangay                     | 13                  | 21            |
| Hindi ko nararanasan ang ganitong sitwasyon                               | 9                   | 14.50         |
| Kabuuan                                                                   | 62                  | 100           |

Ang mga dahilan kung bakit tumanggap ng mga parsela ang mga customer ay makikita sa talahanayan 6. Ang pinakamadalas na dahilan ng pagtanggap ng mga mamimili sa mga parsela ay "Walang pera upang bayaran" (56.50%). Kasama sa iba pang mga dahilan ang "Sira ang Parsela" (19.40%), "Walang taong tumanggap ng parsela" (13%), "Maling parsela" (6.50%), at "Maling pook" (3.20%). Ang isang maliit na porsyento (1.60%) ay hindi nakatagpo ng ganoong sitwasyon. Ang makabuluhang epekto ng mga hadlang sa pananalapi sa pagtanggap sa parsela, partikular na "Walang pera na babayaran," ay pinatunayan ng pananaliksik sa mga sikolohikal na epekto ng pera. Vohs, K. D., et al. (2006) natagpuan na ang mga paalala ng pera ay maaaring makaapekto sa panlipunan at pisikal na pag-iisa ng isang indibidwal, na posibleng makaimpluwensya sa kanilang pagpayag o kakayahang makisali sa mga transaksyon. Ang pang-ekonomiyang realidad na ito ay higit pang kinumpirma ng DeFusco, A. A., & Mondragon, J. (2020), na nagpakita na ang sariling bulsa na mga gastos sa pagsasara ay makabuluhang nakakaapekto sa mga gastos sa pananalapi, at sa gayon ay nililimitahan ang kapangyarihan ng mga indibidwal sa paggawa ng desisyon sa panahon ng pagbagsak ng ekonomiya. Iminumungkahi nito

na ang kasalukuyang likuwidong pananalapi ng mga mamimili ay direktang nakakaimpluwensya sa kanilang kakayahang kumpletuhin ang isang pagbili, kahit na sa punto ng paghahatid.

### Talahanayan 6

#### Ang dahilan kung bakit tumanggi ang mga customer na tumanggap ng mga parsela

| Paglalarawan                                | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|---------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Maling pook                                 | 2                   | 3.23          |
| Maling parsela                              | 4                   | 6.45          |
| Sira ang parsela                            | 12                  | 19.36         |
| Walang pera na pambayad                     | 35                  | 56.45         |
| Walang taong tumanggap ng parsela           | 8                   | 12.90         |
| Hindi ko nararanasan ang ganitong sitwasyon | 1                   | 1.61          |
| Kabuuan                                     | 62                  | 100           |

Ipinapakita sa talahanayan 7 ang mga resulta sa paghawak ng mga mamimili na tumatangging tumanggap ng mga parsela. Kapag ang isang mamimili ay tumanggi sa isang parsela, ang pangunahing aksyon na ginawa ng mga sakay ay ang "Ibalik ang parsela sa nagbebenta" (61.30%). Kasama sa iba pang mga tugon ang "Mag-ulat sa admin sa opisina" (19.40%) at "Subukang makipag-ugnayan sa nagbebenta" (13%). Ang isang maliit na bahagi ay "Mag-ulat sa mga awtoridad" (1.60%), habang 4.80% ay hindi pa nakatagpo ng ganoong sitwasyon. Mula sa pananaw ng elektronikong komersiyo, ang pangangailangan ng mahusay na mga proseso ng pagbabalik ay binibigyang-diin ni Martínez-López, F. J., et al. (2022). Itinatampok ng kanilang pananaliksik na para sa mga nasa online na nagbebenta, na nag-aalok ng libreng pagpapadala pabalik at isang pinagsamang paraan ng pagpapadala pabalik ay makabuluhang nagpapabuti sa mga relasyon ng mamimili-nagbebenta at nagpapataas ng mga positibong tugon ng mamimili, nang hiwalay sa isa't isa. Itinuturo nito ang kahalagahan ng pagpapadali ng logistika ng pagbabalik, na direktang pinapadali ng mga aksyon ng mga rider. Ang Wojtek, R. (2014) ay higit na binibigyang-diin ang pangangailangan na pahusayin ang mga serbisyo sa paghahatid ng parsela upang mapalakas ang transaksyon ng elektronikong komersiyo, partikular sa pamamagitan ng pagtugon sa mga isyu tulad ng kawalan ng transparency para sa mga mamimili at negosyante sa elektroniko, at mga hamon sa interoperability sa mga kumpanya ng paghahatid—lahat ng mga salik na maaaring mag-ambag o maapektuhan ng mga pagtanggap sa parsela. Ang mga implikasyon sa pananalapi ng mga pagbabalik ay makabuluhan din. Zhao, Y., et al. (2023) tinalakay ang mga diskarte sa pagbabalik ng kargamento, na naghihinuha na ang mga alalahanin sa pagiging patas ng consumer ay may mahalagang papel sa mga prosesong ito. Sa wakas, Bozzi, C., et al. (2022) ay nagsiwalat na ang mga espesyalista sa e-commerce ay madalas na minamaliit ang epekto ng mga pagbabalik.

### Talahanayan 7

#### Pangangasiwa sa mga customer na tumatangging tumanggap ng mga parselang naka-address sa kanila

| Paglalarawan                              | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Magsumbong sa admin sa opisina            | 12                  | 19.35         |
| Subukang makipag-ugnayan sa nagbebenta    | 8                   | 12.90         |
| Ibalik ang parselang nagbebenta           | 38                  | 61.29         |
| Magsumbong sa mga awtoridad               | 1                   | 1.61          |
| Hindi ako nakatagpo ng ganitong sitwasyon | 3                   | 4.85          |
| Kabuuan                                   | 62                  | 100           |

Ipinapakita sa talahanayan 8 ang resulta ng pinahusay na mga serbisyo ng kuryerna magbibigay kasiyahan sa mamimili. Para mapahusay ang kasiyahan ng mamimili, 58.10% ng mga respondente ang nagpahiwatig ng kahalagahan ng "Unawain ang mga pangangailangan ng iyong mamimili." Kasama sa iba pang mga mungkahi ang "Bigyang-pansin ang iyong mga kakumpitensya" (21%), "Pagiging palakaibigan" (14.50%), "Makipag-usap nang maayos sa mga mamimili" (4.80%), at "Makinig sa kanilang puna" (1.60%). Ang mga natuklasan na ito ay malakas na pinatunayan ng malawak na pananaliksik sa serbisyo sa customer at pamamahala ng negosyo. Tang, R. Q., et al. (2022) direktang sumusuporta sa pangunahing paghahanap, na binibigyang-diin na ang pagiging maaasahan, kakayahang tumugon, at lalo na ang empatiya sa mga serbisyo ng kuryer ay makabuluhang nakakaapekto sa kasiyahan ng customer. Binibigyang-diin nito ang kahalagahan ng malalim na pag-unawa sa mga inaasahan ng customer na higit pa sa napapanahong paghahatid. Higit pang nag-aambag sa pinaghihinahang kalidad ng serbisyo, nalaman ng Ejdyś, J., & Gulc, A. (2020) na ang kadalian ng paggamit, pagiging kapaki-pakinabang, at pagtitiwala (kabilang ang tiwala sa teknolohiya) ay makabuluhang nakakaimpluwensya sa inaakala na kalidad ng serbisyo, na, naman, ay nagtutulak sa hinaharap na layunin na gamitin ang mga serbisyong ito. Iminumungkahi nito na ang pag-unawa sa mga pangangailangan ng customer ay sumasaklaw din sa kanilang pakikipag-ugnayan sa mga teknolohikal na aspeto ng serbisyo. Ang mas malawak na konteksto ng pagiging kritikal ng pagganap ng courier ay binibigyang-diin ni Maravić, A., et al. (2025), na nagsasaad na ito ay mahalaga para sa kahusayan sa paghahatid ng e-commerce at mapagkumpitensyang pagpoposisyon sa logistik, na hindi direktang nagpapatibay sa pangangailangang matugunan ang mga inaasahan ng customer nang epektibo.

Ang estratehikong kinakailangan upang maunawaan ang mga pangangailangan ng customer para sa pagbabago ay ipinahayag ni Bayus, B. L., & Shane, S. (2008), na nangangatuwiran na ang gayong pag-unawa ay mahalaga upang ipaalam ang pagbabago sa organisasyon.

### **Talahanayan 8 Pinahusay na mga serbisyo ng courier na masisiyahan ang customer**

| Paglalarawan                                      | Bilang ng mga Tugon | Porsyento (%) |
|---------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Unawain ang mga pangangailangan ng iyong mamimili | 36                  | 58.10         |
| Makipag-usap nang maayos sa mga mamimili          | 3                   | 4.80          |
| Makinig sa kanilang puna                          | 1                   | 1.60          |
| Bigyang-pansin ang mga kakumpitensya              | 13                  | 21            |
| Ang pagiging palakaibigan                         | 9                   | 14.50         |
| Kabuuan                                           | 62                  | 100           |

### **IV. Konklusyon**

Ang pag-aaral na ito ay naglalayong imbestigahan ang mga pananaw, karanasan, kasanayan, at hamon ng mga tagapaghatid sa Naval, Biliran, Pilipinas, tungkol sa paghahatid ng serbisyo ng kuryer, paghawak ng parsela, at pakikipag-ugnayan ng mamimili. Itinatampok ng mga natuklasan ang ilang kritikal na aspeto na nakakaimpluwensya sa kahusayan at kalidad ng paghahatid ng huling milya. Ang epektibong pag-uuri ng parsela ay lumitaw bilang isang pangunahing kasanayan para sa pagtiyak ng napapanahong paghahatid, habang ang maling paghawak sa mga sangay ng kumpanya ng pag-uuri at mga kakulangan sa nagbebenta ay natukoy bilang pangunahing mga salarin sa likod ng pagkasira ng parsela. Pangunahing pinamamahalaan ng mga tagapaghatid ang mga reklamo ng mamimili sa pamamagitan ng paghingi ng tawad at paglilinaw, at sa mga sitwasyong mapaghamon, inuuna nila ang pagpapanatili ng kalmado at pag-uulat ng mga insidente. Ang kawalan ng kakayahan sa pananalapi na magbayad ang pangunahing dahilan ng pagtanggig ng parsela, na humahantong sa mga sakay na karaniwang nagbabalik ng mga parsela sa nagbebenta. Mahalaga, ang mga sakay ay patuloy na binibigyang-diin na ang malalim na pag-unawa sa mga pangangailangan ng mamimili ay pinakamahalaga para sa pagpapahusay ng pangkalahatang kasiyahan sa serbisyo.

Iminumungkahi ng mga natuklasang ito na ang integridad ng pagpapatakbo ng mga serbisyo ng kuryer ay malaki ang epekto ng mga salik sa loob at higit pa sa agarang kontrol ng mga sakay. Ang pagkalat ng maling pag-aayos ng sangay ng kumpanya ay nagpapahiwatig ng isang sistematikong isyu na lumalampas sa pagganap ng indibidwal na tagapaghatid, na nagtuturo sa pangangailangan para sa pagpapaganda sa imprastraktura at proseso ng logistik. Ang dalas ng kawalan ng kakayahan sa pananalapi bilang dahilan ng pagtanggig ay binibigyang-diin ang mga socio-economic na realidad na nagdidirekta sa mga diskarte sa pagtugon ng mga sakay, tulad ng pagbabalik ng mga parsela sa mga nagbebenta, na pagkatapos ay nagpasimula ng baliktad na logistics chain. Ang pare-parehong pagtuon sa pag-unawa sa mga pangangailangan ng customer ng mga sumasakay mismo ay umaayon sa mas malawak na literatura sa pamamahala ng relasyon sa mamimili, na nagmumungkahi na ang mga pangunahing hanay na empleyado ay likas na nauunawaan ang relasyonal na aspeto ng kalidad ng serbisyo. Pinatitibay nito ang ideya na ang kasiyahan ng mamimili ay hindi lamang kaugnay sa transaksyon ngunit binuo sa empatiya at epektibong komunikasyon.

## SANGGUNIAN

- [1] Bayus, B. L., & Shane, S. (2008). Understanding customer needs. *Handbook of Technology and Innovation Management*, 115-142.<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.3233/sji-150865>
- [2] Bennett, C. (2022). What goes on when we apologize?. *J. Ethics & Soc. Phil.*, 23, 115.<https://jesp.org/index.php/jesp/article/view/1294>
- [3] Bozzi, C., Neves, M., & Mont'Alvão, C. (2022). Fashion E-tail and the impact of returns: mapping processes and the consumer journey towards more sustainable practices. *Sustainability*, 14(9), 5328.<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/9/5328>
- [4] Cheng, X., Liao, S., & Hua, Z. (2017). A policy of picking up parcels for express courier service in dynamic environments. *International Journal of Production Research*, 55(9), 2470-2488.<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00207543.2016.1231431>
- [5] Creelman, V. (2022). "Thank you for reaching out." Brand relationship management and the conversational human voice of customer care in online service encounters. *Discourse, Context & Media*, 46, 100572.<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821001082?via%3Dihub>
- [6] de Leeuw, J., Bukhsh, Z., & Zhang, Y. (2023). Parcel loss prediction in last-mile delivery: deep and non-deep approaches with insights from Explainable AI. *arXiv preprint arXiv:2310.16602*.<https://arxiv.org/abs/2310.16602>
- [7] DeFusco, A. A., & Mondragon, J. (2020). No job, no money, no refi: Frictions to refinancing in a recession. *The Journal of Finance*, 75(5), 2327-2376.<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jofi.12952>
- [8] Dekamini, F., Razvani, A., Ramona, B., Wanke, P., & Tan, Y. (2024). Factors Affecting Customer Dissatisfaction In Chain Stores. *Annals-Economy Series*, 1, 45-56.[https://www.researchgate.net/publication/379899209\\_FACTORS\\_AFFECTING\\_CUSTOMER\\_DISSATISFACTION\\_IN\\_CHAIN\\_STORES](https://www.researchgate.net/publication/379899209_FACTORS_AFFECTING_CUSTOMER_DISSATISFACTION_IN_CHAIN_STORES)
- [9] Ejdays, J., & Gulc, A. (2020). Trust in courier services and its antecedents as a determinant of perceived service quality and future intention to use courier service. *Sustainability*, 12(21), 9088.<https://www.mdpi.com/2071-1050/12/21/9088>
- [10] Erjavec, H. Š., Dmitrović, T., & Povalej Bržan, P. (2016). Drivers of customer satisfaction and loyalty in service industries. *Journal of Business Economics and Management*, 17(5), 810-823.[https://www.researchgate.net/publication/309522843\\_Drivers\\_of\\_customer\\_satisfaction\\_and\\_loyalty\\_in\\_service\\_industries](https://www.researchgate.net/publication/309522843_Drivers_of_customer_satisfaction_and_loyalty_in_service_industries)
- [11] Grant, A. M. (2013). Rocking the boat but keeping it steady: The role of emotion regulation in employee voice. *Academy of Management Journal*, 56(6), 1703-1723.<https://journals.aom.org/doi/10.5465/amj.2011.0035>
- [12] Guéguen, N., & Pascual, A. (2005). Improving the response rate to a street survey: An evaluation of the "but you are free to accept or to refuse" technique. *The Psychological Record*, 55, 297-303.<https://link.springer.com/article/10.1007/BF03395511>
- [13] Kania, R., & Salsabila, H. N. (2023). The Responsive Strategy of Courier Services Companies on Handling Customer Complaints on Social Media: The Effect on Brand Trust and Customer Loyalty. *J. Mark. Innov*, 3, 31-49.[https://www.researchgate.net/publication/369748491\\_Responsive\\_Strategy\\_of\\_Courier\\_S](https://www.researchgate.net/publication/369748491_Responsive_Strategy_of_Courier_S)

- ervices\_Companies\_on\_Handling\_Customer\_Complaint\_in\_Social\_Media\_The\_Effect\_on\_Brand\_Trust\_and\_Customer\_Loyalty
- [14] Khir, R., Erera, A., & Toriello, A. (2021). Two-stage sort planning for express parcel delivery. *IIEE Transactions*, 53(12), 1353-1368. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/24725854.2021.1889078>
- [15] Khir, R., Erera, A., & Toriello, A. (2023). Robust planning of sorting operations in express delivery systems. *European Journal of Operational Research*, 306(2), 615-631. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S037722172200577X?via%3Dihub>
- [16] Kosamu, M., & Mwanza, B. G. M. (2025). Investigating the Effect of Service Quality on Customer Behaviour in Courier Service Industry in Lusaka. *African Journal of Commercial Studies*, 6(2), 106-118. <https://ijcsacademia.com/index.php/journal/article/view/202>
- [17] Little, L. M., Kluemper, D., Nelson, D. L., & Ward, A. (2013). More than happy to help? Customer-focused emotion management strategies. *Personnel Psychology*, 66(1), 261-286. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/peps.12010>
- [18] Louhevaara, V., Teräslinna, P., PIIRILÄ, J., Salmio, S., & Ilmarinen, J. (1988). Physiological responses during and after intermittent sorting of postal parcels. *Ergonomics*, 31(8), 1165-1175. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00140138808966755>
- [19] Mack, T. (2014). The Mad and the bad: The lethal use of force against Mad people by Toronto police. *Critical Disability Discourses*. <https://cdd.journals.yorku.ca/index.php/cdd/article/view/39664>
- [20] Mahamad, S., Sulaiman, S., & Leng, W. Y. (2018, November). An integrated courier services application: a new user experience. In 2018 IEEE Conference on e-Learning, e-Management and e-Services (IC3e) (pp. 161-166). IEEE. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8632652>
- [21] Maravić, A., Pajić, V., & Andrejić, M. (2025). Evaluating the role of couriers in e-commerce delivery: A performance-based ranking model for optimising logistics efficiency. *J. Organ. Technol. Entrep*, 3(1), 1-18. [https://www.acadlore.com/article/JOTE/2024\\_2\\_4/jote030101](https://www.acadlore.com/article/JOTE/2024_2_4/jote030101)
- [22] Martínez-López, F. J., Feng, C., Li, Y., & Mata, M. S. (2022). Restoring the buyer-seller relationship through online return shipping: The role of return shipping method and return shipping fee. *Electronic Commerce Research and Applications*, 54, 101170. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1567422322000540?via%3Di hub>
- [23] Mulligan, K. (2013). Acceptance, acknowledgment, affirmation, agreement, assertion, belief, certainty, conviction, denial, judgment, refusal and rejection (pp. 97-136). Palgrave Macmillan UK. [https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137286338\\_6](https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137286338_6)
- [24] Rai, H. B., Verlinde, S., & Macharis, C. (2021). Unlocking the failed delivery problem? Opportunities and challenges for smart locks from a consumer perspective. *Research in Transportation Economics*, 87, 100753. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0739885919302653>
- [25] Rajendran, S. (2021). Improving the performance of global courier & delivery services industry by analyzing the voice of customers and employees using text analytics. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 24(5), 473-493. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13675567.2020.1769042>
- [26] Sheth, J. N., Jain, V., & Ambika, A. (2023). The growing importance of customer-centric support services for improving customer experience. *Journal of Business Research*, 164, 113943. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296323003016>

- [27] Singh, J., Singh, S. P., Voss, T., & Saha, K. (2009). A study of the effect of pictorial markings and warning labels on handling of packages in the DHL single-parcel environment. *Packaging Technology and Science: An International Journal*, 22(1), 1-8. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pts.800>
- [28] Stålhammar, H. R., Louhevaara, V., & Troup, J. D. G. (1996). Rating of acceptable loads in manual sorting of postal parcels. *Ergonomics*, 39(10), 1214-1220. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00140139608964540>
- [29] Stone, M. (2011). Literature review on complaints management. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 18, 108-122. [https://www.researchgate.net/publication/233657230\\_Literature\\_review\\_on\\_complaints\\_management](https://www.researchgate.net/publication/233657230_Literature_review_on_complaints_management)
- [30] Tang, R. Q., Tan, Y. J., Tan, Z. X., Tan, Y. T., Alkawad, G., & Alosaimi, A. (2022). A study of courier service quality and customer satisfaction. *International Journal of Applied Business and International Management*, 7(1), 137-150. <https://ejournal.aibpmjournals.com/index.php/IJABIM/article/view/1447>
- [31] Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *science*, 314(5802), 1154-1156. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.1132491>
- [32] Weyeneth, R. R. (2001). The power of apology and the process of historical reconciliation. *The Public Historian*, 23(3), 9-38. <https://online.ucpress.edu/tph/article-abstract/23/3/9/89299/The-Power-of-Apology-and-the-Process-of-Historical?redirectedFrom=fulltext>
- [33] Wojtek, R. (2014). E-commerce and the Return of Unwanted Goods: A Case for Cooperation Among Providers of Postal and Non-postal Parcel Services. In *Postal and Delivery Innovation in the Digital Economy* (pp. 17-29). Cham: Springer International Publishing. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-12874-0\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-12874-0_2)
- [34] Zhao, Y., Guan, Z. M., & Zhang, J. (2023). Return freight strategies and selling formats in e-commerce supply chain: The perspective of consumer fairness concerns and online shopping returns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103493. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698923002400?via%3DiHub>