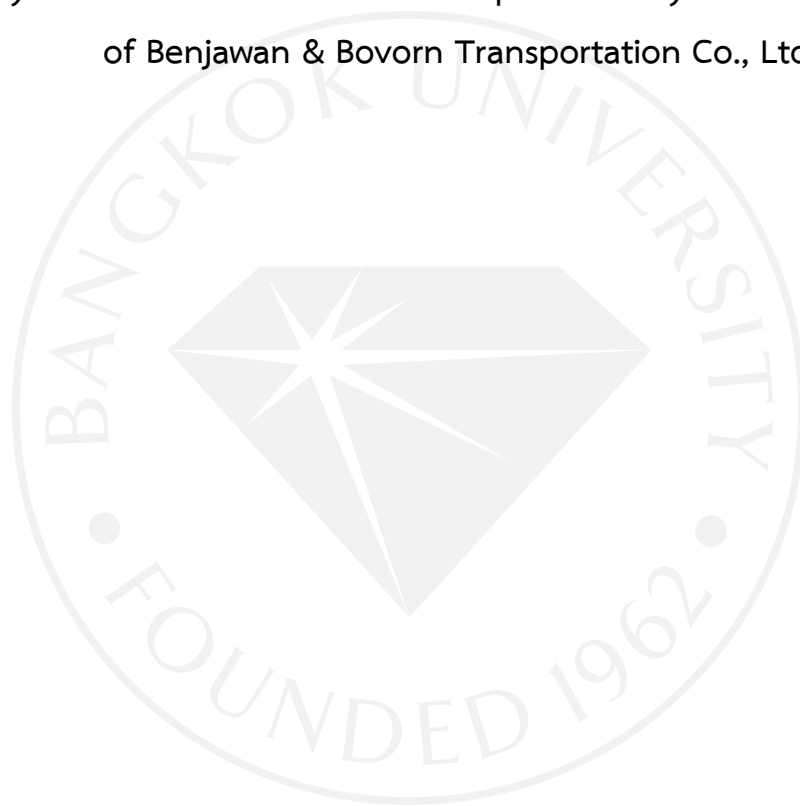


การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท
เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

A Study on The Performance of Transportation by Truck in the Central
of Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd



การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบนญจวรรณ -
แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

A Study on The Performance of Transportation by Truck in the Central of Benjawan &
Bovorn Transportation Co., Ltd



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



©2559

เบญจวรรณ จุฬแหลมฟ้า
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของบริษัท เบญจ
วรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

ผู้วิจัย เบญจวรรณ จุฬแหลมฟ้า

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 29 เดือน เมษายน พ.ศ. 2559

เบญจวรรณ จู๋แหลมฟ้า. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, เมษายน 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ - แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด (63 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบกระบวนการโซ่อุปทานของภาคธุรกิจขนส่ง เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัทเบญจวรรณ - แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในปัจจุบัน โดยใช้วิธีในการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 ราย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนจำกัด ดำเนินการวิเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้รับ โดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลที่ได้รับจากการวิจัยพบว่า 1.ส่วนผสมของการตลาด ของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อการให้บริการบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด มีความสัมพันธ์ในด้านราคา,ด้านบริการ ,ด้านลักษณะทางกายภาพ,ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก 2.ด้านการสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการซื้อ ที่มีผลต่อการให้บริการบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก และนำผลการวิจัยที่ได้พบไปวิเคราะห์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เพื่อนำไปสู่การเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: รถบรรทุก, โลจิสติกส์, เพิ่มประสิทธิภาพ

Chumlamfa, B. M.B.A., April 2016, Graduate School, Bangkok University.

A Study on The Performance of Transportation by Truck in the Central of Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd (63 pp.)

Advisor: Sumetee Wongsak, Ph.D.

ABSTRACT

This Research aims to study the elements of supply chain processes of transportation business sector so as to study the efficiency of current transportation service provision by truck in the Central Region of Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd., by using the quantitative research together with 60 sample groups. Due to the fact that there were limited numbers of the sample groups, the data analysis are based on descriptive statistics by using questionnaires, namely, frequency, mean, and standard deviation. According to the results derived from this Research, 1) the marketing mixes of the service users having impact on the service provision of Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd., as to prices, services, physical characteristics, or personnel or employees, were related to making decision to use the services in a high level; and 2) the decision-making to purchase the services having impact on rendering services of Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd. were related to making decision to use the services in a high level. The results derived shall be used in analyzing to enhance efficiency to Benjawan & Bovorn Transportation Co., Ltd., leading to be a sustainable business further.

Keywords: Truck, Logistics, and Efficiency Enhancement.

กิตติกรรมประกาศ

“การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในภาคกลางของประเทศไทยโดยรถบรรทุก” นี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูง จาก ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำต่างๆเป็นอย่างดี การวิจัยนี้จะสำเร็จไม่ได้ หากขาดการช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการท่านนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ นายชำนาญ จุ้แหลมฟ้า ผู้ประกอบธุรกิจการขนส่ง ในนามของ “บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด” ที่ถ่ายทอดประสบการณ์การเปิดบริษัทขนส่งสินค้าพร้อมแนะนำและให้ความรู้อย่างเต็มที่ ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนที่ให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือเสมอมา

ผู้จัดทำโครงการหวังว่า โครงการการศึกษานี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจอยู่ไม่มากก็น้อย จึงขอมอบความดีนี้ทั้งหมด ให้กับเหล่าคุณอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้ จนโครงการนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอมอบความกตัญญูให้แก่บิดามารดาและผู้มีส่วนร่วมทุกท่าน หากมีข้อบกพร่องใด ผู้จัดทำรายงานขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

เบญจวรรณ จุ้แหลมฟ้า

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ขั้นตอนการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 กรอบแนวความคิด	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน	7
2.2 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการบริการ	8
2.3 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขนส่ง	13
2.4 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพตัดสินใจ	15
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.4 การการวิเคราะห์ข้อมูล	30
3.5 สถิติใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด	36
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด	39
4.4 วิเคราะห์ Flowchar	41
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาอภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	46
5.2 ข้อเสนอแนะ	47
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	48
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	50
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	52
แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย	53
ภาคผนวก ข ผลการคำนวณ	58
ขออนุญาตตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย	63
ประวัติผู้เขียน	64
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : สถิติการจดทะเบียนรถบรรทุก	2
ตารางที่ 2.1 : คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1 H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os)	21
ตารางที่ 4.1 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	31
ตารางที่ 4.2 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	32
ตารางที่ 4.3 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา ในปัจจุบันหรือสูงสุด	32
ตารางที่ 4.4 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	33
ตารางที่ 4.5 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะตำแหน่ง ที่ทำงาน	33
ตารางที่ 4.6 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะ บริษัทที่ท่านทำงานอยู่	34
ตารางที่ 4.7 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามความถี่ใน การใช้บริการขนส่งสินค้า	34
ตารางที่ 4.8 : ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริการ ขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่งจำกัด ในแต่ละด้าน รวม 5 ด้าน	35
ตารางที่ 4.9 : ปัจจัยด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริการ ขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด รวม 5 ด้าน	36
ตารางที่ 4.10 : ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มี ผลต่อประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 4 ด้าน	
ตารางที่ 4.11: ปัจจัยด้านคุณภาพบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัท เบญจวรรณ - แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 2 ด้าน	38
ตารางที่ 4.11: ปัจจัยด้านคุณภาพบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ การซื้อสินค้าในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัท เบญจวรรณ - แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 2 ด้าน	38
ตารางที่ 4.12: กระบวนการขั้นตอนการทำงาน	42
ตารางที่ 4.13 : การสรุปปัญหา	43
ตารางที่ 4.13 : แนวการแก้ไข	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวความคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 4.1 : กระบวนขั้นตอนการทำงานของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด	41



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขนส่ง เป็นปัจจัยพื้นฐานของคนในทุกยุคทุกสมัยถือว่าเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตและเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้มีการขยายตลาดการผลิตที่ใหญ่ขึ้นตามลำดับของประเทศไทยเป็นการปรับระดับอุปสงค์อุปทานของสินค้าในตลาด โดยมีการกระทำการเคลื่อนย้ายผลผลิตหรือวัสดุต่างๆ ที่อยู่ในอีกที่หนึ่งไปยังปลายทางอีกที่หนึ่งซึ่งอยู่ห่างไกลกันหรือไกลกันออกไป เพื่อรับรองความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การขนส่งในไทยนั้นมีด้วยกัน 5 ประเภท โดยระดับความสำคัญดังต่อไปนี้ การขนส่งบก การขนส่งทางทางน้ำ การขนส่งทางรางโดยรถไฟ ทางอากาศโดยเครื่องบิน และสุดท้ายการขนส่งทางใต้ดิน ดังนั้นประเทศไทยมีรูปแบบการขนส่งทางบกเป็นหลักของประเทศ มีการพัฒนาด้านการขนส่งทางบกสินค้าทางถนนของประเทศในเชิงโครงสร้างที่มีความก้าวหน้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่เอื้อให้ผู้ใช้การขนส่งทางบกมากกว่าผู้ขนส่งระบบทางอื่น (Vatcharis, 2011)

ในการบริการขนส่งสินค้าแบบเครือข่าย บริษัทที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์บริหารการขนส่งร่วมมือกับบริษัทโลจิสติกส์ที่ให้บริการด้านขนส่งแบบมีอาชีพ เพื่อขนส่งหรือถ่ายเท โอนย้ายสินค้าเพื่อไปส่งยังลูกค้าปลายทางอย่างทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ในระยะเวลาที่ถูกกำหนดไว้กับลูกค้าให้จึงจุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งประเทศ เวลาและประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่ท้าทายว่า บริษัทโลจิสติกส์สามารถที่จะทำตามข้อตกลงไว้กับลูกค้าได้หรือไม่ และสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยบริการบริหารจัดการกระจายสินค้า ในแต่ละจังหวัดเป็นศูนย์กลางและกระจายตามภูมิภาคหรือเขตต่างๆ ในพื้นที่ (BJC Logistics, 2016)

จากสภาวะการแข่งขันที่สูงในการทำธุรกิจของโลกทำให้ธุรกิจการบริการการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในด้านการบริการและมีความมั่นใจในด้านบริการที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เป็นสำคัญยิ่ง เพราะถ้าลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการบริการหรือไม่มีความเชื่อมั่นในด้านการบริการบริษัทก็ไม่สามารถที่จะดำรงและดำเนินธุรกิจได้อีกต่อไป การที่บริษัทสามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจต่อไปได้นั้นผู้ประกอบการแต่ละรายต้องมีการพัฒนาด้านการบริการและกลยุทธ์ต่างๆ ในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความได้เปรียบทางด้านเวลา ด้านราคา และการพัฒนาการบริการให้ดีและทันต่อเวลาอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งมีข้อมูลสถิติการจดทะเบียนรถบรรทุกดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 : สถิติการจดทะเบียนรถบรรทุก

	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
ลักษณะ	คัน	คัน	คัน
รถบรรทุก ไม่ประจำทาง (6 ล้อ)	221,234	239,373	255,478
รถบรรทุก ส่วนบุคคล (6 ล้อ)	724,659	757,590	771,074
รถบรรทุก ขนาดเล็ก (4 ล้อ)	1,284	1,041	994
รวม	947,177	998,004	1,027,546

ผลการศึกษาตามตารางที่ 1.1 พบว่า ประเทศไทยในภาพรวมมีการจดทะเบียนรถบรรทุกในระดับที่เพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งยังมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูงและรวดเร็ว (กรมการขนส่งทางบก, 2556-2558)

บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด เป็นอีกหนึ่งบริษัทที่ได้ดำเนินการธุรกิจบริการด้านการขนส่งสินค้าทางบกโดยรถบรรทุกมานาน เริ่มก่อตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ.2544 โดยการเริ่มธุรกิจการขนส่งที่จังหวัดสมุทรปราการ และหลังจากนั้นเริ่มมีการขยายกิจการธุรกิจรับงานไปส่งและขึ้นสินค้าตามจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในส่วนของภาคกลาง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและระบบเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตขึ้น และยังมีบริการขยายการบริการขนส่งไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ พม่า,ลาว,เขมร โดยบริษัท เบญจ-วรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด มีศูนย์หรือจุดกระจายสินค้าในภาคกลาง และมีนโยบายที่จะเพิ่มจุดกระจายสินค้าในภาคอีสาน และ ภาคใต้ โดยที่บริษัทมีรถให้บริการของบริษัททั้งหมดประมาณ 70 คัน และรถร่วมประมาณ 30 คัน และมีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีต่างๆมาใช้กับด้านบริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (บริษัท เบญจวรรณ- แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด, 2559)

ดังนั้นการศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจ-วรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการบริการและกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มเติมขีดความสามารถในการตอบสนองและความต้องการของลูกค้าเพื่อการสร้างยอดบริการให้เติบโต ช่วยให้บริษัทฯ สามารถทำการแข่งขันและดำเนินธุรกิจด้วยความมั่นคงมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อการศึกษาปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.2.2 เพื่อการศึกษาปัจจัยด้านการลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.2.3 เพื่อการศึกษาปัจจัยด้านราคามีผลต่อการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.2.4 เพื่อการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากรมีผลต่อการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ซึ่งมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1.3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าจากองค์กรที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด จำนวนประมาณ 60 ราย

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการขนส่ง แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนส่ง และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจ เรื่อง ราคา การบริการ ความปลอดภัยของสินค้า

1.3.3 ระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือนตุลาคม 2558 ถึง กุมภาพันธ์ 2559

1.4 ขั้นตอนการศึกษา

1.4.1 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์และศึกษากระบวนการขั้นตอนในการดำเนินงานของระบบโลจิสติกส์

1.4.2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับลูกค้าทั้งหมดที่มาใช้บริการเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

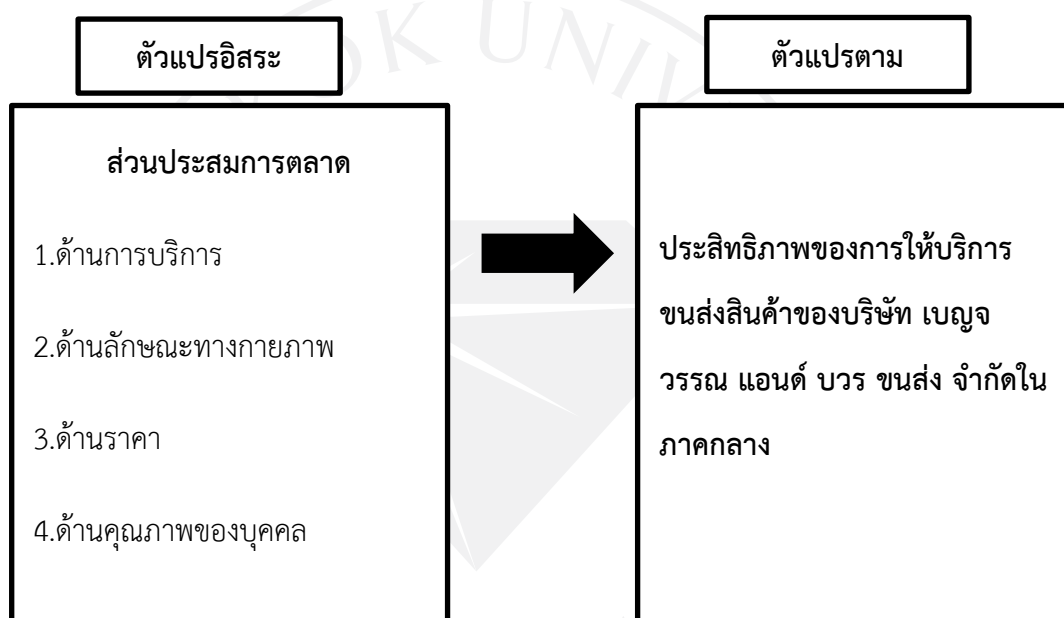
1.5.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในภาคกลางของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

1.5.2 ผลของการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร
ขนส่ง จำกัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในอนาคต

1.6 กรอบแนวความคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาค
กลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวความคิดการวิจัย



1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

บริษัท หมายถึง บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

การให้บริการ หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำกิจกรรม เพื่อบุคคลหนึ่งทำให้หรือมีการส่งมอบไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการทำแต่ละกิจกรรมนั้นๆ เช่น การขนส่งสินค้าสินค้าจากบริษัทไปยังลูกค้า ของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

ความพลอดภัยของสินค้า หมายถึง การบริการการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยที่สินค้าอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ตั้งแต่ลูกค้าต้นทางจนถึงปลายทางลูกค้า

ลูกค้า หมายถึง บุคคลหรือองค์กรบริษัทต่างๆที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจขนส่งของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

พนักงานที่ให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ทำงานในบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เช่น พนักงานขับรถ และ พนักงานออฟฟิศ

เทคโนโลยี หมายถึง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆที่นำมาใช้กับบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เช่น ระบบสัญญาณ GPS เพื่อตรวจสอบรถระหว่างการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการจัดการข้อมูล การจัดส่งสินค้า และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง หรือการเคลื่อนย้ายจากต้นทางไปยังปลายทางเพื่อความต้องการของลูกค้า โดยการใช้ทรัพยากรที่น้อยที่สุดในการเคลื่อนย้ายสิ่งของหรือวัสดุต่างๆ

รถบรรทุก หมายถึง รถยนต์ปีกอ๊พ 4 ล้อ 1 เพลา สามารถบรรทุกน้ำหนักได้ 1.2 ตัน ขนาดตู้ขนส่งสินค้า กว้าง 1.20 เมตร ยาว 2.20 เมตร สูง 1.70 เมตร รถบรรทุก 6 ล้อ 1 เพลา สามารถบรรทุกน้ำหนักได้ 6 ตัน ขนาดตู้ขนส่งสินค้า กว้าง 2.20 เมตร ยาว 7 เมตร สูง 2.30 เมตร และรถบรรทุก 10 ล้อ 1 เพลา สามารถบรรทุกน้ำหนักได้ 11 ตัน ขนาดตู้ขนส่งสินค้า กว้าง 2.20 เมตร ยาว 7 เมตร สูง 2.30 เมตร

รถบรรทุกไม่ประจำทาง หมายถึง การขนส่งสินค้าโดยไม่จำกัดเส้นทาง

รถบรรทุกส่วนบุคคล หมายถึง การขนส่งเพื่อการค้าหรือธุรกิจของตนเองด้วยรถที่มีน้ำหนักเกินกว่า 1,600 กก.

ประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีลักษณะดังนี้ 1.ประหยัด (Economy) ได้แก่ ประหยัดต้นทุน (Cost) ประหยัดทรัพยากร (Resources) และประหยัดเวลา (Time) 2.เสร็จทันตามกำหนดเวลา (Speed) 3.คุณภาพ (Quality) โดยพิจารณาทั้งกระบวนการตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือวัตถุดิบ มีการคัดสรรอย่างดีมีกระบวนการดำเนินงานกระบวนการผลิต (Process) ที่ดี และมีผลผลิต (Output) ที่ดี ดังนั้น การมีประสิทธิภาพจึงต้องพิจารณากระบวนการดำเนินงานว่า ประหยัด รวดเร็ว มีคุณภาพของงานซึ่งเป็นกระบวนการดำเนินงานทั้งหมด (สุนีรัตน์ ชูช่วย, 2553)

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งสามารถเห็นได้จากภายนอก เช่น ขนาด สี รูปร่าง

ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค หากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และทำให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป (nattapat worakul, 2015)

คุณภาพของบุคลากร หมายถึง การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติ ฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเรา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วย คุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด่านแรกของการให้บริการ

เพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้นการมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน (ราชมงคลกรุงเทพ, 2556)

การขนส่ง หมายถึง กิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้า หรือ บุคคลจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง (Talley, 1983) จากความหมายดังกล่าวแล้ว การขนส่งจัดกิจกรรมบริการ 2 ลักษณะ คือ สินค้า หรือสิ่งของทุกชนิด ซึ่งได้แก่อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ และรวมถึงไปรษณีย์ภัณฑ์ต่างๆ ด้วยอีกลักษณะหนึ่งได้แก่ บุคคล ซึ่งอาจหมายถึงบุคคลเดี่ยวหรือหมู่คณะ (บ้านจอมยุทธ, 2543)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา ค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัย ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน
- 2.2 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการบริการ
- 2.3 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขนส่ง
- 2.4 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการตัดสินใจ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน

แนวคิดเรื่องเกี่ยวห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง กระบวนการ Supply Chain Management หรือ SCM เป็นกระบวนการที่มีการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิต ระบบการสั่งซื้อ และการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังมีการทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภคและทำให้เกิดต้นทุนต่ำที่สุด (Super User, 2557)

Supply Chain เป็นการรวมเอาสิ่งสำคัญหรือหัวใจของกระบวนการทางธุรกิจเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ ระหว่างการจัดซื้อกับการตลาดในรูปแบบที่บูรณาการ การค้าในยุคปัจจุบัน ซึ่งในยุคปัจจุบันนี้เป็นการค้าที่ไร้พรมแดน ทั้ง Logistics และ Supply Chain แต่ละอันก็จะมีการทำงานที่แตกต่างกันไปในแต่ละอาณาเขตของตลาด โดยแต่ละกิจกรรมจะเป็นการส่งเสริมการตลาด และการผลิตโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน Supply Chain เป็นเรื่องของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะมีขั้นตอนในกระบวนการวางแผนผลิต และ กิจกรรมทางการตลาดเฉพาะ Marketing Mixed ซึ่งมองได้ว่า Supply Chain เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Product Concept , Product Design , Raw Material Supply , Production Process , Transport , Warehouse และ Distributor เพื่อจัดจำหน่ายไปยังผู้ค้าส่งและร้านขายปลีก จนกระทั่งสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย End Consumers ดังนั้นกระบวนการดังกล่าวนี้ถึงเรียกว่า “ห่วงโซ่ของการสร้างมูลค่า” หรือ “Value Chain” แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการบริการ (SquidZ Zhero, 2559)

2.2 แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิผลการบริการ

ประสิทธิภาพเชิงเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การผลิต,สินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด โดยจะมองถึงการใช้ต้นทุนหรือปัจจัยให้น้อยที่สุดและประหยัดเวลาให้มากที่สุดซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายดังนี้

ปีเตอร์สัน และ ฟลอแมน (Peterson and Plowman, 1953, p.433) กล่าว ประสิทธิภาพสูงสุดในการบริการด้านงานธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมและเป็นต้นทุนที่น้อยที่สุด โดยมีองค์ประกอบ 5 ส่วน คือ ต้นทุน (Cost) , คุณภาพ (Quality) , ปริมาณ (Quantity) , เวลา (Time) และ วิธีการ (Method) ในกระบวนการผลิต

มิลเล็ท (Millet, 1954, p.4) ให้คำนิยามเกี่ยวกับประสิทธิภาพไว้ว่า ผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานจะทำให้เกิดความพึงพอใจและทำให้ได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงานซึ่งเกิดจากความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจการบริการให้ประชาชนโดยพิจารณาจาก 5 ปัจจัย

1. การบริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely Service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

ไซมอน (Simon, 1960, p.180-181) ได้กล่าวไว้ว่าถ้างานใดมีประสิทธิภาพสูงสุดให้ดูจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้ออกมา ซึ่งสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพเท่ากับผลผลิต

ถ้าเป็นหน่วยราชการของรัฐ จะนำมาผสมกับความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าไปด้วย เขียนได้เป็นสูตรดังนี้

$$E = (O - I) + S$$

E = Efficiency ประสิทธิภาพของงาน

O = Output ผลผลิต หรือ ผลงานที่ได้ออกมา

I = Input ปัจจัยนำเข้า หรือ ทรัพยากรทางการบริหารที่ใช้

S = Satisfaction ความพึงพอใจในผลงานที่ออกมา (อรรถวุฒิ ตัญญาวิทย์, 2544)

ประสิทธิภาพ หมายถึง ในระบบราชการมีความหมายรวมถึงผลผลิตภาพและประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพนั้นเน้นสิ่งที่วัดได้หลายมิติตามวัตถุประสงค์ ที่ต้องพิจารณา คือ

1. ประสิทธิภาพมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต (Input) ได้แก่การใช้ทรัพยากร การบริหาร คือ คน วัสดุ เงิน เทคโนโลยี ที่มีอยู่ให้เกินประโยชน์และประหยัด คุ่มค่า และมีการสูญเสียที่เกิดขึ้นน้อยที่สุด
2. ประสิทธิภาพมิติกระบวนการบริหาร (Process) คือ การทำงานที่ถูกต้องแม่นยำได้มาตรฐาน ใช้เวลาน้อย และใช้เทคโนโลยีที่สะดวกรวดเร็วและคุ้มค่า
3. ประสิทธิภาพมิติผลผลิตและผลลัพธ์ คือ การทำงานที่มีคุณภาพ เกิดประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลทำกำไร ทันทเวลา ผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงานในงานบริการ เป็นที่พอใจของลูกค้าหรือผู้มารับใช้บริการ (ทิพา เมฆสวรรค์, 2538)

ประสิทธิภาพเชิงสังคม หมายถึง การนำปัจจัยนำเข้า มาซึ่งพิจารณา ถึง ความพยายาม ความพร้อม ความสามารถความคล่องแคล่ว ในระบบการปฏิบัติงาน โดยทำการพิจารณาการเปรียบเทียบกับผลที่ได้ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือ การบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งมีนักรวิชาได้ให้ความหมายดังต่อไปนี้

ที.เอ โรอัน และ พี.ซี สมิต์ ได้พูดถึงว่า ประสิทธิภาพของแต่ละบุคคลว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ในแง่บวกกับสิ่งที่ทุ่มเทให้กับงาน เช่น ความพยายามการทำงานที่ได้รับจากงานนั้น

ซุบ กาญจนประกร (2502, หน้า 40) พูดถึงว่า ประสิทธิภาพเป็นแนวคิดหรือความมุ่งมาดปรารถนาในการบริหารงานในระบบประชาธิปไตย ในอันที่จะทำให้การบริหารงานราชการได้ผลสูงสุด คุ่มค่ากับง่ายภาษีอากรที่ได้ลงทุนไปในการบริหารงานประเทศและผลสุดท้ายประชาชนได้รับความพึงพอใจ

อุทัย หิรัญโต (2525, หน้า 123) พูดถึงว่า ประสิทธิภาพในทางราชการคือผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงใจ และประโยชน์แก่ประชากร และยังต้องพิจารณาถึงคุณค่าทางสังคม โดยมีการนำเวลาเข้ามาประกอบด้วย

ธงชัย สันติวงษ์ (2526, หน้า 198) ได้มีการนิยามคำว่าประสิทธิภาพ คือ กิจกรรมทางด้านการบริหารบุคคลที่ได้เกี่ยวข้องกับวิธีการ ซึ่งหน่วยงานพยายามที่กำหนดให้ทราบแน่ชัดว่า พนักงานของเขาสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2531, หน้า 86) พูดถึงว่า การที่จะมีประสิทธิภาพการบริหารงานนั้นจะเป็นตัวชี้วัดความเจริญก้าวหน้า หรือความล้มเหลวขององค์กร ผู้บริหารที่เชี่ยวชาญจะเลือกการบริการที่มีความเหมาะสมกับองค์ของตน และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด (วัชริน ขวัญพะงุ่น, 2552)

สรุปได้ว่า คำว่าประสิทธิภาพ หมายถึงผลการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการใดๆ รวมถึงความพึงพอใจที่เกิดแก่ผู้บริโภค โดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารอย่างคุ้มค่าและมีการใช้ปริมาณน้อยที่สุด

คอตเลอร์ (Kotler, 1994, p.464) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการใดซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่งและไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมนั้นขึ้นอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้หรือเป็นการบริการที่มีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปดังนี้

2.1 ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่ผู้ให้บริการกระทำต่อผู้ที่รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการบริการเป็นแบบไหนจนกว่ากระบวนการให้บริการนั้นจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับหรือการตรวจดูสินค้าก่อนจะมีการตัดสินใจซื้อ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ การรับประกันความพอใจ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยใช้บริการมาแล้ว ในธุรกิจขนส่งหากผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ มีความตรงต่อเวลา และมีความสม่ำเสมอในการให้บริการแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดความไว้วางใจในการให้บริการในครั้งนั้นๆหรือครั้งต่อไป

2.2 สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) ลักษณะการให้บริการที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการใช้บริการที่จะเกิดขึ้น หมายความว่า ผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคไม่อาจจะรับรู้หรือจับต้องบริการนั้นได้แต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการที่เคยใช้บริการเป็นตัวการที่จะเอามาประกอบการตัดสินใจให้เข้ารับบริการนั้นๆ โดยกำหนดเกณฑ์ด้านคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ควรได้รับแล้วตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ตรงกับความต้องการของตัวเอง ในธุรกิจขนส่งบริษัทที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดีอาจจะช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยมีการกระทำ 6 อย่างประกอบ

2.2.1 สถานที่ (Place) สามารถสร้างความเชื่อมั่นและมีความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เช่น มีคลังสินค้าที่เหมาะสมแก่การเก็บสินค้า มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความปลอดภัยในการเก็บสินค้า มีการจัดการบริหารคลังหรือสถานที่ในการค้นหาสินค้าได้ง่าย

2.2.2 บุคคล (People) พนักงานในบริษัทต้องมีบุคลิกที่เหมาะสมและมีความรู้กับงานด้านบริการขนส่งสินค้า มีอุปนิสัยที่แจ่มใสร่าเริง พุดจาไพเราะเพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับการบริการที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ

- 2.2.3 เครื่องมือ (Equipment) สำนักงานต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการให้บริการด้วยความแม่นยำ รวดเร็วทำให้เกิดลูกค้าพอใจในการให้บริการ เช่น มีรถบรรทุกขนส่งสินค้าที่อุปกรณ์ครบถ้วนรถบรรทุกทุกสามารถใช้งานอุปกรณ์ได้ทุกอย่างที่อยู่บนรถในการให้บริการด้วยความสะดวกและรวดเร็ว
- 2.2.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) การโฆษณาต่างๆ จะต้องให้สอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า เช่น มีอุปกรณ์ในการสื่อสารที่ทันสมัยทั้ง โทรศัพท์ โทรสาร ช่องทางติดต่อ แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อติดต่อและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- 2.2.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ดี ควรสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการให้บริการที่เสนอขาย เช่น ตราบริษัทใช้สัญลักษณ์ที่ง่ายต่อการจดจำของผู้ใช้บริการ
- 2.2.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาในการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในระดับการให้บริการต่างๆต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน เช่น มีการกำหนดราคาสำหรับการขนส่งสินค้าที่เป็นอูมิเนียมที่บรรจุใส่กล่องคิดเป็นกิโลกรัม ส่วนการขนส่งสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคคิดราคาเป็นต่อเที่ยว
- 2.3 การแบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Insurability) เป็นการบริการที่มีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆได้การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับการให้บริการ ซึ่งแตกต่างจากกรณีสินค้าที่มีการผลิตและการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวของของสินค้าเช่นการผลิตสินค้าทั่วไป ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในการเริ่มให้บริการจนกระทั่งการบริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคมักจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการในตอนนั้นโดยจะทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกันในการขนส่งสินค้าจะไม่สามารถแบ่งแยกการขนส่งออกจากขั้นตอนการดำเนินงานได้ เนื่องจากเมื่อใช้บริการการ

ขนส่งแล้วผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการคือการเคลื่อนย้ายวัตถุสิ่งของจากจุดเริ่มต้นไปยังปลายทางที่ผู้ใช้บริการต้องการ

2.3 ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) มีลักษณะการให้บริการที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบนั้นขึ้นอยู่กับ การให้บริการในแต่ละครั้งซึ่งมีวิธีการให้บริการที่เป็นลักษณะเฉพาะสินค้าและถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากการให้บริการแต่ต่างสถานการณ์ที่ต่างกันไปคุณภาพของบริการก็อาจจะแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การให้บริการ ช่วงเวลาของการให้บริการ และสภาพแวดล้อมใน ณ.ขนาดนั้นในกรณีของธุรกิจขนส่งสินค้าและจุดหมายปลายทางที่ต้องการขนส่งย้ายวัตถุไปยังจุดเดียวกันแต่อาจได้รับสินค้าในเวลา ที่ต่างกัน หรือได้รับสินค้าในสภาพที่ไม่เหมือนกันบางบริษัทอาจจะมีสินค้าชำรุด บ้างในบางบริษัทบางบริษัทได้รับสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ ถึงแม้ขนส่งสินค้าชนิดเดียวกัน จุดหมายเดียวกันแต่ช่วงการให้บริการต่างกันอาจจะได้รับสินค้าในเวลา ที่ต่างกัน หรือสภาพที่แตกต่างกันได้

2.4 ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) มีลักษณะการให้บริการที่ไม่สามารถเก็บรักษาสินค้าหรือการสำรองสินค้าไว้เพื่อจัดจำหน่ายในโอกาสต่อมาได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเสียเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับ ความต้องการใช้บริการในแต่ละครั้งและในช่วงเวลาที่ต่าง ในธุรกิจขนส่งเมื่อได้ตกลง มีการว่าจ้างการดำเนินการจัดส่งสินค้านั้นแล้ว สินค้าที่อยู่ในกระบวนการขนส่งจะทำการยกเลิกการในคราวนั้นไม่สามารถนำมาใช้บริการในคราวต่อไปไม่ได้

2.5 ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-Ownership) มีลักษณะการให้บริการที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการใช้บริการเกิดขึ้น ซึ่งมักแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปเพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็ตามสินค้านั้นจะตกเป็นของผู้ที่จ่ายเงินในทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับบริการตามเงื่อนไขในแต่ละประเภทในการให้บริการในครั้งนั้นๆ การบริการจึงเป็นกระบวนการของการกระทำเท่านั้น ในธุรกิจขนส่งสินค้าเมื่อตกลงใช้บริการและหลังจากงานสิ้นสุดลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะได้รับการบริการคือการย้ายสิ่งของหรือสินค้าเฉพาะในคราวนั้นๆ

คุณภาพในการให้บริการ (Service Quality)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538, หน้า 102) ให้คำหมายคำว่าคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในกระบวนการให้บริการเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ

คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในแต่ละครั้งตามที่ลูกค้าต้องการ ผู้ให้บริการจะได้รับประสบการณ์ในอดีตเพื่อนำมาปรับปรุงใช้ในอนาคต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังไว้ (What) เมื่อลูกค้ามีความต้องการ (When) ณ.สถานที่ที่ลูกค้าต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจในการซื้อบริการของลูกค้า

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2538, p.115) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ คือ คุณสมบัติคุณลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการในแต่ละครั้งที่ผู้รับบริการหรือลูกค้า ให้รับรู้ว่ามีความโดดเด่นตรงเหมือนเกินความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้จ่ายเงินเพื่อแลกเปลี่ยน สัมผัส มีประสบการณ์ ทดลองใช้ เป็นต้น

สรุปการประสิทธิภาพการบริการ เป็น กิจกรรมหรือกระบวนการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละครั้งจะได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วแม่นยำ และมีความพอใจในกระบวนการของผู้ให้บริการ

2.3.แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขนส่ง

การขนส่งเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งในปัจจุบันในจำนวนหลายๆเรื่อง ที่ต้องมองในแง่ของสถานที่ในการประกอบกิจกรรมเชิงเศรษฐศาสตร์ ซึ่งประกอบไปกับกิจกรรมอันได้แก่ การจัดการการผลิต และการกระจายสินค้าซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ โดยทั่วไปการจัดการขนส่งคือการเคลื่อนย้ายวัสดุหรือสินค้าจากแหล่งการผลิตที่หนึ่ง ไปยังจุดหมายปลายทางอีกที่หนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน

চার্জ উদ্ভট (2547, p.63-64) ได้กล่าวว่า ห่วงโซ่อุปทานการขนส่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลักดังนี้

2.3.1 การเก็บรวบรวมสินค้า (Collection) เริ่มจากการรับสินค้ามาจากแหล่งโรงงานผลิตที่ได้ สินค้าอาจจะหลากหลาย เนื่องจากมีรูปแบบ น้ำหนัก ขนาด และการบรรจุสินค้า ที่ต่างกันโดยปกติการเก็บรวบรวมสินค้าจะถูกจัดการในเชิงภูมิภาค จากที่มีการรวมสินค้า พวกสินค้าจะถูกส่งไปยังที่คลังสินค้าของส่วนกลาง

2.3.2 การขนส่ง (Transportation) จากคลังสินค้า จะมีการนำสินค้าหรือการย้ายสินค้าออกจากคลังสินค้าที่เก็บรวบรวมกันจะถูกส่งไปยังจุดหมายปลายทางที่ลูกค้ากำหนดหรือคลังสินค้าที่อยู่ตามภูมิภาค

2.3.3 การจัดส่ง (Delivery) เป็นกระบวนการที่ตรงกันข้ามกับกระบวนการเก็บรวบรวมสินค้าซึ่งได้รับการจัดการเป็นส่วนตามภูมิภาคและถือว่าเป็นส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับลูกค้าปลายทางรวมถึงการจัดส่งถึงหน้าบ้านของลูกค้า

2.3.4 การรวมและแยกสินค้า (Consolidation and De-consolidation) ณ. กระบวนการนี้ สินค้าจะถูกเก็บและมีการรวบรวมสินค้าก่อนที่จะบรรจุและนำไปสู่กระบวนการขนส่ง สินค้าพวกนี้อาจจะถูกรวบรวมในรูปแบบของตู้สินค้า หรือ บนแพลตฟอร์ม หรือการเปลี่ยนวิธีการขนส่งไปเป็นวิธีอื่น โดยไม่ต้องบรรจุสินค้าใหม่มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของการขนส่งเกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างจุด 2 จุดซึ่งมีปัจจัยต่างๆ มากมายของกระบวนการขนส่งที่ก่อให้เกิดความต้องการบริการขนส่งที่หลากหลายปัจจัยต่างๆ

ประสิทธิภาพด้านการขนส่ง (Logistic Efficiency) กล่าวคือ การที่ทำให้กระบวนการขนส่งเกิดประสิทธิภาพขึ้นนั้น จะขึ้นอยู่กับบุคลากรในสายงาน ของ Logistic ที่ควรต้องมีปฏิบัติ ดังนี้

Right : มี 7 right ความถูกต้อง

1. Right Product : มีการส่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ถูกต้อง
2. Right Quantity : มีการจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในจำนวนที่ถูกต้อง
3. Right Conviction : ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต้องไม่เสียหายหรือบกพร่อง
4. Right Customer : มีการจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ถูกลูกค้า
5. Right Place : มีการจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ถูกสถานที่
6. Right Time : มีการจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ทันเวลา
7. Right Cost : มีต้นทุนที่ถูกต้อง ไม่เวอร์เกินไป

Perfect : มี 6 Perfect

1. Perfect Enter : มีการใส่ข้อมูลให้ครบถูกต้อง
2. Perfect Fillable : มีการเติมเต็มให้สมบูรณ์
3. Perfect Transportation : มีการขนส่งที่สมบูรณ์
4. Perfect Communicate : มีการสื่อสารที่สมบูรณ์
5. Perfect Bill : มีการออกบิลหรือ INV. ที่ถูกต้อง
6. Perfect Document : มีการทำเอกสารหรือการออกเอกสารที่ครบถูกต้องสมบูรณ์

สรุปการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขนส่ง จะเกิดขึ้นได้นั้นต้องเกิดมาจากหลายๆปัจจัย คือการมีการใช้สินทรัพย์ที่เรามีให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า เช่น 1.การบริหารรถ,พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า เพื่อเพิ่มพื้นที่จัดเรียงให้มากขึ้นในพื้นที่เท่าเดิม 2.มีการบริหารเส้นทางเพื่อลดระยะทาง 3.มีการลดต้นทุนในการดำเนินงาน 4.มีการใช้ทรัพย์สินให้อย่างคุ้มค่าถึงแม้ทรัพย์สินจะลดลง 5.มีการตกลงกับลูกค้าว่าเราจะให้บริการเค้าได้ในแบบไหนได้บ้าง 6.มีการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

2.4.แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการตัดสินใจ

บาร์นาร์ด (Barnard, 1938, p.168) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจนั้นเป็นเทคนิควิธีที่จะสามารถลดทางเลือกลงมาให้เหลือเพียงทางเดียว

ไซมอน (Simon, 1979, p.41) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการของการที่จะหาโอกาสในการตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้และทางเลือกอื่นจากงานต่างๆที่มีอยู่ ณ.ในขณะนั้น

มูดี (Moody, 1997, p.87) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป เมื่อมีปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริงแนวทางการแก้ไขที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข ซึ่งมีการรวบรวมข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายและการใช้เวลา

กิบสันและอิวาน เซวิช (Gibson and Ivancevich, 1987, p.431) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการสำคัญขององค์การผู้บริหารต้องลงมือทำอยู่ในบนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

โจนส์ (Jones, 1991, p.54) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจในองค์กรเป็นกระบวนการที่จะสามารถแก้ไขปัญหาภายในองค์กรโดยจะมีการค้นหาทางเลือกและเลือกทางเลือกหรือแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กรตามที่ได้กำหนดไว้ (Novabizz, 2005-2016)

วุฒิชัย จานง (2523) ได้กล่าวว่า ในการตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการตัดสินใจนั้น จะเป็นการตัดสินใจที่สำคัญในการปฏิบัติงานในทุกๆเรื่อง เพื่อได้มีการดำเนินไปสู่เป้าหมายของวัตถุประสงค์ อาจจะมีการนำเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา เช่น มีการใช้เหตุผล ส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ชอบพอ เข้ามามีส่วนในการใช้ตัดสินใจ และมีลักษณะการทำให้เป็นขั้นตอนกระบวนการแบบต่อเนื่องกันไป

บุษกร คำคง (2542) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจนั้นต้องมีข้อมูลหลักฐานพื้นฐานเบื้องต้นจากเรื่องที่จะนำมาพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปให้เป็นที่ยอมรับและนำมาผสมผสานกับสรุปการอ้างอิง เพื่อนำไปวิเคราะห์เป้าหมายแสดงทิศทางนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2526) อ้างอิงใน ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญในการตัดสินใจ อาจจำแนกได้ 2 ประเภทเป็นอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

2.4.1 ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) คือ การตัดสินใจมีลักษณะที่สำคัญคือจะคำนึงว่า แนวทางในการตัดสินใจ ความน่าจะเป็น หรือ ควรจะเป็นเช่นใด ถึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือ ควรจะเป็น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะมีคล้ายหรือแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการใช้ทฤษฎีนี้ในการตัดสินใจในประเด็นปัญหาใดๆนั้น จึงมี

ลักษณะขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จึงเป็นตัวกำหนดว่ามีปัญหานั้นๆ น่าจะหรือควรตัดสินใจอย่างไร จึงจะเป็นทางที่ดีที่สุดถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งตามธรรมชาติของบุคคลอื่นที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจมองได้ว่าเหมาะสมก็ได้ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง

2.4.2 ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ ทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะที่แตกต่างกับทฤษฎีแรก คือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญในการตัดสินใจเพื่อแก้ไข ปัญหาหนึ่งๆ จะต้องทำอะไรอย่างไรถึงจะได้ผลลัพธ์ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้นจะเป็นชอบหรือมีความพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกแบบหนึ่งคือ เป็นการตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้เพื่อที่จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใดๆก็ตามหรือค่านิยมความชอบส่วนตัวมาตัดสินใจเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุมีผล มีความถูกต้องและเป็นที่ขึ้นชอบและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้นได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอนตลอดจนที่การนำเครื่องมือเทคนิคสมัยใหม่ต่างๆเข้ามาช่วยในการตัดสินใจเพื่อที่จะได้ใช้ในการตัดสินใจว่ามีความถูกต้องและเหมาะสมที่สุด (ปิยะนุช เหลืองงาม, 2552)

John Farley และคณะ ได้พัฒนาทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ จากการวิเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analyses และเรียกว่าเป็น “ทฤษฎีการตัดสินใจ” เรียกย่อๆว่า CDM ซึ่งย่อมาจากคำว่า Consumer Decision Model ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ อธิบายว่า เป็นการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 ปัจจัยซึ่งแต่ละปัจจัยนั้นต้องมีความสัมพันธ์กันและกันประกอบไปด้วย

ปัจจัยที่ 1 ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ ได้ 2 วิธี ได้แก่

2.4.3 การมีประสบการณ์ทางตรงที่เกี่ยวข้องกับบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น คือ ผู้บริโภคที่ได้ใช้วิริยะของตนเองไปสัมผัสกับบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นโดยตรง เช่น การได้กลิ่นโดยใช้จมูกดม, การได้สัมผัสด้วยตนเองโดยใช้มือ, การได้ยินเสียงโดยการใช้หูฟังเสียง, การได้เห็นโดยการใช้ตาทั้ง 2 ข้างมอง ฯ จากการกระทำเหล่านี้ทำให้การรับรู้ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ตรงความต้องการของตนเองกับบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นมากน้อยเพียงใด

2.4.4 จากประสบการณ์ทางอ้อม คือ ผู้ที่ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่าของผู้อื่นเช่น คนในครอบครัว เพื่อนรอบตัว หรือ อาจจะได้รับข่าวสารจากผู้สื่อข่าว เช่น จากสิ่งพิมพ์โฆษณา ทีวี โซเชียลมีเดีย แล้วทำให้เกิดความรับรู้กับสิ่งนั้นตรงตามความต้องการของตนเอง หรือไม่ตรงตามความต้องการของตนเองกับบริการนั้นมากน้อยเท่าใด

ปัจจัยที่ 2 เครื่องหมายการค้าหรือโลโก้บริษัท จะทำให้ผู้บริโภคถึงลักษณะของบริการหรือผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆเช่น รูปร่าง,สี,รส,ขนาด,การบรรจุหีบห่อ,การออกแบบ,ความทนทาน และคุณภาพการใช้บริการ

ปัจจัยที่ 3 ทศนคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้าหรือโลโก้บริษัท เป็นความรู้สึกนึกชอบ ไม่ชอบ หรือชอบมากชอบน้อยตามลำดับ หรือจะเป็นความรู้สึกเชิงบวก หรือความรู้สึกเชิงลบ ต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่ 4 การมีความเชื่อมั่นในการบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นการประเมินและตัดสินใจ เกี่ยวกับการบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่นนี้เกิดจากการ ได้รับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ และความศรัทธาหรือความเชื่อมั่นที่มีต่อ เครื่องหมายหรือโลโก้บริษัทนั้นร่วมกัน โดยที่อิทธิพลของความเชื่อมั่นในการบริการหรือผลิตภัณฑ์ จะ มีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้การบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นต่อไปในภายภาคหน้า

ปัจจัยที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ กล่าวได้ว่า เป็นการตัดสินใจด้วยการวางแผน เช่น จะใช้ยี่ห้ออะไร สีอะไร รุ่นไหน ใช้เมื่อไร จะซื้อควรติดต่อใคร เป็นต้น

ปัจจัยที่ 6 การซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์ การซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้บริโภคนั้นได้ทำการตัดสินใจในการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ แล้วแสดงออกเป็นพฤติกรรม ด้วยการซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) คือ การกำหนดกระบวนการขั้นตอน ในการตัดสินใจตั้งแต่ตอนเริ่มต้นไปจนถึงตอนสุดท้ายในการตัดสินใจโดยจะมีการลำดับขั้นตอนเป็น กระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยการใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ข้อบังคับ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือในการช่วยหาข้อสรุปเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลากหลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ความคิดเห็นของนักวิชาการ พลันเกต และแอ็ดเนอร์ (Plunkett and Attner, 1994:162) ได้มีการนำเสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.4.5.1 การกำหนดปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการที่จะระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นตอนต่อไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจ

2.4.5.2 การกำหนดข้อจำกัดของปัจจัย (Identify Limiting Factors) เมื่อกำหนดปัญหาได้ถูกต้องแล้วผู้บริหารควรพิจารณาข้อจำกัดต่างๆขององค์กร โดยพิจารณาทรัพยากรซึ่งจะเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกและอื่นๆ รวมทั้งการใช้เวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยที่จำกัดที่สามารถพบได้บ่อย การรู้ข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่อาจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้

ผู้บริหารนั้นกำหนดขอบเขตการพัฒนาทางเลือกให้แคบลง ตัวอย่างเช่น มีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าภายในระยะเวลา 3 วัน ทางเลือกในการแก้ไขปัญหาคือส่งสินค้ามาทางอากาศแทนที่จะส่งทางน้ำแทน

2.4.5.3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาให้น้อยลงหรือการให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น มีบริษัทขนส่ง 2 บริษัทที่ใช้บริการ บริษัทแรก ในการขนส่งนั้นรถบรรทุกไม่ระบบ GPS แต่บริษัทที่สองนั้นการขนส่งรถบรรทุกนั้นมีระบบ GPS ติดรถ เราควรที่จะเลือกบริษัทที่ 2 เพราะมีระบบ GPS ทำให้เรารู้สถานะของสินค้าของเราที่จะจัดส่งให้กับทางลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

2.4.5.4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ โดยจะนำข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์กรก็อาจจะทำให้เกิดผลต่อเนื่องอันไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยในการแก้ปัญหาทางเทคนิคได้

2.4.5.5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกที เพื่อที่จะพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลดีต่อองค์กรให้มากที่สุดและให้ผลประโยชน์แก่องค์กรมากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารเองต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมอาจจะมีผลเสีย แต่ก็จะเป็นผลเสียที่เสียน้อยที่สุดโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกและเหตุการณ์ในตอนนั้น

2.4.5.6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดมากได้แล้วก็ควรมีการนำผลไปตัดสินใจในทางปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมในการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ควรมีการมอบหมายหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดกฎระเบียบและนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสมบูรณ์แบบ

2.4.5.7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการในการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้าง

ระบบควบคุมและมีการประเมิน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผล การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือเปล่า ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ไข ปัญหาหรือมีการทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยมีผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด (กุลชลี ไชยนันตา, 2539, 135-139)

สรุปแนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพตัดสินใจ คือ ข้อมูลข่าวสารนั้นทำหน้าที่เป็นสื่ง รั้าหรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่สามารถเป็นตัวกระตุ้นให้ ผู้รับบริการนึกถึงโลโก้บริษัทหรือเครื่องหมาย การค้า แล้วเกิดความรู้สึกสนใจชอบหรือไม่ชอบต่อบริการ ความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากการได้รับข่าวสารต่างๆหรือข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ หากได้รับข้อมูล หรือข่าวสารในเชิงบวก ความรู้สึกที่มีต่อบริการนั้นจะเกิดผลในเชิงบวกตามมาซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคนั้น ใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นซ้ำ ถ้ามีความรู้สึกในเชิงลบจะเกิดผลในเชิงลบที่ตามมาซึ่งอาจจะทำให้ ผู้บริโภคนั้นไม่หันมาใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นเป็นรอบที่สอง เพราะนั้นทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมาย การค้าหรือโลโก้บริษัทจะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นที่จะกลับมาใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นอีกภายใน อนาคต

2.5.แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการประสิทธิภาพผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (1991) Marketing Management ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค นั้นคือ การ กระทำใดๆของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการหรือสินค้าที่ตอบสนองความต้องการ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆได้ ทั้งนี้ยังรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า มีการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาก่อนว่า สินค้าที่จะทำการเสนอขายนั้น ใครคือ ผู้บริโภค (Who) ผู้บริโภคซื้อ อะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) และมี การซื้อบ่อยมากเพียงใด (How Often) รวมไปถึงการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและ บริการ เพื่อทำการค้นหาคำตอบใน 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ คณะ, 2541, 124-125)

โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาพูดถึงใน ลักษณะแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งจะเปรียบเทียบบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดไว้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ ถึงแม้จะมีการตอบสนองที่ผู้ซื้อ

(Buy's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buy's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, p.124-128)

สรุปพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการเริ่มต้นที่เกิดจากสิ่งๆที่เรียกว่า ตัวกระตุ้น (Stimulus) จะทำให้เกิดความต้องการ โดยการหาจัดหาให้ได้ซึ่งการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคล ทำการตัดสินใจที่ใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า

บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค

บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Role) คือบทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการโฆษณา และ ผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้ โดยทั่วไปมี 5 บทบาท คือ

2.5.1 ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

2.5.2 ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.5.3 ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่ ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน

2.5.4 ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง

2.5.5 ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ สรุป บทบาทพฤติกรรม หมายถึง บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งนักการตลาดได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในทางการตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณา และนักแสดงโฆษณา ให้มีบทบาทใดบทบาทหนึ่ง (วิทย์, 2012)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะนำมาช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งใช้คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (7 Os) ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 : คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1 H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os)

คำถาม (6 Ws และ H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1.ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market) ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย	(Occupants) ทางด้าน 1.ประชากรศาสตร์ 2.ภูมิศาสตร์ 3.จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4.พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านการม บิตราคาการจัดจำหน่ายและ การส่งเสริมการตลาดที่ เหมาะสมและการตอบสนอง ความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้
2.ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) จากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และ ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competition Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 1.ผลิตภัณฑ์หลัก 2.รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3.ผลิตภัณฑ์ควบ 4.ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5.ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน บริการพนักงาน ภาพลักษณ์
3.ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy)	วัตถุประสงค์ในการซื้อผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ คือ 1.ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด คือ 1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) 2.กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion Strategy) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณาการใช้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1 H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os)

คำถาม (6 Ws และ H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
	2.ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3.ปัจจัยเฉพาะบุคคล	พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3.กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4.กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participant in the buying)	บทบาทของกลุ่มต่าง (Organizations) ซึ่งมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1.ผู้ริเริ่ม 2.ผู้มีอิทธิพล 3.ผู้ตัดสินใจซื้อ 4.ผู้ซื้อ 5.ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา หรือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising And Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer Buy)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนไหนของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงใดของเดือน ช่วงเวลาใดของเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ วันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1 H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os)

คำถาม (6 Ws และ H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where Does the consumer buy?)	แหล่ง (Outline) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เกตร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่เป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ปัญหา - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลทางเลือก - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกภายหลังการซื้อ 	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) ประกอบด้วยโปรโมชั่นการขายโดยใช้พนักงานขายส่งเสริมการขายโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541) ชื่อเรื่อง การบริหารการตลาดยุคใหม่. สืบค้นจาก

http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Bundit_Mangmesup/fulltext.pdf

2.6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิรวาส แผ่พร (2511) ได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก บริษัท เอเอ พีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ผลการวิจัยพบว่า มี 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ ปัจจัยที่ 1 ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุดต่อการเลือกใช้ ปัจจัยที่ 2 ด้านการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือผู้บริโภคนั้นเน้นความสะดวกในการรับส่งสินค้า ปัจจัยที่ 3 ด้านความปลอดภัยของสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้

บริการมากที่สุด คือ มีการรับประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า จากต้นทางไปยังปลายทาง และการกำหนดเวลาที่สินค้ามาถึงปลายทางตามลำดับ ปัจจัยที่ 4 ด้านวิธีการบรรจุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริการอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ 5 ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้การรักษาความปลอดภัยของสินค้าจะเป็นปัจจัยหลักอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้กลุ่มลูกค้านั้นตัดสินใจในการใช้บริการ

จักรินทร์ อินทวัน (2553) ได้มีการศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาภาพสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า มี 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่ 1 ด้านกระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ การเก็บอัตราค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ปัจจัยที่ 2 ด้านพนักงานให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ การที่พนักงานให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น ตอบข้อสงสัย และ ให้คำแนะนำ กับผู้ที่ใช้บริการ ปัจจัยที่ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือในการให้บริการมีเพียงพอ เช่น ปากกา กาว โต๊ะสำหรับการเขียน เป็นต้น ปัจจัยที่ 4 ด้านบริการหน้าเคาน์เตอร์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ

เกียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าเอกชนโดยรถบรรทุก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลัก 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าเอกชนคือความสะดวกสบายในการรับส่งสินค้าปัจจัยที่สองต่อมาคือความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง ทั้งนี้การรักษาความปลอดภัยของสินค้าถือว่าเป็นปัจจัยที่สามอีกประการหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มลูกค้านั้นมีการตัดสินใจใช้บริการ ปัจจัยอันดับที่สี่คือความรับผิดชอบในด้านต่างๆของบริษัทขนส่งและปัจจัยอันดับที่ห้าคืออัตราค่าบริการที่กลุ่มผู้บริโภคนั้นคิดว่าเหมาะสมควรจะอยู่ณช่วงกิโลกรัมละ 50 สตางค์ ถึง 1 บาท และเมื่อคิดเป็นชิ้นจะอยู่ในช่วงระดับราคาชิ้นละ 15-25 บาท บริการเสริมที่กลุ่มลูกค้าต้องการมากที่สุด คือ มีการรับประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า การบริการติดตามสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง และมีการกำหนดเวลาในการบริการขนส่งสินค้าของกลุ่มลูกค้าด้วย การเปลี่ยนแปลงรายได้ของประชากรซึ่งส่งผลกระทบต่อทางอ้อมต่อการบริโภคและกิจกรรมด้านการขนส่ง

ทิพย์วรรณ อัจฉรวงศ์ (2547) ได้มีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าทางรถบรรทุกในเขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามลำดับ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีปัจจัยย่อยแต่ละด้านที่มีผลการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ สภาพรถยนต์เมื่อถึงปลายทาง

สมบูรณ์หรือไม่มีการเสียหาย ความชำนาญในการลำเรียงสินค้าขึ้นลง และประสิทธิภาพการให้บริการตามลำดับ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานที่ขับรถขนส่งต้องมีความชำนาญ พนักงานขับรถขนส่งต้องมีความรับผิดชอบและพนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการสะดวกรวดเร็ว ติดตามงาน ส่งรถยนต์ตรงตามเวลาที่กำหนด และการติดต่อสั่งงานสามารถทำได้รวดเร็ว และไม่ช้าช้อนตามลำดับ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยน้อย คือด้านราคา ปัจจัยสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีปัจจัยย่อยแต่ละด้านที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าบริการต่อเที่ยว ค่าบริการรวมค่าใช้จ่ายอื่นแล้วโดยไม่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติม และมีการให้เครดิตตามลำดับ ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สามารถส่งรถยนต์ได้ทุกที่ทุกแห่งตามที่ต้องการ มีช่องทางในการติดต่อหลากหลายช่องทาง และเวลาเปิด ปิดที่ทำการของบริษัทตามลำดับ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนงานตามที่บริษัทร้องขอ มีส่วนลดเมื่อยอดใช้บริการถึงกำหนด และมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆตามลำดับ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ บริษัทขนส่งมีประสบการณ์ในการขนส่ง มีอุปกรณ์เครื่องมือ ที่ทันสมัยและพนักงานแต่งกายสุภาพมีชุดยูนิฟอร์มเป็นเอกลักษณ์ตามลำดับ

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการให้บริการพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าเอกชนโดยรถบรรทุก ผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยดังนี้

ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการ ค่าบริการต่อเที่ยว ค่าบริการรวมค่าใช้จ่ายอื่นแล้วโดยไม่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติม รวมถึงมีส่วนลดเมื่อยอดใช้บริการถึงกำหนด

ด้านการบริการมีความสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานขับรถขนส่งต้องมีความรับผิดชอบและพนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

ด้านความปลอดภัยของสินค้า มีการรับประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า จากต้นทางไปยังปลายทาง มีการกำหนดเวลาที่สินค้ามาถึงปลายทางชัดเจน สภาพรถยนต์ต้องมีความสมบูรณ์ พนักงานมีความชำนาญในการลำเรียงสินค้าขึ้นลง

ด้านวิธีการบรรจุ มีการบรรจุที่แน่นหนา ปลอดภัย มีการรับประกันสินค้าเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า บริษัทขนส่งต้องมีอุปกรณ์เครื่องมือ ที่ทันสมัย ชำนาญเส้นทางเป็นอย่างดี

บริการเสริมที่กลุ่มลูกค้าต้องการมากที่สุด คือ มีการรับประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า การบริการติดตามสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง และมีการกำหนดเวลาในการบริการขนส่งสินค้าของกลุ่มลูกค้าด้วย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยเป็นการสุ่มตัวอย่างในเชิงเป็นไปไม่ได้ (Non-probability sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิงที่มาใช้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เป็นประจำจำนวน 60 ราย (บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด, 2559)

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิงที่มาใช้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เป็นประจำจำนวน 60 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ลักษณะตำแหน่งงาน ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้างาน เจ้าของกิจการ มีรายชื่อบริษัท ดังต่อไปนี้

1. บริษัท มิซูมิ (ไทยแลนด์) จำกัด
2. บริษัท เซ็งเก้อร์ โลจิสติกส์ (ไทย) จำกัด
3. บริษัท เซ็งเก้อร์ (ไทย) จำกัด
4. บริษัท เขาช่องอุตสาหกรรม 1979 จำกัด
5. บริษัท บางกอกเมทลเครท จำกัด
6. บริษัท ชัยยุทธการประดิษฐ์ (1988) จำกัด
7. บริษัท เบทเตอร์เวย์(ประเทศไทย) จำกัด
8. บริษัท ดุราแพค พรiform จำกัด
9. บริษัท ดุราแพค จำกัด
10. บริษัท ซีดับบลิวทีเคมิคอล โลจิสติกส์ จำกัด

11. บริษัท โนวา แปซิฟิก จำกัด
12. บริษัท อินโนวา ฟลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
13. บริษัท ซิโนอินเตอร์ ดีเวลลอปเม้นท์
14. บริษัท อิมโก้ แพ็ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด
15. บริษัท อิมโก้ ฟู้ดแพ็ค จำกัด
16. บริษัท เกรท มิเนอวา เทรด จำกัด
17. บริษัท รีนุส โลจิสติกส์ จำกัด
18. บริษัท เค.ที.แพน จำกัด
19. บริษัท เจม คาร์ เอเชีย จำกัด
20. บริษัท โกลบอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
21. บริษัท เทบอินดัสเตรียล จำกัด
22. บริษัท ปียอนด์ กรีน จำกัด
23. บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ เซอร์วิส จำกัด
24. บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
25. บริษัท เพลสซิงแวลู จำกัด
26. บริษัท โกลบอลไทย กรุ๊ป จำกัด
27. บริษัท กู้เกียรติ ลอนกรดาช จำกัด
28. บริษัท กู้เกียรติ บรรจุกัญจน์ จำกัด
29. บริษัท ฟินไฮ กอล์ฟ จำกัด
30. บริษัท พี แอนด์ ดี ขนส่ง จำกัด
31. บริษัท คิวรอน จำกัด
32. บริษัท มาร์แชล (ประเทศไทย) จำกัด
33. บริษัท ภาราพัช คอร์สตรัคชั่น จำกัด
34. บริษัท ซีแอนด์ซี สยามอินเตอร์เทรด จำกัด
35. บริษัท วินเนอร์สปอร์ต จำกัด
36. บริษัท แสงมิตร อิเล็กทริก จำกัด
37. บริษัท ไทย โซลูชั่น อินดัสเตรียล จำกัด
38. บริษัท พีซีซี ทูลส์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
39. บริษัท รอนต้า (ประเทศไทย) จำกัด
40. บริษัท ซี เอ็น ซี โมลด์ แอนด์ พาร์ท จำกัด
41. บริษัท แอมพาส ทูลส์ จำกัด
42. บริษัท ไตเทค แอดวานซ์ จำกัด
43. บริษัท พูจิตะ กิเคน ไทย จำกัด
44. บริษัท ฟุรุกาวา ไฟเทค (ประเทศไทย) จำกัด
45. บริษัท โอกาโมโต้ (ไทย) จำกัด
46. บริษัท ท็อปไฟท์ แม็คคาทรอนิกส์ จำกัด
47. บริษัท ทีเอสพี ทูลส์ แอนด์ พาร์ท จำกัด
48. บริษัท แอคคอร์ด เทคโนโลยี จำกัด
49. บริษัท เจวีเอ อิเล็กทริก จำกัด
50. บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด
51. หจก.เอส.วี.ทรานสปอร์ต แอนด์ เซอร์วิส
52. บริษัท สยาม ดี-เทค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
53. บริษัท เทคนิคการ แอนด์ พาร์ทส์ จำกัด
54. บริษัท ควอนเทียม โซลูชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
55. บริษัท พาณิชยการแห่งประเทศไทย จำกัด
56. บริษัท ไทยเอ็นจิเนียริง แอนด์ บิสซิเนส จำกัด
57. บริษัท คาวาซากิ มอเตอร์ เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด
58. บริษัท ฮาซเคมี โลจิสติกส์ แมเนจเม้นท์ จำกัด
59. บริษัท เอ็กซ์เซลแลนท์ บิสเนส คอร์ปอเรชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
60. บริษัท เคดับบลิวอี-คินเทซี เวิร์ด เอ็กซ์เพรส(ประเทศไทย) จำกัด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

3.2.1. การศึกษาเอกสารในรูปแบบของหนังสือ บทความ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.2. การจัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามมี 3 ส่วน คือ

3.2.2.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษาในปัจจุบันหรือสูงสุด, รายได้ต่อเดือน, ลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน, ลักษณะบริษัทที่ท่านทำงานอยู่, ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า จำนวน 7 ข้อ

3.2.2.2. ปัจจัยมีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด จำนวน 4 ข้อด้าน คือ ปัจจัยทางด้านบริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร จำนวน 16 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน 5 ค่าระดับของลิเคิร์ต (Likert)

3.2.2.3. ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า การให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด จำนวน 5 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน 5 ค่าระดับของลิเคิร์ต (Likert)

3.2.3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าที่อิสระได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับจุดประสงค์การวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้คำถามที่ชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น

3.2.4 การนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับลูกค้าของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด จำนวน 60 ชุดแล้วนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร Taro Yamane: ทาโร ยามาเน (สุทฤษฎี ศรีไสย์, 2551) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05

สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

เมื่อ	n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
	N	หมายถึง	จำนวนประชากรทั้งหมด
	e	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้นหรือมีได้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{45,061}{1+45,061 (0.05)^2}$$

$$= 399.99$$

จากผลการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ปรับค่าของขนาดตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 60 ราย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถามทุกชุดและนำมาลงรหัสแล้วมีการนำมาประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ความถี่ และ ค่าร้อยละ (Percent) ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด โดยใช้ค่า (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวัดระดับความพึงพอใจใช้มาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจน้อยที่สุด ความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจมากที่สุด โดยจะมีระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

1.00 – 1.80	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อย
2.61 - 3.40	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการปานกลาง
3.41 – 4.20	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาก
4.21 – 5.00	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

3.5 สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ค่าเฉลี่ย

สูตร	\bar{X}	=	$\frac{\sum fx}{n}$
เมื่อ	\bar{X}	=	ค่าเฉลี่ย
	$\sum fx$	=	ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับค่าคะแนน
	n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สูตร	SD	=	$\sqrt{\frac{\sum fx^2}{n} - \left(\frac{\sum fx}{n}\right)^2}$
เมื่อ	SD	=	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum fx$	=	ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนน
	$\sum fx^2$	=	ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนนแต่ละ จำนวนที่ยกกำลัง
	N	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการการขนส่งของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด
- 4.4 วิเคราะห์ Flowchar

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} = ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)

N = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา ปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการการขนส่งของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าความแจกแจงความถี่ และ ค่าร้อยละ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	25	41.7
หญิง	35	58.3

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามนั้น จะเป็นเพศหญิง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

ตารางที่ 4.2 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	-	-
21 – 30 ปี	13	21.7
31 – 40 ปี	28	46.7
41 – 50 ปี	12	20.0
มากกว่า 50 ปี	7	11.7

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามนั้น มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 4.3 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบัน หรือสูงสุด

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาในปัจจุบันหรือสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	16.7
ปริญญาตรี	46	76.7
สูงกว่าปริญญาตรี	4	6.7

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาในปัจจุบันหรือสูงสุด พบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามนั้น มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.4 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	2	3.3
10,000 – 20,000 บาท	20	33.3
20,001 – 30,000 บาท	10	16.7
30,001 – 40,000 บาท	8	13.3
มากกว่า 40,000 บาท	20	33.3

เมื่อจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ที่ทำแบบสอบถามนั้นมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ต่อเดือนที่มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมารายได้ต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.5 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
ลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน		
ผู้จัดการ	9	15.0
ผู้ช่วยผู้จัดการ	4	6.7
หัวหน้างาน	36	60.0
เจ้าของกิจการ	11	18.3
หุ้นส่วน	-	-

เมื่อจำแนกตามลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน พบว่าผู้ที่ทำแบบสอบถามนั้นมีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ผู้จัดการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.6 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะบริษัทที่ท่านทำงานอยู่

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
ลักษณะบริษัทที่ท่านทำงานอยู่		
ธุรกิจภายในครอบครัว	8	13.3
ห้างหุ้นส่วน	7	11.7
บริษัทจำกัด	39	65.0
บริษัทจำกัด(มหาชน)	6	10

เมื่อจำแนกตามลักษณะบริษัทที่ท่านทำงานอยู่ พบว่าผู้ที่ทำแบบสอบถามนั้นทำงานอยู่ในลักษณะบริษัทจำกัด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาเป็นธุรกิจภายในครอบครัว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ห้างหุ้นส่วน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และ บริษัทจำกัด(มหาชน) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.7 : จำนวนร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=60)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า		
ทุกวัน	26	43.3
ทุกสัปดาห์	28	46.7
2 สัปดาห์ต่อครั้ง	3	5.0
เดือนละครั้ง	3	5.0

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการขนส่งบริการ พบว่าผู้ที่ทำแบบสอบถามนั้นมีใช้บริการความถี่ ทุกสัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองมาเป็น ทุกวัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และ เดือนละครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 : ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 5 ด้าน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.78	0.67	มาก
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง	3.73	0.73	มาก
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน	3.72	0.64	มาก
อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ	3.78	0.67	มาก
การชำระค่าบริการ	3.86	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ปัจจัยด้านราคาในภาพรวม เกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 5 รายการ คือ อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (3.78) อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง (3.73) อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน (3.72) อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ (3.78) การชำระค่าบริการ (3.86) ดังนั้นปัจจัยทางด้านราคาทั้ง 5 ปัจจัยในที่นี้พบว่า การขนส่งบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด มีประสิทธิภาพในด้าน

บริการในระดับมาก แต่ยังไม่ถึงมากที่สุด อีกทั้งยังควรปรับปรุงทั้ง 5 ปัจจัยให้มากขึ้น เรื่องควรปรับปรุงมากที่สุดคือ อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน ในการขนส่งแต่ละครั้งควรคำนวณน้ำหนักของสินค้าที่จะขนและเลือกขนาดของรถให้เหมาะสม

ตารางที่ 4.9 : ปัจจัยด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 5 ด้าน

ปัจจัยด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
มีบริการรถที่เพียงพอต่อความต้องการ	3.92	0.74	มาก
สินค้าถึงปลายทางตามเวลาที่กำหนด	4.12	0.69	มาก
ความแม่นยำในการส่งสินค้าไปยังปลายทางได้ถูกต้อง	4.13	0.65	มาก
การรับประกันสินค้าสูญหายและชำรุดเสียหาย	3.98	0.83	มาก
การติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา	3.98	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ปัจจัยด้านการบริการในภาพรวม มีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 5 รายการ คือ มีบริการรถที่เพียงพอต่อความต้องการ (3.92) สินค้าถึงปลายทางตามเวลาที่กำหนด (4.12) ความแม่นยำในการส่งสินค้าไปยังปลายทางได้ถูกต้อง (4.13) การรับประกันสินค้าสูญหายและชำรุดเสียหาย (3.98) การติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา (3.98) ดังนั้นปัจจัยทางด้านการบริการทั้ง 5 ปัจจัยพบว่าการขนส่งบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด นั้นมีประสิทธิภาพในการบริการปัจจัยทางด้านราคามาก แต่ยังไม่ถึงมากที่สุด ควรปรับปรุงให้ทั้ง 5 ปัจจัย ให้มากยิ่งขึ้นสิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือการติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา เนื่องจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดส่งมีน้อยทำให้การติดตามประสานงานล่าช้า ดังนั้น วิธีการแก้ไข ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดส่ง เพื่อที่เวลาลูกค้าติดตามประสานงาน ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.10 : ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 4 ด้าน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
สภาพรถบรรทุก	3.93	0.71	มาก
รถบรรทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้ขนส่ง	4.05	0.69	มาก
เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย	3.80	0.65	มาก
เครื่องมือและอุปกรณ์เซฟตี้ครบในการขนส่ง	3.80	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวม มีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 4 รายการ คือ สภาพรถบรรทุก (3.93) รถบรรทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้ขนส่ง (4.05) เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย (3.80) เครื่องมือและอุปกรณ์เซฟตี้ครบในการขนส่ง (3.80) ดังนั้นปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพทั้ง 4 ปัจจัยในนี้พบว่า การขนส่งบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด นั้นมีประสิทธิภาพในการบริการปัจจัยทางด้านราคาอยู่ในระดับที่มาก แต่ยังไม่ถึงมากที่สุด ทั้งยังควรปรับปรุงให้ทั้ง 5 ปัจจัยให้มากขึ้น สิ่งที่ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย เนื่องจากบริษัท ยังไม่มีเจ้าหน้าที่ IT เข้ามาดูแลในส่วนนี้ เพียงแต่เรามี เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งที่ทันสมัย ดังนั้นในการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย ถึงมักไม่ค่อยได้ประสิทธิภาพเต็มที่ วิธีการแก้ไข ควรมีเจ้าหน้าที่ IT เข้ามาดูแลในส่วนนี้

ตารางที่ 4.11 : ปัจจัยด้านคุณภาพบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 2 ด้าน

ปัจจัยด้านคุณภาพบุคลากร	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญมีความสามารถ	4.30	0.70	มากที่สุด
พนักงานขับรถมีความสุขภาพในการให้บริการ	4.27	0.80	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ปัจจัยด้านคุณภาพบุคลากรในภาพรวม เกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 2 รายการ คือ พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญมีความสามารถ (4.30) พนักงานขับรถมีความสุขภาพในการให้บริการ (4.27) ดังนั้นปัจจัยทางด้านราคาทั้ง 2 ปัจจัยในนี้ทำให้เห็นว่าการขนส่งบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัดนั้นมีประสิทธิภาพในการบริการปัจจัยทางด้านราคาอยู่ในระดับที่มากที่สุดควรรักษาประสิทธิภาพทั้ง 2 ปัจจัย นี้ให้คงที่ตลอด

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการในการตัดสินใจซื้อสินค้าบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 : ปัจจัยด้านคุณภาพบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ในแต่ละด้าน รวม 5 ด้าน

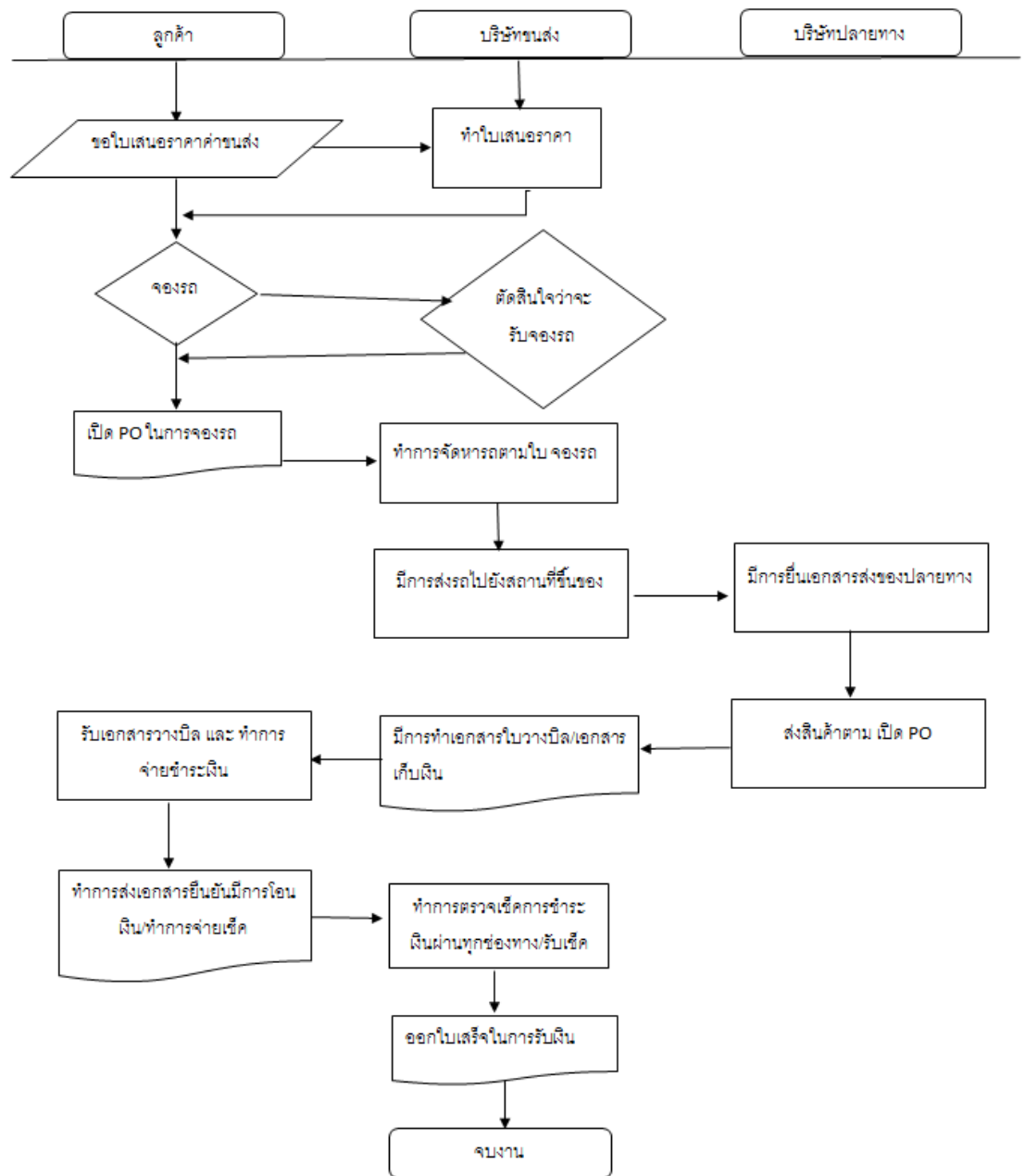
การตัดสินใจซื้อสินค้า	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
ท่านใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่ง เพราะมีความจำเป็นต้องส่งสินค้า	5.00	0.00	มากที่สุด
หากท่านต้องการต้องส่งสินค้าท่านจะเลือกใช้บริการที่ท่านใช้อยู่เป็นอันดับแรก	5.00	0.00	มากที่สุด
ก่อนเลือกใช้บริการมีการศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ	5.00	0.00	มากที่สุด
หากบริษัทที่ท่านใช้บริการอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการบริษัท	3.75	0.89	มาก
ท่านจะแนะนำให้ท่านอื่นมาใช้บริการบริษัทขนส่งต่อหรือไม่	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อสินค้าในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในภาพรวมของการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การตัดสินใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก 4 รายการ ได้แก่ ท่านใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งเพราะมีความจำเป็นต้องส่งสินค้า (5.00) หากท่านต้องการต้องส่งสินค้าท่านจะเลือกใช้บริการที่ท่านใช้อยู่เป็นอันดับแรก (5.00) ก่อนเลือกใช้บริการมีการศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ (5.00) ท่านจะแนะนำให้ท่านอื่นมาใช้บริการบริษัทขนส่งต่อหรือไม่ (5.00) และการตัดสินใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หากบริษัทที่ท่านใช้บริการอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการบริษัท (3.75) ดังนั้นปัจจัยทางด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่าการขนส่งบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด นั้นมีประสิทธิภาพในการบริการเพื่อสอดคล้องกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ควรรักษาระดับนี้ให้คงที่ตลอด

4.3 วิเคราะห์ Flowchart

เริ่มต้น ลูกค้า ได้มีการติดต่อขอใบเสนอราคาค่าขนส่งมายังบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บว
รขนส่ง จำกัด เพื่อให้บริษัทขนส่งทำการเสนอราคากลับไปยังลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจในใบเสนอ
ราคาค่าเที่ยวในครั้งนั้นๆและมีการตัดสินใจจองรถ ลูกค้าตอบกลับบริษัทขนส่งว่าจะมีการจ้างรถ
บริษัทขนส่งทำการตัดสินใจอีกครั้งในรับการจองรถ ตบยืนยันการจองรถกลับไปยังลูกค้า ลูกค้าทำ
การเปิด PO ในการจองรถ เพื่อส่งใบ booking มายังบริษัทขนส่ง บริษัทขนส่งจะมีการส่งรถบรรทุก
ไปยังสถานที่ขึ้นสินค้าและเวลาตามใบ booking และ ส่งสินค้ายังปลายทางตามใบ Booking เมื่อถึง
สถานที่ส่งสินค้า เจ้าหน้าที่ขับรถจะทำการส่งสินค้าตามใบ PO ที่ได้ส่งมาพร้อมใบ Booking และมี
การเซ็นรับสินค้าลงใน PO หรือ ใบBooking และนำกลับมายังบริษัทขนส่งเพื่อให้บริษัทขนส่งทำการ
วางบิลและนำเอกสารคืนบริษัทลูกค้า จากนั้นลูกค้าจะรับเอกสารวางบิล และนัดทำการจ่ายเงิน ลูกค้า
ทำเอกสารยืนยันการโอนเงินหรือทำการจ่ายเช็ค บริษัทขนส่งทำการเช็คการจ่ายเงินหรือรับเช็ค
จากนั้นขั้นตอนสุดท้าย บริษัทขนส่งออกใบเสร็จในการรับเงินให้กับลูกค้า จบงาน

ภาพที่ 4.1 : กระบวนการขั้นตอนการทำงานของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด



ตารางที่ 4.12 : กระบวนการขั้นตอนการทำงาน

ผู้ว่าจ้าง	บริษัทขนส่ง	3.ผู้รับสินค้า
<ul style="list-style-type: none"> - ขอใบเสนอราคาค่าขนส่ง (1-2 วัน) - จอรถ มีการเปิด PO ในการ จอรถ (1วัน) - รับเอกสารวางบิล,ทำเอกสารวางบิลในระบบบัญชีและทำการชำระเงิน (1 วัน,15 วัน,30 วัน) * ขอเอกสารการดำเนินกิจการ (ลูกค้ารายใหม่), ขอเอกสารการทุนจดทะเบียนการประกันอุบัติเหตุในการขนส่ง (ลูกค้ารายใหม่) 	<ul style="list-style-type: none"> - การทำใบเสนอราคาตอบกลับ (1-2 วัน) - มีการตัดสินใจในการตอบรับ การจอรถ (1 วัน) - การจัดการตามคำสั่งจอรถ (1 วัน) - ส่งรถไปยังสถานที่ขึ้นของ มีการรับเอกสารการส่งสินค้าหน้างาน และ ดำเนินการไปส่งสินค้าปลายทาง (1 วัน) - มีการยื่นเอกสารสินค้าปลายทาง และมีการนำเอกสารกลับมายังบริษัทขนส่ง (1 วัน) - การนำเอกสารคืนบริษัทที่ ว่าจ้าง (2-3 วัน) - ทำการเปิดเอกสารวางใบวางบิล/เอกสารเก็บเงิน (1 วัน,15 วัน,30 วัน) - ออกใบเสร็จ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการยื่นเอกสารและส่งของ ปลายทาง - ส่งสินค้าตาม PO

ตารางที่ 4.13 : การสรุปปัญหา

สรุปปัญหา		
<p>1.ก่อนการจอร์มมีการสอบถามหลายบริษัทเพื่อเปรียบเทียบราคา และบริการที่ได้รับ</p> <p>2.ต้องการติดตามรถขณะขนส่งบริษัทมี GPSติดตามรถอยู่แล้วลูกค้าไม่สามารถเช็คได้ด้วยตัวเอง</p> <p>3.จ่ายเงินตามกำหนด</p> <p>4.ไม่มั่นใจในการขนส่งด้านความปลอดภัยด้าน</p> <p>5.ไม่สามารถจัดเตรียมสินค้าได้ทัน จึงขอยกเลิกการจัดส่งค้าอย่างกะทันหัน</p>	<p>1.หลังจากส่งใบเสนอราคาไปแล้ว ลูกค้าใช้เวลาในการตัดสินใจนาน</p> <p>2.ต้องการให้ลูกค้าชำระไวขึ้นกว่าปกติ</p>	<p>1.ต้องการติดตามรถขณะขนส่งสินค้า</p> <p>2.การคืนเอกสาร ล่าช้า</p>

ตารางที่ 4.14 : แนวทางแก้ไข

แนวทางแก้ไข
<p>1.เพิ่มข้อมูลให้ลูกค้าตัดสินใจ สอบถามความพึงพอใจ และตั้งจำนวนครั้งเพื่อโปรโมชั่นในการใช้บริการ</p> <p>2.ศึกษาและติดตั้งแอปพลิเคชันเกี่ยวกับติดตามรถเพื่อให้ลูกค้าเช็คได้ด้วยตัวเองทั้งผู้ว่าจ้างและลูกค้า</p> <p>3.บริษัทให้ส่วนลดแก่ผู้ว่าจ้างเพื่อสร้างแรงจูงใจในการจ่ายเงินก่อนกำหนด เพื่อสภาพคล่องของบริษัทและป้องกันหนี้สูญ</p> <p>4.ก่อนตกลงว่าจ้างรถบริษัทมีการรับประกันสินค้าที่ต้องการของส่งโดยบริษัทประกันที่มีชื่อเสียง และแนะนำประวัติพนักงานขนส่งว่ามีประสบการณ์อย่างไรบ้างเพื่อสร้างความเชื่อมั่น</p> <p>5.รถที่ขียนั้น เป็นรถเปล่า และไม่สามารถรับงานขนส่งในวันนั้นได้ แนวทางแก้ไข ให้ระบุเงื่อนไขในกรณี ผู้ว่าจ้างมีการยกเลิก การขนส่ง ต้องยกเลิกก่อน1วัน หากยกเลิกล่าช้าจะต้องชำระ10%ของค่าขนส่งแต่ละเที่ยว</p> <p>6.การเซ็นรับของจากลูกค้าผ่านมือถือและก็จะไปขึ้นบนจอบบริษัทเราเพื่อที่จะได้เช็คว่าคุณลูกค้าได้รับของจริง และไม่ต้องเสียเวลารอให้คนส่งเอาไปส่งสินค้ามาให้ที่บริษัท</p>

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาอิสระเรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นและประสิทธิภาพของการให้บริการ และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในการขนส่งสินค้าเพื่อนำเสนอแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของ บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด ในการขนส่งสินค้า การศึกษาในครั้งนี้เป็นวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS) สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อแยกตามลักษณะตำแหน่งในที่ทำงานพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้มีตำแหน่งหัวหน้างาน จำนวน 36 คน ร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 11 คน ร้อยละ 18.30 ผู้จัดการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 เมื่อจำแนกตามลักษณะบริษัทที่ทำงานอยู่มักพบว่าเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 39 ราย ร้อยละ 65.0 รองลงมาเป็นประเภทธุรกิจภายในครอบครัว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ห้างหุ้นส่วน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และบริษัทจำกัด(มหาชน) จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และเมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าพบว่ามีการใช้บริการทุกสัปดาห์ จำนวน 28 ราย ร้อยละ 46.7 รองมาเป็น ทุกวัน จำนวน 26 ราย ร้อยละ 43.3 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 3 ราย ร้อยละ 5.0 และ เดือนละครึ่ง จำนวน 3 ราย ร้อยละ 5.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการขนส่งโดยรถบรรทุกในภาคกลาง ของ บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า

ปัจจัยด้านราคา ในภาพรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยมีรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การชำระค่าบริการ รองลงมา โดยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 รายการ คือ อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และ อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ และ ค่าเฉลี่ยที่

น้อยลงมา คือ อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง และ ค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน

ปัจจัยด้านการบริการ ในภาพรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยมีรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความแม่นยำในการส่งสินค้าไปยังปลายทางได้ถูกต้อง และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ สินค้าถึงปลายทางตามวันเวลาที่กำหนด และค่าเฉลี่ยที่เท่ากันมีจำนวน 2 รายการ คือ การรับประกันสินค้า สูญหายและชำรุดเสียหาย การติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ มีบริการรถที่เพียงพอต่อความต้องการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยมีรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รถบรรทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้นขนส่ง และค่าเฉลี่ยที่รองลงมา คือ สภาพรถบรรทุก และค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน 2 รายการ คือ เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย เครื่องมือและอุปกรณ์ให้ความปลอดภัยอย่างครบครันในการขนส่ง

ปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร ในภาพรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งหมด 2 ปัจจัย โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถมีความชำนาญ และรองลงมา คือ พนักงานขับรถมีความสุภาพในการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเกี่ยวกับการตัดสินใจผลการซื้อบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งเพราะมีความจำเป็นต้องส่งสินค้า หากท่านต้องการต้องส่งสินค้าท่านจะเลือกใช้บริการที่ท่านใช้อยู่เป็นอันดับแรก ก่อนเลือกใช้บริการมีการศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ ท่านจะแนะนำให้ท่านอื่นมาใช้บริการบริษัทขนส่งต่อหรือไม่ และรองลงมา หากบริษัทที่ท่านใช้บริการอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการบริษัท

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ในการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริการขนส่ง ทำให้ผู้ศึกษา ได้ข้อเสนอแนะที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการบริการขนส่ง ของบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ดังนี้

5.2.1 จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด สิ่งที่ควรพัฒนาปรับปรุงคุณภาพหรือมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการในทุกๆด้าน เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการหรือลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านราคา ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกและบุคคลกร เพื่อที่จะได้

ให้บริการที่มีความถูกต้องรวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการแก่ประชาชนสูงสุด และบรรลุผลสำเร็จต่อไป

5.2.2 ผลการจากศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อการให้บริการของเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

5.2.2.1 ปัจจัยทางด้านราคา การตั้งราคาควรให้มีความแตกต่าง มีการตั้งราคาให้แตกต่างกันตามน้ำหนัก และ ปริมาตรของสินค้า เพื่อลดความได้เปรียบเสียเปรียบในเรื่องของอัตราค่าบริการกับคู่แข่ง และควรเพิ่มการจูงใจโดยให้มีราคาพิเศษแบบเหมาจ่ายและได้รับส่วนลดเมื่อมีการชำระด้วยเงิน และในกรณีที่มาใช้บริการเป็นประจำควรมีการขยายเครดิตในการชำระเงิน

5.2.2.2 ปัจจัยด้านการบริการ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่มีความเพียงพอต่อการให้บริการ เวลาที่ลูกค้าติดปัญหาหรือสินค้ามีปัญหาต่างๆ ควรจะมีความรู้และมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำปรึกษาแนะนำ และมีการทำประกันเสียหายสินค้าในตัวรถบรรทุกทุกคัน เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุที่ไม่คาดคิดขึ้นกับสินค้าของลูกค้า

5.2.2.3 ปัจจัยด้านการลักษณะทางกายภาพ ควรมีการตรวจสอบสภาพรถบรรทุกเป็นประจำก่อนใช้งานและหลังใช้งานและทุกคันก่อนให้บริการเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาที่สภาพไม่สมบูรณ์ของรถบรรทุก

5.2.2.4 ปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร ด้านพนักงานขับรถต้องมีความชำนาญในการขับรถ รวมถึงชำนาญเส้นทาง บริษัทต้องมีการจัดอบรมพนักงานขับรถเป็นประจำทุกเดือนในเรื่องการขนส่งสินค้าทั่วไปรวมถึงการให้ความรู้แก่พนักงานขับรถมากขึ้น และสิ่งสำคัญคือการอบรมมารยาทในการส่งของหรือการปฏิบัติตนต่อลูกค้าโดยสุภาพในการให้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.1 ผู้ทำวิจัยควรศึกษาเรื่องพฤติกรรมการและสามารถของพนักงานในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการขนส่ง

5.3.2 ผู้ทำวิจัยควรศึกษาคุณภาพความปลอดภัยและชีวิตความเป็นของพนักงานในบริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง จำกัด

5.3.3 ผู้ทำวิจัยควรศึกษาเรื่องความปลอดภัยของระบบการขนส่ง

บรรณานุกรม

- การขนส่ง. (2559). *สถิติการจดทะเบียนรถบรรทุก*. สืบค้นจาก http://www.dlt.go.th/th/index.php?option=com_content&view=category&id=144&Itemid=93.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษมรัตน์ มะลูลิ้ม. (2557). *ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์กับลูกค้า คุณภาพความสัมพันธ์ และการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเบเกอรี่คาเฟ่ของผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา โมขรัตน์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท นิมซีเส็งขนส่ง 1988 จำกัด สาขาพุทธมณฑล สาย 5*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร :ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพมหานคร :วีอินเตอร์ พรินท์.
- ธนสรณ์ แวงโสภณ. (2549). *หลักการขนส่ง*. กรุงเทพมหานคร,มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- บัณฑิต มั่งมีทรัพย์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายภาษีเงินได้ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดนครปฐม*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พีรวัส แผ่นพร. (2551). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของ บริษัท เอเอ พีทีพี ทราสปอร์ต จำกัด (AA PTP Transport)*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- พจมาศ จันทร์เครื่อง. (2548). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทเดินรถโดยสาร กรมศึกษา บริษัทไทยพัฒนากิจขนส่ง จำกัด*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- มณฑนา เล็กสมบุญ. (2547). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วชิราวัลย์ เอี่ยมใจตรง. (2550). *การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการสำนักงานขนส่งจังหวัดพะเยา สาขาอำเภอเชียงคำ*. การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วิทย์. (2012). *แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด*. สืบค้นจาก <http://spssthis.blogspot.com/>.

สุนิรัตน์ ชูช่วย. (2553). รู้หรือไม่ว่าประสิทธิภาพและประสิทธิผลคืออะไร. สืบค้นจาก.

<https://www.gotoknow.org/posts/329235>.

Cohen, L. & Manion, L. (1989). *Research Method in education*. (3rd). London :

Routledge.

Juthamas (2015). *Quality of Service*. Retrieved from

<https://www.gotoknow.org/posts/492001>.

Logistics management technology. (2014). *Basic of Supply Chain Management*. Retrieved

from <http://techno.kpru.ac.th/logistics/index.php/13-e-learning/13->

[1?showall=1&limitstart=](http://techno.kpru.ac.th/logistics/index.php/13-e-learning/13-1?showall=1&limitstart=).

Nattapat ,W. (2015). *Price*. Retrieved from

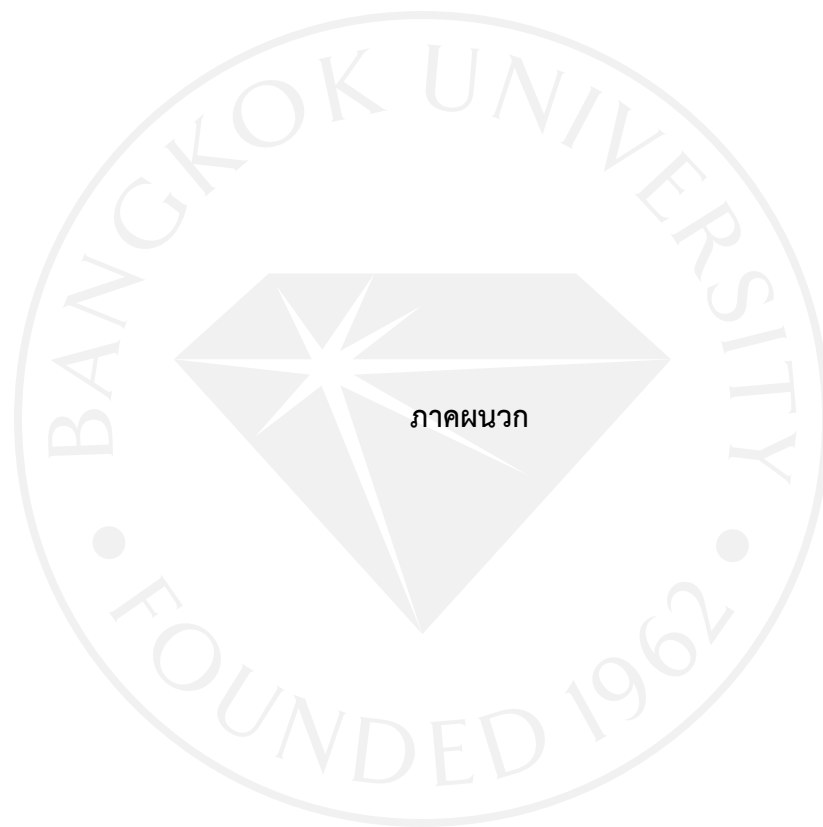
https://prezi.com/stwh248_xocw/presentation/.

Novabizz. (2005). *Decision making*. Retrieved from

http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Decision_Making.htm

SquiDz Zhero. (2016). *Supply Chain*. Retrieved from [http://ispying.blogspot.com/2013/11/](http://ispying.blogspot.com/2013/11/supply-chain.html)

[supply-chain.html](http://ispying.blogspot.com/2013/11/supply-chain.html).





แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

เรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง โดยรถบรรทุกในภาคกลางของ บริษัท เบญจวรรณ - แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม อย่างครบถ้วนและตรงตามความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้ผลของการศึกษาวิจัยออกมาอย่างถูกต้อง และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

1) เพศ

ชาย หญิง

2) อายุ

น้อยกว่า 21 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

3) ระดับการศึกษาในปัจจุบันหรือสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4) รายได้ต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
 30,001-40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาท

5) ลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน

- ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้างาน
- เจ้าของกิจการ หุ้นส่วน

6) ลักษณะบริษัทที่ท่านทำงานอยู่

- ธุรกิจภายในครอบครัว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด
- บริษัทจำกัด(มหาชน)

7) ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า

- ทุกวัน ทุกสัปดาห์ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง
- เดือนละครั้ง

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุกในภาคกลาง
บริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง โดยเลือกคำตอบเพียงหนึ่งคำตอบ

ปัจจัยต่อไปนี้มีมีความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการขนส่งของท่านมากน้อยเพียงใด

ระดับ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยทางด้านราคา					
1.1 อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน					
1.2 อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง					
1.3 อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน					
1.4 อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ					
1.5 การชำระค่าบริการ					
2. ปัจจัยทางด้านบริการ					
2.1 มีบริการรถที่เพียงพอต่อความต้องการ					
2.2 สินค้าถึงปลายทางตามวันเวลาที่กำหนด					
2.3 ความแม่นยำในการส่งสินค้าไปยังปลายทางได้ถูกต้อง					
2.4 การรับประกันสินค้าสูญหายและชำรุดเสียหาย					
2.5 การติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา					
3. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ					
3.1 สภาพรถบรรทุก					
3.2 รถบรรทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้ขนส่ง					
3.3 เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย					

รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
3.4 เครื่องมือและอุปกรณ์เซฟตี้ครบในการขนส่ง					
4. ปัจจัยด้านบุคลากร					
4.1 พนักงานขับรถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญ มีความสามารถ					
4.2 พนักงานขับรถมีความสุขภาพในการให้บริการ					

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผู้ให้บริการ โดยรถบรรทุกในภาคกลางขนส่งสินค้า บริษัท เบลูจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
3.1 ท่านใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งเพราะมีความจำเป็นต้องส่งสินค้า					
3.2 หากท่านต้องการต้องส่งสินค้าท่านจะเลือกใช้บริการที่ท่านใช้อยู่เป็นอันดับแรก					
3.3 ก่อนเลือกใช้บริการมีการศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ					
3.4 หากบริษัทที่ท่านใช้บริการอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการบริษัท					
3.5 ท่านจะแนะนำให้ท่านอื่นมาใช้บริการบริษัทขนส่งต่อหรือไม่					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการในด้านต่างๆ ของบริษัท เบญจวรรณ แอนด์ บวร ขนส่ง
จำกัด โดยรถบรรทุกในภาคกลาง

.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถามค่ะ





Frequency Table

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	25	41.7	41.7	41.7
	หญิง	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 ปี	13	21.7	21.7	21.7
	31-40 ปี	28	46.7	46.7	68.3
	41-50 ปี	12	20.0	20.0	88.3
	มากกว่า 50 ปี	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

ระดับการศึกษาในแมจอร์หรือสูงสุด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	16.7	16.7	16.7
	ปริญญาตรี	46	76.7	76.7	93.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

รายได้ต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 10,000 บาท	2	3.3	3.3	3.3
	10,000 - 20,000 บาท	20	33.3	33.3	36.7
	20,001-30,000 บาท	10	16.7	16.7	53.3
	30,001-40,000 บาท	8	13.3	13.3	66.7
	มากกว่า 40,000 บาท	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

ลักษณะตำแหน่งที่ทำงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้จัดการ	9	15.0	15.0	15.0
	ผู้ช่วยผู้จัดการ	4	6.7	6.7	21.7
	หัวหน้างาน	36	60.0	60.0	81.7
	เจ้าของกิจการ	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

ลักษณะบริษัทที่ทำงานอยู่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ธุรกิจภายในครอบครัว	8	13.3	13.3	13.3
	ห้างหุ้นส่วน	7	11.7	11.7	25.0
	บริษัทจำกัด	39	65.0	65.0	90.0
	บริษัทจำกัด(มหาชน)	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

ความถี่ในการใช้บริการขนส่งบริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ทุกวัน	26	43.3	43.3	43.3
	ทุกสัปดาห์	28	46.7	46.7	90.0
	2 สัปดาห์ต่อครั้ง	3	5.0	5.0	95.0
	เดือนละครั้ง	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Report

	Mean	Std. Deviation	N
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.78	.666	60
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง	3.73	.733	60
อัตราค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับน้ำหนักปริมาณและจำนวน	3.72	.640	60
อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ	3.78	.666	60
การชำระค่าบริการ	3.87	.700	60
มีบริการรถที่เพียงพอต่อความต้องการ	3.92	.743	60
สินค้าถึงปลายทางตามวันเวลาที่กำหนด	4.12	.691	60
ความแม่นยำในการส่งสินค้าไปยังปลายทางที่ถูกต้อง	4.13	.650	60
การรับประกันสินค้าสูญหายและชำรุดเสียหาย	3.98	.833	60
การติดตามประสานงานกรณีการบริการมีปัญหา	3.98	.770	60
สภาพรถบรรทุก	3.93	.710	60
รถบรรทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้ขนส่ง	4.05	.699	60
เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งมีความทันสมัย	3.80	.659	60
เครื่องมือและอุปกรณ์เซฟตี้ครบในการขนส่ง	3.80	.755	60
พนักงานขับรถปฏิบัติตามที่ด้วยความชำนาญมีความสามารถ	4.30	.696	60
พนักงานขับรถมีความสุขภาพในกะสันทับบริการ	4.27	.800	60

Report			
	Mean	N	Std. Deviation
ท่านใช้บริการการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งเพราะมีความจำเป็นต้องสินค้า	5.00	60	.000
หากท่านต้องการต้องส่งสินค้าท่านจะเลือกใช้บริการที่ท่านใช้อยู่เป็นอันดับแรก	5.00	60	.000
ก่อนเลือกใช้บริการมีการศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆก่อนตัดสินใจซื้อ	5.00	60	.000
หากบริษัทที่ท่านใช้บริการอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการบริษัท	3.75	60	.895
ท่านจะแนะนำให้ท่านอื่นมาใช้บริการบริษัทขนส่งต่อหรือไหม	5.00	60	.000



ที่ มกท/บจ.0420/2559

30 มิถุนายน 2559

เรื่อง ขออนุญาตตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย

เรียน คุณชำนาญ จุ้แหลมฟ้า

กรรมการ

บริษัทเบญจวรรณ แอนด์ บวรขนส่ง จำกัด

สิ่งที่แนบมาด้วย หนังสือยินยอมให้เผยแพร่ข้อมูลงานวิจัย

เนื่องด้วย นางสาวเบญจวรรณ จุ้แหลมฟ้า รหัสนักศึกษา 7570200811 หมายเลขโทรศัพท์ 08-6072-0380
E-mail : benchawan.j@gmail.com นักศึกษาปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
กำลังศึกษาวิชา BA715 Independent Study ในภาคการศึกษาฤดูร้อน ปีการศึกษา 2558 ซึ่งได้รับความ
อนุเคราะห์ข้อมูลจากหน่วยงานของท่านในการทำวิจัย ในวิชาดังกล่าวข้างต้น ขณะนี้ผลงานวิจัยของ
นักศึกษาได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว บัณฑิตวิทยาลัยจึงใคร่ขออนุญาตให้ นางสาวเบญจวรรณ จุ้แหลมฟ้า
ตีพิมพ์และเผยแพร่ผลงานวิจัย เรื่อง “การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง ของบริษัทเบญจวรรณ
แอนด์บวรขนส่งจำกัด โดยรถบรรทุกในภาคกลาง” ทั้งนี้ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขอจดหมายอนุญาตให้
นักศึกษาเผยแพร่ผลงานวิจัยจากทางบริษัท จักเป็นพระคุณยิ่ง

บัณฑิตวิทยาลัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณล่วงหน้า มา
ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2350-3608-9

โทรสาร 0-2350-3668

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเบญจวรรณ จูแหลมฟ้า
อีเมล	benchawan.j@gmail.com
วัน เดือน ปีเกิด	30 มกราคม พ.ศ.2535
สถานที่ติดต่อ	103/36 หมู่ 17 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา	2547-2552 โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สวนกุหลาบวิทยาลัย สมุทรปราการ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 2553-2556 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 3 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) เบญจวรรณ ผู้เกษมศำ อยู่บ้านเลขที่ 103/36
ซอย วินบาหลี ถนน เทพราช ตำบล/แขวง บางเสาธง
อำเภอ/เขต บางเสาธง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10540
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570200811
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของโรงพยาบาลในเขตคลอง
บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฯนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฯนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ร.ส. เชาจวรรณ ^{ผู้แทนสหกรณ์})

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลี้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร