

สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

LOGISTICS PERFORMANCE AFFECTING THE DECISION TO USE
TRANSPORTATION SERVICES: A CASE STUDY OF THAILAND POST
COMPANY LIMITED, BANG PHLI BRANCH

อัศรพล สมรูป



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

อัครพล สมรูป



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง
กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

Logistics Performance Affecting the Decision to Use
Transportation Services: A Case Study of Thailand Post
Company Limited, Bang Phli Branch

ชื่อ - นามสกุล

นายอัศรพล สมรูป

วิชาเอก

การจัดการโลจิสติกส์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ปริญ วีระพงษ์, ประ.ด.

ปีการศึกษา

2565

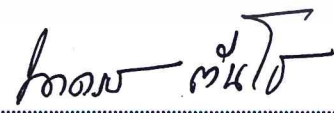
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เชาว์ โรจนแสง, Ed.D.)


..... กรรมการ
(อาจารย์วิญญู ปรอยกระโทก, ประ.ด.)


..... กรรมการ
(อาจารย์ปริญ วีระพงษ์, ประ.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายธนพี ต้นไธ, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี
ชื่อ - นามสกุล	นายอัศรพล สมรูป
วิชาเอก	การจัดการโลจิสติกส์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ปริญ วีระพงษ์, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี และศึกษาสมรรถนะการทำงานด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่แบบ Independent การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการขนส่ง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี และพบว่า สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ $.613 + .554 (\text{การทำงานด้วยความโปร่งใส}) - .381 (\text{การบูรณาการภายใน}) + .258 (\text{การยืดหยุ่นในการทำงาน}) + .537 (\text{ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี})$

คำสำคัญ: สมรรถนะการทำงานด้านโลจิสติกส์ บริการขนส่ง การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย

Independent Study Title	Logistics Performance Affecting the Decision to Use Transportation Services: A Case Study of Thailand Post Company Limited, Bang Phli Branch
Name - Surname	Mr. Akkaraphon somrup
Major Subject	Logistics management
Independent Study Advisor	Mr. Prin Weerapong, Ph.D.
Academic Year	2022

ABSTRACT

This study aimed to investigate consumers' demographic factors including gender, age, education, occupation and income that affect their decision to use the transportation services of Thailand Post Company Limited, Bang Phli branch, and to examine the service provider logistics performance that affects their decision to use the transportation services of Thailand Post Company Limited, Bang Phli branch.

The sample group in this study included 400 customers who used the transportation services of Thailand Post Company Limited, Bang Phli branch. They were selected by using a convenience sampling method. The instrument used to collect data was a questionnaire. The statistical methods used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way ANOVA, and multiple linear regression at a statistically significant level of .05.

The study results revealed that consumers' demographic factors of gender, age, occupation, and income affected their decision to use the transportation services of Thailand Post Company Limited, the Bang Phli branch. Additionally, the service provider logistics performance affected their decision to use the transportation services of Thailand Post Company Limited, Bang Phli branch at a statistically significant level of .05, with the equation being in terms of standard score of $.613 + .554$ (work with transparency) $- .381$ (internal integration) $+ .258$ (work flexibility) $+ .537$ (information systems and technology).

Keywords: logistics performance, transportation services, decision to use transportation services, Thailand Post

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ของ ดร.ปริญ วีระพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษาคำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีผู้ทำการศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ ดร. วิญญู ปรอยกระโทก ที่ได้ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัยรวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้และขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สยามบางพลี ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง เพื่อนที่แสนดีและคณะครู-อาจารย์เจ้า หน้าที่บัณฑิต ที่ให้การสนับสนุนและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ให้และเพื่อน ๆ MBA Logistics 62 ทุกคนที่เป็นกำลังใจเสมอมาตลอดระยะเวลาในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ

อัศรพล สมรูป



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	15
1.3 สมมุติฐาน.....	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	16
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 ประวัติบริษัทไปรษณีย์ไทย.....	18
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์.....	20
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานโลจิสติกส์.....	25
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์.....	32
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making in Services).....	34
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	45
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	51
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	61
4.4 วิเคราะห์พหุคูณถดถอย (Regression Analysis).....	86

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	88
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	88
5.2 อภิปรายผล.....	91
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในงานวิจัย	98
ประวัติผู้วิจัย.....	103



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4. 1	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
ตารางที่ 4. 2	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
ตารางที่ 4. 3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการ ทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ ไทย สาขาบางพลี ด้านการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์	53
ตารางที่ 4. 4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการ ทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ ไทย สาขาบางพลี การทำงานด้วยความโปร่งใส	54
ตารางที่ 4. 5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการ ทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี การบูรณาการภายใน	56
ตารางที่ 4. 6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการ ทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี การยืดหยุ่นในการทำงาน	57
ตารางที่ 4. 7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการ ทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี	57
ตารางที่ 4. 8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี	58
ตารางที่ 4. 9	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านเพศ	59
ตารางที่ 4.10	แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านอายุ	60
ตารางที่ 4.11	แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามระดับอายุ (LSD)	62
ตารางที่ 4. 12	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านการศึกษา	63
ตารางที่ 4.13	แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านอาชีพ	63
ตารางที่ 4.15	แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านรายได้	65
ตารางที่ 4.16	แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD).....	77
ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด)	77
ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD).....	78
ตารางที่ 4.33 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร)	79
ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD).....	80
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี.....	81
ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)....	82
ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม.....	81
ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้	83
ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม.....	84
ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)...	85
ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี.....	86

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 แผนการดำเนินงาน.....	16
ภาพที่ 1.2 กรอบในแนวคิดในการวิจัย.....	17



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันผู้คนสามารถเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในโลกออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็วและการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหลักในชีวิตประจำวัน ของผู้คนส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นการเล่นโซเชียลมีเดียค้นหาข้อมูลเช็คอีเมล เป็นต้น ทำให้หลายธุรกิจถึงหันมาทำ (E-Commerce) กันมากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าวอีกทั้ง (E-Commerce) เป็นปัจจัยบวกสำคัญที่ผลักดันให้ธุรกิจ (Logistics) เติบโตมากขึ้นอย่าง เช่น ธุรกิจการขนส่งพัสดุจึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจขนส่งพัสดุในประเทศไทยมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้นเพื่อที่แต่ละแบรนด์จะเร่งสร้างความแข็งแกร่งในการให้บริการ เข้าถึงชุมชน การเติบโตของสินค้าขายออนไลน์ที่เติบโตไว้มากเห็นได้ชัด จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ (ETDA) ที่ในปี 2561 มูลค่า (E-Commerce) ไทยพุ่งสูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563)

ตลาด (E-Commerce) เติบโตขึ้นการซื้อขายออนไลน์ของคนไทย ที่มีมากขึ้นในทุกปีบวกอิทธิพลของเทคโนโลยีและสื่อต่าง ๆ ที่มีให้คนไทยใช้เวลาไปกับการท่องอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงเป็น อันดับ 3 ของโลกยิ่งทำให้ตลาด(E-Commerce) มีช่องทางและโอกาสในการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์อีกมากมายกว่าหลายปีที่ผ่านมา การเติบโตแบบก้าวกระโดดของตลาด (E-commerce) ทำให้แนวโน้มของธุรกิจร้านค้าออนไลน์ใน

ปี 2020 กำลังก้าวเข้าสู่ยุคไร้พรมแดนแบบเต็มตัวจากกระแสของเทรนด์การแข่งขัน (E-Commerce) ไทยดุเดือดขึ้นเพราะการเข้ามาทำธุรกิจต่างชาติจำนวนของสินค้าที่อยู่บน 3 (Market places) เจ้าใหญ่อย่าง (Lazada,chopee) และ (JC-Central)จะข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าตลาด (E-Commerce) ของไทยเข้าสู่สนามการแข่งขัน กับต่างชาติที่ไหลเข้ามาทะลักเข้ามาทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น ในปี 2020 ผู้ประกอบการ จะต้องปรับตัวเพิ่มขึ้นกันอีกสักหน่อยกับจำนวนสินค้าที่มีในตลาดมากขึ้นจากต่างชาติซึ่งจะทำให้การขนส่งสินค้าจากต่างประเทศรวดเร็วมากขึ้น กว่าเดิม และนี่คือจุดที่ผู้ประกอบการอย่างไปรษณีย์ไทยควรให้ความสำคัญและเตรียมที่ปรับตัวลงสนามการแข่งขันกันมากขึ้นการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ในปี 2020 ของไทยจะดุเดือดขึ้นเพราะสินค้าจากชาวชาติจะเน้นบริการจัดส่งที่รวดเร็วมากขึ้นอย่างแน่นอน (ธนาวรัตน์ มาลาบุปผา , 2020)

ขั้นตอนการดำเนินงานของไปรษณีย์บางพลี ที่ทำการไปรษณีย์ (Post Office) คือ ที่ทำการซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการไปรษณีย์บริการการเงินทั้งใน ประเทศและระหว่างประเทศที่ ปณท กำหนดที่ทำการไปรษณีย์

รับจ่าย (Delivery Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการรับฝากและนำจ่ายสิ่งของ ส่งทางไปรษณีย์บริการการเงินและบริการโทรคมนาคมบาง ประเภททั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

รับฝาก (Non-Delivery Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะการรับฝากสิ่งของ ส่งทางไปรษณีย์บริการการเงินและบริการโทรคมนาคม บางประเภททั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

รถยนต์ (Mobile Post Office) คือ ที่ทำการที่จัดตั้งขึ้นบนรถยนต์ซึ่งเคลื่อนย้ายไปตามจุดจอดประจำต่าง ๆ เพื่อให้บริการเฉพาะการรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ บริการการเงินและบริการโทรคมนาคมบางประเภททั้งในประเทศและระหว่างประเทศขั้นตอนการดำเนินงานของสิ่งของส่งทางไปรษณีย์แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับฝากหมายถึง การรับฝากสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ผู้ใช้บริการนำมาฝากส่ง ณ ที่ทำการไปรษณีย์

2. การส่งต่อหมายถึงการนำสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้รับไว้ไปคัดแยกออกเป็นแต่ละปลายทางแล้วบรรจุในภาชนะที่ปณทจัดทำขึ้นตามความเหมาะสมในการส่งต่อสิ่งของส่งทางไปรษณีย์เหล่านั้นไปปลายทางแต่ละแห่ง

3. การนำจ่ายหมายถึงการที่ทำการไปรษณีย์ปลายทางทางส่งมอบสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ที่ได้รับไว้ให้ แก่ผู้รับโดยระบบการทำงานเป็นดังนี้คือ

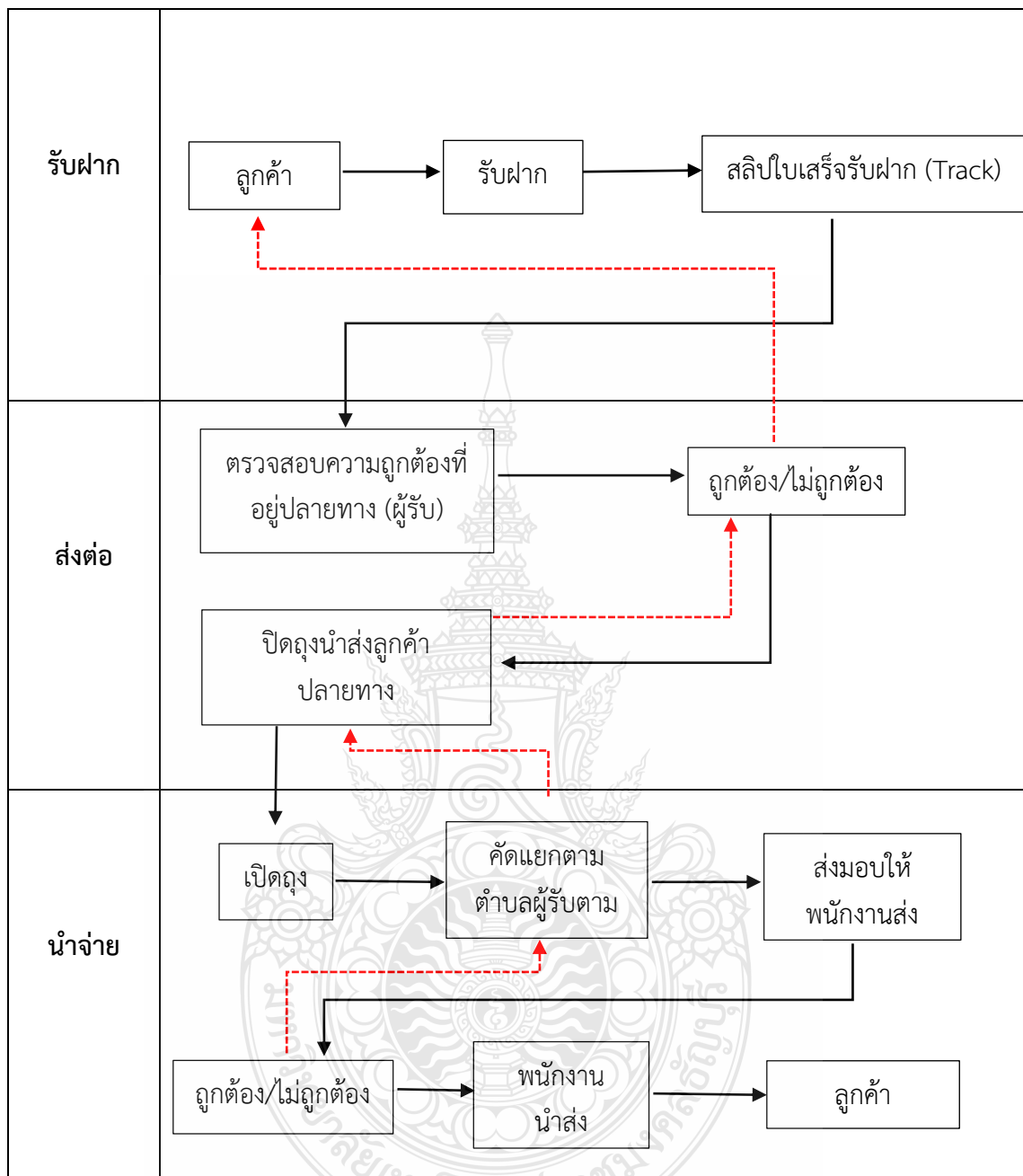
3.1 สแกนบาร์โค้ดที่ทำการไปรษณีย์เพื่อทำการส่งวัสดุข้อมูล จะถูกส่งเข้าสู่เซิร์ฟเวอร์ทันทีที่มีการรับของ ขึ้นนี้แล้ว

3.2 ของจะถูกส่งไปที่ศูนย์กระจายของและจะต้องมีการสแกนรับ ของอีกครั้งข้อมูลของวัสดุจะถูกส่งเข้าสู่เซิร์ฟเวอร์ทันทีว่าอยู่ที่ศูนย์กระจายสินค้า

3.3 จากนั้นถูกนำส่งโดยรถขนส่งไปที่ไปรษณีย์ปลายทาง โดยจะมีการสแกนบาร์โค้ดตลอดทาง เพื่อแจ้งพิกัดไปยังเซิร์ฟเวอร์ เพื่อให้ทราบที่อยู่ของสิ่งของ

3.4 ส่งถึงที่ทำการปลายทาง มีการสแกนรับของ ข้อมูลเข้าสู่ระบบทันทีที่มีการรับของขึ้นนี้แล้ว

3.5 จัดส่งถึงมือผู้รับ โดยผู้รับจะทำการยืนยันโดยใช้รหัส EMS ในการรับของ



ภาพที่ 1.1 กระบวนการดำเนินงาน ไปรษณีย์ไทย จำกัด

จากข้อมูลข้างต้นธุรกิจ (Logistics) มีการแข่งขันมากขึ้นจากแบรนด์สินค้าต่างชาติที่เข้ามาลงทุน ในปี 2020 รวมทั้ง ตลาด (E-Commerce) ค้าออนไลน์ และแนวโน้มการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์พุ่งสูงขึ้น แต่เนื่องจากในประเทศบริษัทไปรษณีย์ไทยไม่ได้เป็นผู้ให้บริการขนส่งเพียงเจ้าเดียว เหมือนแต่ก่อนเกิดคู่แข่งรายใหม่ขึ้น เช่น (SCG EXPRESS , KERRY EXPRESS , J&T EXPRESS) ดังนั้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้นช่องทางมาก เพื่อสะดวกและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อันหนึ่งเดียวกับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคที่ไม่แน่นอน ดังนั้น ไปรษณีย์ไทยจึงต้องมีการปรับตัวมากขึ้น การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงและใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง จึงทำให้

ผู้วิจัยมีความสนใจ การประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งกรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาหาความต้องการผู้ใช้บริการไปรษณีย์ กรณีศึกษา ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

1.2.2 เพื่อการศึกษาสมรรถนะในการทำงานและ ยกระดับการใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

1.3 สมมุติฐาน

1.3.1 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

1.3.2 สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ : งานวิจัยนี้ทำการศึกษาณบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัดสาขาบางพลี

ขอบเขตด้านเนื้อหา : งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

ขอบเขตด้านระยะเวลา : งานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลวิจัยในช่วงระหว่างเดือนถึงเดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อนำวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

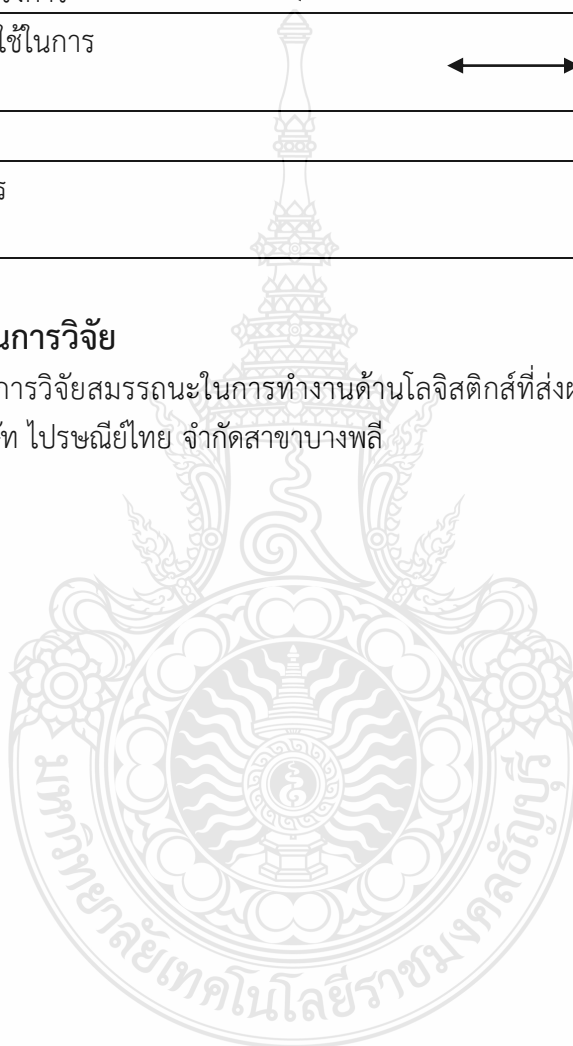
1.4.2 เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ม.ค. พ.ศ. 2564	ก.พ. พ.ศ. 2564	มี.ค. พ.ศ. 2564	เม.ย. พ.ศ. 2564	พ.ค. พ.ศ. 2564	
1. ทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง	↔					
2. จัดทำแบบเสนอโครงการ		↔				
3. เก็บรวบรวมข้อมูลใช้ในการ ทำวิจัย			↔			
4. วิเคราะห์ข้อมูล				↔		
5. สรุปผลรายงานการ ดำเนินการ					↔	

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี





ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง : กรณีศึกษาสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

- 2.1 ประวัติบริษัทไปรษณีย์ไทย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการทำงานโลจิสติกส์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making in Services)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติบริษัทไปรษณีย์ไทย

จุดเริ่มต้นของกิจการไปรษณีย์ของราชการไทยเกิดขึ้นในปีพ.ศ 2423 เจ้าหมื่นเสมอใจราช หัวหน้ามหาดเล็กเวรสิทธิ ได้ทำหนังสือกราบบังคมทูล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถวายคำแนะนำให้เปิดบริการไปรษณีย์ขึ้นใน ประเทศไทย โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีพระราชดำริเห็นชอบ จึงทรงแต่งตั้งให้ สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ พระเจ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ ผู้ทรงมีประสบการณ์ เกี่ยวกับการจัดส่งหนังสือพิมพ์รายวัน ข้าราชการ ดำรงตำแหน่งผู้สำเร็จราชการ กรมไปรษณีย์ เมื่อสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอเจ้าฟ้า ภาณุรังษีสว่างวงศ์ฯ ได้ทรงวางในโครงการและ เตรียมการไว้พร้อมที่จะเปิดบริการไปรษณีย์ได้แล้ว ก็ได้ประกาศเปิดรับฝาก ส่งจดหมายหรือหนังสือ เป็นการทดลองในเขตพระนครและธนบุรีขึ้นเมื่อ วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ 2426 มีที่ทำการตั้งอยู่ ณ ตึกใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาตอนปากคลองโองอ่าง ด้านทิศเหนือ (ปัจจุบันถูกรื้อเพื่อใช้สร้าง สะพาน คู่นานกับสะพานพุทธ) ที่ทำการแห่งแรกนี้ใช้เป็น ที่ทำการไปรษณีย์สำหรับจังหวัดพระนคร ด้วยเรียก กันว่า ไปรษณียาคาร

ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถือเป็นยุคแรกของ การไปรษณีย์ไทย ด้วยการจัดตั้งกรมไปรษณีย์ในประเทศไทย และการผลิต แสตมป์ชุดโสฬส แสตมป์ชุดแรกของประเทศ รวมไปถึงจัดพิมพ์ไปรษณียบัตรครั้งแรก เพื่อรองรับกิจการไปรษณีย์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นอีกด้วย

ในเวลาต่อมาได้จัดตั้งโรงเรียนไปรษณีย์และคมนาคมขึ้น รวมไปถึงการขยายกิจการไปรษณีย์ ด้วยการจัดสร้างที่ทำการไปรษณีย์แห่งที่ 2 อีกด้วย แม้ว่าเกิดเหตุการณ์ร้ายแรงใด ๆ ก็ตาม กรมไปรษณีย์ก็ไม่หยุดให้บริการแก่ประชาชน เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสาร เช่นเดียวกับช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กรมไปรษณีย์โทรเลขก็ไม่เคยหยุดทำการเช่นกัน

ต่อมาในปี พ. ศ. 2441 เสนาบดีกระทรวงโยธาธิการกราบบังคมทูลเสนอเห็นว่าราชการของ กรมไปรษณีย์และราชการทางกรมโทรเลข ซึ่งตั้งขึ้นก่อนกรมไปรษณีย์แล้วนั้นเป็นงานในด้าน ติดต่อสื่อสารด้วยกันควรรวมเป็นหน่วยงานราชการ เดียวกันเพื่อสร้างความสะดวกแก่การดำเนินงาน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็น เป็นสมควรจึงทรงกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวม

หน่วยงานทั้งสองเข้าด้วยกันเรียกว่า กรมไปรษณีย์โทรเลข ซึ่งได้ย้ายไปใช้อาคารที่ทำงานเดิมของสถานกงสุลอังกฤษ ถนนเจริญกรุง เป็นที่ทำการและเรียกกันโดยทั่วไปว่า ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขกลาง ต่อมาอาคารอาคารเดิมของสถานกงสุลอังกฤษทรุดโทรมและคับแคบไม่เหมาะกับการไปรษณีย์ จึงได้รื้ออาคารเดิมทิ้งและสร้างอาคารใหม่ คือ อาคารไปรษณีย์กลาง ถนนเจริญกรุง ในปัจจุบัน

ช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เริ่มจากการเปิดที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขครบ 18 มณฑลทั่วประเทศ การใช้รถยนต์ขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ และการเปิดเส้นทางขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศในประเทศ

การไปรษณีย์ไทย เป็นการบริการสาธารณะจำเป็นต้องมีระเบียบข้อบังคับเพื่อให้ประชาชนใช้บริการและ เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการทราบและถือปฏิบัติเมื่อ เปิดโรงเรียนการไปรษณีย์โทรเลขได้ประมาณ 2 ปีแล้วรัฐบาลจึงได้ตรากฎหมายขึ้นในปี พ.ศ. 2428 เรียกว่า พระราชบัญญัติการไปรษณีย์ไทย จุลศักราช 1248 ต่อมาในปี พ.ศ. 2440 ได้ออกพระราชกำหนดไปรษณีย์ ร.ศ. 116 ยกเลิก พระราชบัญญัติฉบับแรกและใช้พระราชกำหนดนี้ตลอดมา จนกระทั่งปรับปรุงใหม่ออกเป็น พระราชบัญญัติไปรษณีย์ พุทธศักราช 2477 มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจเป็น ผู้รักษาตามพระราชบัญญัติ (ปัจจุบัน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นผู้รักษาการ ตามพระราชบัญญัติและพระราชบัญญัติฉบับนี้ยังคงมีผลบังคับใช้อยู่)

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ได้มีการจัดตั้ง การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ตามพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 โดยรับมอบกิจการด้านปฏิบัติการทั้งหมดรวมถึง การให้บริการไปรษณีย์จากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาดำเนินการ โดยมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยใช้สถานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์กลาง ต่อมาสำนักงานใหญ่ย้ายมาอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่ง (กสท.) ได้ปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เจริญก้าวหน้าโดยตลอด จนเป็นรัฐวิสาหกิจชั้นนำที่ยิ่งใหญ่มีศักยภาพเครือข่าย ระบบ และคุณภาพบริการระดับมาตรฐานสากล

จากนโยบายรัฐบาลที่ต้องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่ากับภาคเอกชน ซึ่ง (กสท.) เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 คณะรัฐมนตรีมีมติให้แปรรูป (กสท.) ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคมและพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการเป็น 2 บริษัท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท (กสท.) โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งจดทะเบียนตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตั้งอยู่ที่ อาคารสำนักงานใหญ่ ปณท ถนนแจ้งวัฒนะ โดยปฏิรูปภาพลักษณ์ใหม่ปรับปรุงบริการและการให้บริการไปรษณีย์แก่ประชาชนทั่วไปและพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจ เพื่อให้ ปณท. ก้าวไกล ทันสมัย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์

2.2.1 แนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์เป็นขั้นตอนในการวางแผนจัดสายงานควบคุมกิจกรรมที่มีจุดความเคลื่อนย้าย และไม่เกิดการเคลื่อนย้ายของการอำนวยความสะดวกของกระบวนการไหลของสินค้า ตั้งแต่จุดเริ่มจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงจุดที่มีการบริโภค การประกอบธุรกิจทั่วไปผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต และจัดหาวิธีลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาด จากต้นทุนวัตถุดิบแรงงานต่าง ๆ แล้วค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ถือว่าเป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีสัดส่วนค่อนข้างสูง และมีผลต่อราคาสินค้าและบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยกิจกรรมสนับสนุน

1) กิจกรรมหลักในกระบวนการไหลของพัสดุตามแนวคิดโลจิสติกส์ คือ กิจกรรมที่มีความสำคัญ มีผลกระทบกับต้นทุน ในการให้บริการของสินค้าสูงสุด ประกอบไปด้วยกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ

1. ด้านการขนส่ง
2. ด้านสินค้าคงคลัง
3. กระบวนการขั้นตอนในการจัดซื้อ

2) กิจกรรมสนับสนุนในกระบวนการไหลของสินค้าตามแนวคิดของโลจิสติกส์ คือ กิจกรรมที่มีส่วนในกระบวนการกระจายสินค้า และเป็นกิจกรรมหลักดำเนินไปได้ เช่น

1. การจัดการด้านโกดัง
2. การยกขนย้าย
3. การบรรจุหีบห่อ
4. การจัดซื้อจัดหา
5. การจัดตารางกระบวนการผลิต
6. ด้านการจัดการข้อมูล

การจัดการโลจิสติกส์เน้นไปที่การเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรม โดยตั้งแต่ในกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ (raw material) สินค้า (Goods) และบริการ (Services) การเคลื่อนย้ายจากต้นทาง (Source of Origin) ไปยังผู้บริโภคปลายทาง (Final Destination) ได้ทันเวลา (Just in time) และมีประสิทธิภาพ โดยมีการสร้างระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์กับระบบซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย เพื่อช่วยในการบริหารจัดการ นอกจากนี้การเคลื่อนย้ายสินค้านี้ความหมายของโลจิสติกส์ยังครอบคลุมถึงการขนส่งสินค้า (Cargoes Carriage) การเก็บรักษา (Warehouse) ในการกระจายสินค้า (Cargoes distribution) กระบวนการที่เกี่ยวข้อง

1. ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (Speed Delivery)
2. การไหลของสินค้า (Physical flow)
3. การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow)
4. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)
5. การลดต้นทุนการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า การดูแลด้านขนส่ง (Cargo Handling & Carriage Cost)

ดังนั้นเห็นได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมแต่ละขั้นตอนเข้าด้วยกัน ตั้งแต่ต้นทางไปยังปลายทาง โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะต้องมีผลต่อด้านทุนน้อยที่สุดและเกิดความพึงพอใจมากที่สุด โดยกิจกรรมสนับสนุนเป็นตัวช่วยในกิจกรรมหลักการดำเนินงานได้สะดวกมากที่สุด การบริหารจัดการโลจิสติกส์ส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันทางโซ่อุปทาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (End Customer Demand) ด้วยการนำเสนอสิ่งที่ต้องการ (What is Needs) ในรูปแบบ (In the Form It Is Need) ในเวลาที่ต้องการกับราคาที่เหมาะสม

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

ความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ โดยจากการแข่งขันที่มีความรุนแรงอัตราดอกเบี้ยด้านพลังงาน สูงขึ้นช่วงทศวรรษ 1970 โลจิสติกส์ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก จากการที่โลจิสติกส์เป็นต้นทุนในการดำเนินงานที่มีความสำคัญ

ประการแรก การแข่งขันระดับโลกต่างประเทมีมากขึ้น เป็นสาเหตุให้องค์กรเริ่มมีการปรับตัวสร้างความแตกต่าง ในองค์กรและตัวของผลิตภัณฑ์ โลจิสติกส์จะเป็นการตัดสินใจองค์กรภายในประเทศโดยต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือ บวกกับการตอบสนองที่รวดเร็วต่อตลาดที่ใกล้เคียงมาก คู่แข่งที่อยู่ไกลในต่างประเทศ

ประการที่ 2 องค์กรที่มีการซื้อขายระหว่างประเทศ พบว่าห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ระหว่างองค์กรกับคู่ค้ามีความยั่งยืนมากขึ้น และต้นทุนที่สูง มีความซับซ้อนมาก การบริหารโลจิสติกส์ที่ดีเยี่ยมมีความสำคัญอย่างมากเพื่อเพิ่มโอกาสด้านการแข่งขันได้

ประการที่ 3 ทำให้โลจิสติกส์มีความสำคัญมากขึ้น เช่น การให้ความสำคัญด้านควบคุมต้นทุนมากยิ่งขึ้น

1. ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สถานการณ์ในปัจจุบันนี้เป็นช่วงเวลาของเทคโนโลยีสื่อและระบบสารสนเทศ ทำให้องค์กร สามารถติดตามธุรกรรมเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น การจัดซื้อ การจัดเก็บ และวัตถุดิบ เพื่อรวบรวมในการทำแบบจำลองคุณภาพ (Quantitative Model) ด้วยคอมพิวเตอร์ ทำให้ระบบสารสนเทศมีระบบความสามารถในการจัดการระบบการไหลของรูปแบบข้อมูลและสินค้าที่ประหยัดสูงสุดโดยมีวิธีเคลื่อนย้ายที่มีคุณภาพมากขึ้น ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ทำให้โลจิสติกส์ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น การยอมรับแนวคิดเชิง (System Approach) โดยแนวคิดด้านต้นทุนรวมอรรถิพลด้านโลจิสติกส์กับผลกำไร โลจิสติกส์สามารถนำไปใช้เป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อแข่งขันในอนาคต

2. อำนาจของช่องทางการจัดจำหน่าย การเปลี่ยนแปลงขั้นตอนอำนาจจากผู้ผลิตไปยัง ผู้ค้าปลีกผู้ค้าส่งและตัวแทนจำหน่ายได้สร้างผลกระทบอย่างมากต่อโลจิสติกส์เมื่อการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมผู้บริโภค ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้จัดส่งสินค้า วัตถุดิบและผู้ผลิตสินค้า ซึ่งในที่สุดจะส่งผลให้เหลืออยู่แค่ผู้นำในตลาดเท่านั้น ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้มีการเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นในหลาย กรณีทำให้ผู้บริโภคมองผู้นำเหล่านี้ว่าเป็นสิ่งทดแทนในตราสินค้าอื่นนอกจากนี้ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าลดลงนั้นทำให้อำนาจของผู้ผลิตลดลง และทำให้อำนาจของผู้ค้าปลีกสูงขึ้นเนื่องจากการขายจะถูกกำหนดโดยสินค้าที่มีการวางขายและไม่ได้มาจากตราสินค้าที่ผู้ผลิตกำหนด

2.2.3 องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์

การจัดการโลจิสติกส์ เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนกระทั่งการผลิตเสร็จ และส่งถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้ายหรือคือการไหลเวียนของวัตถุดิบข้อมูลของการจ่ายเงินและการบริการจากแหล่งวัตถุดิบจนถึงโรงงานคลังสินค้าและผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยรวมถึงองค์กรที่เกี่ยวข้องและกระบวนการ ซึ่งเริ่มจากการส่งมอบสินค้าข้อมูลและการบริหารให้กับลูกค้า รวมไปถึงกระบวนการต่าง ๆ เช่นการจัดซื้อ (Procurement) การผลิต(Manufacturing) การควบคุม การส่งกำลังบำรุง (Logistics) การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control) การจัดจำหน่าย (Distribution) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การจัดเก็บ (storage) ด้านขนส่ง (Transportation) กระบวนการทั้งหมดมีการจัดระบบให้มีความสัมพันธ์คล่องตัว นอกจากนี้การจัดการโลจิสติกส์ไม่ได้ครอบคลุมเฉพาะหน่วยงานภายในองค์กรเท่านั้น แต่ที่สำคัญสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นได้ อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ/สินค้า (Suppliers) กับบริษัทผู้ผลิต (Manufacturers) บริษัทผู้จัดจำหน่าย (Wholesalers) รวมถึงลูกค้าบริษัท(Consumers) จึงจำเป็นต้องเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน หรือเครือข่ายให้เกิดการประสานงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน นั้นจะต้องมีการแลกเปลี่ยนแปลง ข้อมูลให้กับทุก ๆ หน่วยงานในทุกกระบวนการและใช้งาน ทำให้หน่วยงานแต่ละหน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานนั้น ที่มีประสิทธิภาพคือ การดำเนินการให้กับองค์กรในห่วงโซ่นั้นได้รับผลประโยชน์ เท่ากันไม่ควรผลักภาระต้นทุนให้ฝ่ายใดฝ่ายเดียวรับผิดชอบ ทำให้ต้นทุนรวมขององค์กรมีค่าลดลง และเพิ่มผลผลิตในการบวนการผลิตเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และยังช่วยลดเวลาค่าใช้จ่ายต่าง การดำเนินการ การพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน เป็นการใช้ความรู้ความสามารถไปประยุกต์ เพราะธุรกิจต่างกันการจัดการโลจิสติกส์กับห่วงโซ่อุปทานก็มีความแตกต่างกัน ตลอดจนถึงการให้ความรู้และการกระจายความรู้ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงผู้ปฏิบัติงาน

2.2.4 เครื่องมือตัวชี้วัดด้านโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วยตัวชี้วัดที่มีความสำคัญอย่างมาก ได้แก่

1. ด้านการจัดการกระจายสินค้า (Distribution Management) ในการจัดการโลจิสติกส์มีองค์ประกอบสำคัญ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมการตลาดส่วนผสมทางการตลาด คือ (Product) ราคา (Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) การออกแบบช่องทางการกระจายสินค้าในมุมด้านการตลาดนั้น คือ การออกแบบเลือกสถานที่ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและช่วงทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นจะช่วยให้การลดต้นทุนของโลจิสติกส์ได้ดีทั้งระบบ การออกแบบในเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการกระจายสินค้า (Channel of Distribution) มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการ 1 การสร้างระดับการบริหารให้กับลูกค้าสูงที่สุดและต้นทุนต่ำ การดำเนินงานทั้งห่วงโซ่อุปทานโดยต่ำน้อยที่สุด โดยการออกแบบเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การออกแบบที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย และนำไปสู่การวางแผนดำเนินงานเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันตั้งแต่รูปแบบ

การกระจายสินค้าเมื่อออกแบบและกำหนดช่องทางการกระจายสินค้าอย่างได้เปรียบคู่แข่งแล้ว การวางแผนและการควบคุมการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงสุด

2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง (inventory management) สินค้าคงคลัง คือ วัสดุที่อยู่ในกระบวนการทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในสถานะใดหรือเพื่อวัตถุประสงค์ใด สินค้าคงคลัง จัดเป็นส่วนหนึ่งของการไหลของวัสดุในโซ่อุปทาน การใช้เทคนิคการจัดการที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ ๆ ทำให้การจัดการสินค้าคงคลังในปัจจุบันมีแนวโน้มมีความซับซ้อนมากขึ้น มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น แต่การจะนำการจัดการสินค้าคงคลังแบบรวมสมัยไปปฏิบัตินั้น บริษัทจำเป็นต้องเปลี่ยนแนวคิดการจัดการสินค้าคงคลังให้อยู่ในรูปแบบสากล สมัยก่อนการจัดการสินค้าคงคลังที่ดีเยี่ยม นั้นหมายถึงการลดจำนวนปริมาณของสินค้าคงคลัง เพื่อที่จะลดค่าใช้จ่ายลง ดูเหมือนจะง่าย มีประโยชน์ เมื่อมองในรูปแบบระดับของหน่วยงาน ก็ทำให้องค์กรเสียโอกาสที่จะทำให้การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง มีประสิทธิภาพสูงและเมื่อมองในภาพรวมของทั้งองค์กร หรือแม้แต่ภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานการที่จะให้สินค้าคงคลังมีปริมาณลดลงนั้นจะช่วยให้ องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของค่าใช้จ่ายบวกกับการให้บริการธุรกิจขององค์กรนั้นลดลง ในบางกรณีองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มจำนวนปริมาณของสินค้าคงคลัง เพื่อที่จะช่วยให้ต้นทุนรวมสินค้าเมื่อลูกค้าได้รับ มีค่าที่ต่ำที่สุด ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญและมีทักษะเพียงพอ ที่จะทำให้เกิดการหักล้างพอดีของผลเสียทางด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

3. ด้านการจัดการการขนส่ง (Transportation Management) การขนส่งมีหน้าที่หลักในการเคลื่อนย้ายสินค้าภายในโซ่อุปทาน การขนส่งได้กลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความสำเร็จสูงสุดของห่วงโซ่อุปทานโดยรวม การขนส่งได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการอำนวยความสะดวกและด้านเวลาสถานที่ อาทิเช่น ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรได้ว่ามีสินค้าพอเพียงที่จะขาย ณ เวลานั้น ที่ลูกค้าต้องการ การบริหารจัดการขนส่งมีจุดหมายที่อาจจะเปลี่ยนแปลงเคลื่อนย้ายสินค้า จากแหล่งกำเนิดสินค้าไปยังลูกค้าผู้ใช้สินค้าอย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด มีความสม่ำเสมอมากขึ้น ความสามารถในการขนส่งจะสร้างความมั่นใจในด้านเวลาและสถานที่ด้วยต้นทุนที่ได้เปรียบคู่แข่ง และเป็นปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

1. การบริหารจัดการขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังจากที่ผลิต อีกจุดแรกไปยังอีกจุดที่สองซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีจุดของห่วงโซ่อุปทาน จะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน

1.1 การจัดเก็บรวบรวมสินค้า จากขั้นตอนแรกรับสินค้าแหล่งที่มาซึ่งจาก โรงงานผลิตสินค้า จะมีสินค้าหลายรูปแบบ น้ำหนัก ขนาด และการบรรจุหีบห่อ ปกติการเก็บรวบรวมของสินค้านั้นมักจะจัดเก็บเชิงภูมิภาค ภายหลังจากการจัดเก็บรวบรวมสินค้าจะถูกนำไปรวมที่คลังจัดเก็บสินค้าส่วนกลาง

1.2 การจัดการขนส่ง จากคลังสินค้าไปยังจุดหมายปลายทาง เมื่อถึงจุดรวมสินค้าจะคัดแยกออกตามเส้นทางการจัดส่งต่อไป

1.3 การจัดส่งสินค้า เป็นการจัดส่งที่ตรงข้ามกับการจัดเก็บรวบรวมสินค้า ซึ่งจะได้รับการจัดเก็บเป็นสัดส่วนในเชิงของภูมิภาค โดยถือว่าเป็นส่วนที่ต้องไปติดต่อดังตรงกับผู้ให้บริการ

1.4 การเก็บรวบรวมและแยกสินค้า สินค้าจะรวบรวมเข้าไว้ด้วยกันก่อนที่จะบรรจุบนยานพาหนะนั้นเพื่อที่จะทำการขนส่งสินค้า เหล่านี้อาจจะรวบรวมในรูปแบบของตู้สินค้า และเปลี่ยนวิธีการจัดส่งไปเป็นรูปแบบอื่นโดยไม่ต้องบรรจุหีบห่อใหม่

2.2.5 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการบริการขนส่ง ได้แก่

1. ชนิดของการขนส่ง (Transportation Type) เงื่อนไขพิเศษและเงื่อนไขทางเทคนิคของสินค้าก่อให้เกิดความต้องการด้านบริการที่แตกต่างกันออกไป
2. จุดหมายปลายทาง (Destination) โครงข่ายหรือตลาดที่บริษัทขนส่งให้บริการ
3. ระยะเวลาในการดำเนินการ (Throughput Time) คือ ความรวดเร็วในการขนส่งแต่ละวิธี ซึ่งขึ้นอยู่กับความเร็วของยานพาหนะที่ใช้และความถี่ของการให้บริการ
4. ความยืดหยุ่น (Flexibility) ความยืดหยุ่นของเวลาออกและเวลาถึง

2.2.6 โครงสร้างของระบบการขนส่ง โครงสร้างของระบบการขนส่ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก

1. การขนส่งขาเข้า (Inbound transportation) เป็นการขนส่งสินค้าเข้าสู่โรงงานผลิตสินค้าที่มีขนส่งมากเป็นวัตถุดิบ ส่วนประกอบ และวัสดุประกอบการผลิตในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่การขนส่งขาเข้าจะดำเนินการโดยผู้ขายวัตถุดิบเหล่านั้น อาจมีบางส่วนที่ผู้ซื้อดำเนินการเองขึ้นอยู่กับข้อตกลง ต้นทุนการขนส่งขาเข้าเป็นปัจจัยสำคัญเท่ากับต้นทุนการขนส่งขาออกที่จะต้องพิจารณาเพื่อกำหนดทำเล สถานที่ของโรงงานผลิต คลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า

2. การขนส่งขาออก (Outbound transportation) เป็นการขนส่งสินค้าขาออกจากโรงงานผลิต เมื่อโรงงานผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายแล้วจะต้องขนส่งไปยังลูกค้าซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคโดยตรงตัวแทนจำหน่าย หรือโดยผู้ผลิตในขั้นตอนถัดไป การจัดการขนส่งทั้งหมดอยู่ในการขนส่งขาออกจากโรงงานส่วนมากในภาคอุตสาหกรรมเป็นผู้ผลิตเองแต่ผู้ผลิตอาจจะจ้างบริษัทขนส่งภายนอก โดยในการพิจารณาว่าในส่วนการขนส่งใดคือขาเข้าขาออกนั้นให้พิจารณาตามกิจกรรมเป็นหลัก

3. การขนส่งข้ามระหว่างประเทศ (international Transportation) จะเป็นในรูปแบบของระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระหว่างทวีปของโลก หรือระหว่างเศรษฐกิจต่าง ๆ ระบบของการขนส่งแบบนี้เป็นการขนส่งในระยะทางไกลข้ามทวีปมีระยะเวลายาวนานพอสมควร อาศัยลูกค้าใช้บริการระดับสากล อาทิเช่น ในรูปแบบของทางเรือ ทางอากาศยาน และทางรถไฟ เป็นต้น ก็ยังมีการขนส่งแบบชายแดนที่เป็นประเทศหรือเขตเศรษฐกิจติดกันยังใช้รถบรรทุก และในระบบของการขนส่งนี้จะใช้เวลานาน และจะเชื่อมต่อการขนส่งสุดท้ายลงที่ท่าเรือ ที่ด่านชายแดนหรือท่าอากาศยานผ่านศุลกากร การขนส่งข้ามระหว่างประเทศจะดำเนินการระบบเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานโลจิสติกส์

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการขนส่งวัตถุดิบทุกกระบวนการที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายและหาวิธีการในการลดค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองเหล่านี้ โดยอยู่บนพื้นฐานของการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งก็คือ การลดต้นทุนแต่ยังมีประสิทธิภาพสูง ตัวชี้วัดความสามารถด้านโลจิสติกส์ได้รับการให้ความสำคัญทั้งในระดับสากลและระดับนานาชาติ เช่น ธนาคารโลก (World Bank) ได้กำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (Logistics Performance index: LPI) ประสิทธิภาพเปรียบเทียบทั้งหมด 160 ประเทศช่วยให้ทราบถึง โอกาสและความท้าทายในด้านการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ การค้า ได้แก่ การดำเนินการทางด้านการศุลกากร คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดการขนส่งสินค้า เป็นต้น กองโลจิสติกส์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม (Industrial Logistics Performance Index: ILPI) ตัวชี้วัดสามารถวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ครอบคลุมกิจกรรมใน 3 มิติซึ่งประกอบด้วยมิติ ด้านต้นทุน เวลาและความน่าเชื่อถือรวม จำนวนทั้งสิ้น 27 ตัวชี้วัด การวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์จะทำให้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนองค์กรด้านโลจิสติกส์ ทำให้ทราบถึงศักยภาพของธุรกิจความสามารถที่แท้จริงขององค์กรว่าอยู่ในระดับใด เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.3.1 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ LPI ตามโครงการศูนย์บริการข้อมูลโลจิสติกส์ (Logistics Service Information Center : LSIC) (สำนักโลจิสติกส์, 2558)

สำนักงานโลจิสติกส์กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ประกาศตัวชี้วัดประสิทธิภาพ ด้านโลจิสติกส์ของสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์และอุตสาหกรรมพลาสติกโดยได้รับความร่วมมือจากสถาบันวิจัย และให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมี ดร.รุธิร์พนมยงค์ เป็นหัวหน้าทีมศึกษาสำรวจ

ตัวชี้วัดวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์วิธีที่ดำเนินการจัดทำมีจำนวน 9 กิจกรรม ได้แก่

1. การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน (Customer service and support)
2. การจัดซื้อจัดหา (Purchasing and procurement)
3. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ (Logistics Communication and order processing)
4. การขนส่ง (Transportation)
5. การเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า (Site selection, Warehousing and storage)

6. การวางแผนหรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand forecasting and planning)

7. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management)

8. การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ และการบรรจุหีบห่อ (Materials handling and packaging)

9. โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse logistics)

โดยวัดผลการดำเนินงานใน 3 มิติประกอบด้วยกัน คือ

1. ด้านการบริหารต้นทุน (Cost management) เป็นดัชนีที่แสดงถึงสัดส่วนต้นทุนของกิจกรรมโลจิสติกส์เปรียบเทียบกับยอดรายได้ประจำปีทั้งหมดของกิจการ

2. ด้านเวลา (Lead time) เป็นดัชนีที่ใช้ข้อมูลระยะเวลาของการเคลื่อนย้ายสินค้าและข้อมูลที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์

3. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นดัชนีที่วัดความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ดัชนีชี้วัดด้านเวลานำ (Lead Time Index) คือดัชนีที่ใช้ข้อมูลระยะเวลาของการขนส่งสินค้าและข้อมูลในแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งการวัดระยะเวลาการขนส่งสินค้าจะไม่นับรวมกับระยะเวลาที่ สินค้าในช่วงกระบวนการผลิต ส่วนระยะเวลาการเคลื่อนย้ายของข้อมูลจะเริ่มนับตั้งแต่การรับ ข้อมูลและสิ้นสุดที่ การส่งมอบข้อมูลให้แก่ลูกค้าหรือแผนกต่อไป โดยดัชนีที่นิยมใช้การมี 9 ดัชนี ดังนี้

1) รอบระยะเวลาเฉลี่ยการตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้า (Average Order Cycle Time)

2) รอบเวลาเฉลี่ยการจัดซื้อ (Average Procurement Cycle Time)

3) รอบเวลาเฉลี่ยการประมวลผลคำสั่งซื้อในองค์กร (Average Order Processing Cycle Time)

4) รอบเวลาเฉลี่ยการจัดส่งสินค้า (Average Delivery Cycle Time)

5) รอบเวลาเฉลี่ยของสินค้าคงคลังในคลังสินค้า (Average Inventory Cycle Time)

6) ระยะเวลาเฉลี่ยการพยากรณ์อุปสงค์ (Average Forecast Period)

7) จำนวนวันเฉลี่ยที่ จัดเก็บสินค้าคงคลัง (Average Inventory Day)

8) ระยะเวลาเฉลี่ยในการยกขนและการบรรจุหีบห่อสินค้า (Average Material Handling and Packaging Period)

9) รอบเวลาเฉลี่ยการรับสินค้าคืนจากลูกค้า (Average Cycle Time for Customer Return)

ธนาคารโลก (2561) ได้อธิบาย (Logistics Performance Index LPI)คือ ได้ประเมินศักยภาพ ทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศต่าง ๆ ในโลก 155 ประเทศ โดยการประเมินจากผู้ประกอบการที่มีความเห็น เกี่ยวกับประเด็นทางด้านโลจิสติกส์ด้วยแบบสอบถามและ ประมวลผลเพื่อเปรียบวัดประสิทธิภาพ ด้านโลจิสติกส์ โดยดัชนี LPI ของ ธนาคารโลกมี 6 องค์ประกอบได้แก่

- 1) ประสิทธิภาพของ กระบวนการศุลกากร (The efficiency of customs and border management clearance)
- 2) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า (The quality of trade and transport infrastructure)
- 3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipment)
- 4) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence)
- 5) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness)
- 6) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing)

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์(Key Logistics Activies) มีทั้งหมด 9 กิจกรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนแต่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อระบบโลจิสติกส์ ต้องอาศัยการประสานการทำงานของแต่ละกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกันเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยต้นทุนที่เหมาะสม สรุปเป็นกิจกรรมหลัก 9 กิจกรรม

1. การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน (customer service and support) บริการลูกค้าได้รับการกำหนดให้เป็นปรัชญาที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการทางการตลาดและการจัดการทุกกิจกรรมที่ประสานงานกับลูกค้า โดยยึดหลักต้นทุนที่เหมาะสม 2.การบริการลูกค้าที่ดีสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า คือผลลัพธ์ของระบบโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ 5 ความถูกต้อง(Five Rights) ในการขนส่งได้แก่ สินค้ามีปริมาณที่ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าต้องการ (Right Quantity) ตรงตามคุณภาพที่ตกลงไม่เสียหาย (Right Quality) ส่งมอบไปถูกสถานที่(Right Place) ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ (Right Time) และมีต้นทุนการขนส่งที่แข่งขันได้ (Right Cost)

2. การวางแผนหรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting and Planning) การวางแผนหรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้ามีหลายประเภท เช่น การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าตามการส่งเสริมการขาย ราคา คู่แข่งและปัจจัย อื่น ๆ การพยากรณ์และการคาดการณ์ด้านการผลิตจะอาศัยข้อมูลยอดขาย การตลาดและระดับของสินค้าคงคลัง ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ โดยเป็นการคำนวณหาจำนวนวัตถุดิบที่ต้องสั่งซื้อจากผู้จำหน่าย จำนวนสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว และต้องทำการจัดส่ง เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเพียงพอ ซึ่งในบางองค์กรโลจิสติกส์จะรวมถึงการวางแผนการผลิตด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าโลจิสติกส์มีความเกี่ยวข้องข้องกับการพยากรณ์ทางด้านการผลิตและการตลาด

3. การจัดซื้อจัดหา(Purchasing and Procurement) เป็นการจัดการซื้อวัตถุดิบหรือบริการจากภายนอกของฝ่ายจัดซื้อเพื่อนำมาใช้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริษัทตั้งแต่การผลิต การตลาดการขายจนถึงโลจิสติกส์ ภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ใช้จ่ายร้อยละ 40-60 ของรายได้ในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ และบริการจากแหล่งภายนอกองค์กร ทั้งนี้การจัดซื้อวัตถุดิบ รวมหมายถึงการ

บริหารวัตถุดิบ (Supply Management) ที่รวมกิจกรรมการเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ การต่อรองราคา และควบคุมคุณภาพของผู้จำหน่ายวัตถุดิบเข้าไว้ด้วยกัน

4. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นงานเกี่ยวกับการจัดการสินค้าคงคลัง การเก็บรักษาระดับสินค้าไว้ให้พอเพียงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการจัดการต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ซึ่งประกอบด้วยเงินทุนที่จมอยู่ในสินค้าคงคลัง ต้นทุนการเก็บรักษาและต้นทุนสินค้าล้าสมัย ต้นทุนเหล่านี้จะมีสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 14 ถึง 50 ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด ดังนั้นการบริหารสินค้าคงคลังจึงเป็นลักษณะของการบริหารต้นทุนเก็บรักษาและจำหน่ายสินค้าคงคลัง

5. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ (Logistics Communication and Order Processing) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อวัตถุดิบจาก (supplier) การตรวจสอบสถานะของคำสั่งซื้อ การสื่อสารกับ (supplier) รวมถึงการจัดวัตถุดิบเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication) จะต้องเกิดขึ้นระหว่างองค์กร ซัพพลายเออร์ ลูกค้า และสมาชิกต่าง ๆ ของโซ่อุปทาน และหน่วยงานหลักภายในองค์กร เช่น โลจิสติกส์ วิศวกรรม การบัญชี การตลาด และการผลิต กระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing) หมายถึงระบบที่องค์กรมีสำหรับการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ตรวจสอบสถานะของคำสั่งซื้อ และการสื่อสารกับลูกค้า เนื่องจากกระบวนการสั่งซื้อเป็นส่วนต่อประสานระหว่างลูกค้ากับองค์กร ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมากต่อการรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ ดังนั้น ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ หันมาใช้กระบวนการสั่งซื้อขั้นสูง เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) และการโอนเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (EFT)

6. การจัดการวัสดุและบรรจุภัณฑ์ (Materials Handling and Packaging) การจัดการวัสดุมีความหมายกว้างครอบคลุมทุกการเคลื่อนไหว ของวัตถุดิบในกระบวนการทำงานหรือสินค้าสำเร็จรูปภายในโรงงานหรือยังสินค้า เนื่องจากองค์กรต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่เพิ่มมูลค่าในแต่ละครั้งที่มีการเคลื่อนย้ายหรือจัดการรายการ วัตถุประสงค์หลักของการจัดการวัสดุ คือการกำจัดการเคลื่อนไหวของวัตถุดิบ ลดระยะการเดินทาง คอขวด ระดับสินค้าคงคลัง และการสูญเสียอันเนื่องมาจากของเสีย การจัดการที่ไม่เหมาะสม การลักขโมยและความเสียหาย ดังนั้นการวิเคราะห์การไหลของวัสดุอย่างรอบคอบสามารถประหยัดเงินจำนวนมากในองค์กรได้ ส่วนบรรจุภัณฑ์เป็นทั้งการโฆษณาตามหลักการตลาดหรือการป้องกันหรือห่อหุ้มสินค้า รวมถึง การเก็บรักษาสินค้าตามหลักด้านโลจิสติกส์ ในส่วนการตลาดจะเห็นได้ว่าการบรรจุหีบห่อนั้นสามารถนำเสนอข้อความที่สำคัญเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้สินค้าได้ สำหรับโลจิสติกส์ การบรรจุหีบห่อหรือเป็นเครื่องป้องกันสินค้าจากความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น การขนส่งและมีการเปลี่ยนรูปแบบในการขนส่ง

7. ขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมหลักที่มีความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ คือ การจัดเตรียม การเคลื่อนย้ายวัสดุและสินค้าจากจุดต้นทางไปยังจุดการบริโภค รวมถึงจุดที่ใช้จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าด้วย โดยจะเป็นเรื่องของทางเลือกรูปแบบการขนส่ง ทางอากาศ ทางรถไฟ ทางเรือ ทางถนน หรือท่อ เส้นทางของการจัดส่ง การประกันภัย การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ในภูมิภาค

ของประเทศที่มีการจัดส่ง และการเลือกผู้ให้บริการ บ่อยครั้งที่การขนส่งเป็นต้นทุนมากที่สุดในกิจกรรมโลจิสติกส์

8. การเลือกสถานที่ตั้งโรงงานและการจัดการคลังสินค้า (Facilities site Selection Warehousing and Storage) การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานคลังสินค้าเป็นการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนค่าขนส่งทั้งขาเข้าและขาออก ระดับการให้บริการลูกค้า และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัญหาที่ต้องพิจารณารวมถึงคือที่ตั้งของลูกค้า ซัพพลายเออร์ บริการขนส่ง ความพร้อมและอัตราค่าจ้างของพนักงานที่มีคุณสมบัติ เหมาะสม ความร่วมมือของภาครัฐ และอื่น ๆ คลังสินค้าทำหน้าที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบระหว่างการผลิตและสินค้าสำเร็จรูปสำหรับการกระจายสู่กลุ่มลูกค้าในภายหลัง

9. โลจิสติกส์ย้อนกลับ(Reverse Logistics) เป็นโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการรับคืนสินค้าจากลูกค้า อันเกิดขึ้นเนื่องจากมีปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสินค้าหรือเพียงเพราะลูกค้าเปลี่ยนใจ หรือเป็นกรณีของสินค้าชำรุดเสียหายต้องซ่อมแซมหรือเปลี่ยนใหม่ และการกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต การกระจายสินค้า หรือการบรรจุหีบห่อ ซึ่งรูปแบบของกระบวนการจะเริ่มจากการรวบรวมจัดเก็บ และขนส่งของเสียไปยังจุดที่ทำลายทิ้ง การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือการนำกลับมาผลิตใหม่ค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์กลับผ่านช่องทางจากผู้บริโภคไปยังผู้ผลิตสูงกว่า การย้ายผลิตภัณฑ์เดียวกันจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า ด้วยเหตุผลนี้ต้นทุนที่สำคัญจึงเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น

ตัวชี้วัดในการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ที่บ่งชี้

ตัวชี้วัดการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ต้องมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันสำหรับการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ ตัวชี้วัดด้านโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ปฏิบัติตามกลยุทธ์ขององค์กรได้ การที่สถานประกอบการในห่วงโซ่อุปทานใช้ตัวชี้วัดเดียวกันในการตรวจสอบประสิทธิภาพการดำเนินงาน จะทำให้สามารถพัฒนาประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ในห่วงโซ่อุปทานนั้น เป็นไปได้อย่างแท้จริงทั้งนี้ ตัวชี้วัดการประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์มีจำนวนมาก แต่มีตัวชี้วัดที่สำคัญซึ่ง ในการประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในมิติของเวลา ต้นทุน คุณภาพ

เวลา (Time)

- การส่งมอบและการรับตรงเวลา (on Time delivery/Receipt)
- รอบเวลาสั่งซื้อ (Order Cycle Time)
- ความแปรปรวนของรอบการสั่งซื้อ(Order Cycle Time variability)
- ระยะเวลาตอบสนอง(Response Time)
- การพยากรณ์/รอบเวลาการวางแผน(Forecasting/Planning Cycle Time)
- ความแปรปรวนรอบเวลาการวางแผน(Planning Cycle Time Variability)

คุณภาพ (Quality)

- ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม (Overell Customer Satisfaction)
- ความแม่นยำในการประมวลผล (Processing Accuracy)
- การสั่งซื้อสมบูรณ์ (Perfect Order fulfillment)

- การส่งมอบตรงเวลา (On-Time delivery)
- การทำตามคำสั่งซื้อสมบูรณ์(Complete Order)
- การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง(Accurate Product Selection)
- ความเสียหาย(Damage-Free)
- ใบแจ้งหนี้ถูกต้อง(Accurate Invoice)
- ความแม่นยำการพยากรณ์ (Forecast accuracy)
- ความแม่นยำการวางแผน(Planning accuracy)
- แผนงบประมาณปฏิบัติการ(Budgets and Operating Plans)
- ความตรงตามกำหนดเวลา(Schedule Adherence)

ราคา (Cost)

- รอบการหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป(Finished goods Inventory Turns)
- ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย(Days Sales Outstanding)
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร(Cost to Serve)
- รอบระยะเวลาหมุนเวียนเงินสด(Cash-to-Cash Cycle Time)
- ต้นทุนการส่งมอบทั้งหมด(Total delivered Cost)
- ต้นทุนของสินค้า(Cost to goods)
- ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง(Transportation Costs)
- ต้นทุนการถือครองสินค้าคงคลัง(Inventory Carrying Costs)
- ต้นทุนการจัดการวัสดุ(Material Handling Costs)
- อื่นๆ
- ระบบข้อมูล(Information Systems)
- การบริหาร(Administrative)
- ต้นทุนการผลิตส่วนเกิน(Cost of Excess Capacity)
- ต้นทุนการขาดแคลนกำลังการผลิต(Cost of Capacity shortfall)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม 9 กิจกรรม 3 มิติ

กิจกรรมโลจิสติกส์	มิติด้านต้นทุน (Cost)	มิติด้านเวลา (Time)	มิติด้านความ น่าเชื่อถือ (Reliability)
กิจกรรมที่ 1 (ILPI1) การ พยากรณ์และการวางแผน ความต้องการของลูกค้า	สัดส่วนต้นทุนการ พยากรณ์ความ ต้องการของลูกค้า ต่อยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ย พยากรณ์ความ ต้องการของลูกค้า ล่วงหน้า	อัตราความแม่นยำ การพยากรณ์ความ ต้องการของลูกค้า
กิจกรรมที่ 2 (ILPI2) การ ให้บริการแก่ลูกค้าและ กิจกรรมสนับสนุน	สัดส่วนต้นทุนการ ให้บริการลูกค้าต่อ ยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ ตอบสนองคำสั่งซื้อ จากลูกค้า	อัตราความสามารถ ในการจัดส่ง/ส่งมอบ สินค้า
กิจกรรมที่ 3 (ILPI3) การ สื่อสารด้านโลจิสติกส์และ การจัดการคำสั่งซื้อ	สัดส่วนต้นทุนการ สื่อสารด้านโลจิส ติกส์ในองค์กร	ระยะเวลาเฉลี่ยการ ส่งคำสั่งซื้อภายใน องค์กร	อัตราความแม่นยำ ของการออกไปสั่งซื้อ ไปยังแผนกอื่น ๆ
กิจกรรมที่ 4 (ILPI4) การ จัดซื้อจัดหา	สัดส่วนต้นทุนการ จัดซื้อจัดหาต่อ ยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ จัดซื้อ	อัตราความสามารถ ในการจัดส่งสินค้า ของผู้ผลิต/ส่งมอบ
กิจกรรมที่ 5 (ILPI5) การ ขนถ่ายวัสดุและการบรรจุ หีบห่อ	สัดส่วนมูลค่าสินค้าที่ เสียหายต่อยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ ถือครองและบรรจุ หีบห่อ	อัตราจำนวนสินค้า สำเร็จรูปที่เกิดความ เสียหาย
กิจกรรมที่ 6 (ILPI6) การ จัดการคลังสินค้า	สัดส่วนต้นทุนการ บริหารคลังสินค้าต่อ ยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ จัดเก็บสินค้า สำเร็จรูปใน คลังสินค้า	อัตราความแม่นยำ ของสินค้าคงคลัง
กิจกรรมที่ 7 (ILPI7) การ บริหารสินค้าคงคลัง	สัดส่วนต้นทุนการ ถือครองสินค้าต่อ ยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ เก็บสินค้าสำเร็จรูป อย่างเพียงพอเพื่อ ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	อัตราจำนวนสินค้า สำเร็จรูปขาดมือ
กิจกรรมที่ 8 (ILPI8) การ ขนส่ง	สัดส่วนต้นทุนการ ขนส่งต่อยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยการ จัดส่งสินค้า	อัตราความสามารถ ในการจัดส่งสินค้า แผนกขนส่ง
กิจกรรมที่ 9 (ILPI9) โลจิส ติกส์ย้อนกลับ	สัดส่วนมูลค่าสินค้าที่ ถูกตีกลับต่อยอดขาย	ระยะเวลาเฉลี่ยของ การรับสินค้าคืนกลับ จากลูกค้า	อัตราการถูกตีกลับ ของสินค้า

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานด้านโลจิสติกส์

ประสิทธิภาพในการทำงานของโลจิสติกส์ (Logistics Competencies) คือ ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการทำงานของโลจิสติกส์ โดยกระบวนการวางแผนและควบคุมขั้นตอนในการทำงาน นำส่งสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้อย่างถูกต้อง และการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและการลดต้นทุนภายในองค์กร ให้ต่ำที่สุด และอยู่ในมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้นั้น ขอบข่ายการทำงานของโลจิสติกส์ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การขนส่ง การบริการลูกค้า การกระจายสินค้า การจัดการสินค้าคงคลังระบบการผลิต การจัดการวัตถุดิบ จัดการคลังสินค้า และการจัดการผู้จัดส่งวัตถุดิบ ซึ่งการทำงานแต่กิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป โดยที่ประสิทธิภาพในการทำงานย่อมส่งผลต่อผู้ใช้บริการในแต่ละด้านโดยตรง เนื่องจากผู้ใช้บริการนั้น จะต้องมั่นใจว่าองค์กรที่ใช้บริการนั้นมีประสิทธิภาพในการให้บริการ มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีการบริหารงานภายในองค์กรที่เป็นระบบและมีมาตรฐานในการให้บริการ มีกระบวนการขนส่งที่แม่นยำตรงตามระยะเวลาที่กำหนด มีการใช้เทคโนโลยี ในกระบวนการทำงานซึ่งจะทำให้ลูกค้าตรวจสอบสถานะสินค้าในขณะที่อยู่ในสถานที่ใด (Real time) และถึงมือผู้รับหรือยัง โดย 10 ประเด็นหลัก ๆ ของความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ (Matwiejczuk, 2013)

1. การวางแผนตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยกัน การจัดส่งสินค้า ระบบการผลิต การจัดซื้อ และวางแผนต่างๆ โดยเมื่อมีการผลิตเกิดขึ้นในกระบวนการผู้จัดซื้อจะดำเนินการจะต้องมีการจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับการนำไปแปรรูปเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งถ้าต้นทุนที่เกิดขึ้นนั้นในการผลิตต่ำ แค่นั้นภาพนั้นยังเป็นที่น่าพอใจกับลูกค้า โดยประสิทธิภาพในการผลิตนั้นยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท การที่จะทำให้การบริหารจัดการโลจิสติกส์นั้นสำเร็จนั้น ข้อมูลสารสนเทศจะต้องมีเทคโนโลยีที่เหมาะสมและต้องประสิทธิภาพ (Logisticsconer, 2552)

2. การบูรณาการควบคุมผู้ผลิต หมายถึง การจัดการโซ่อุปทานของผู้ให้บริการขนส่งแต่ละรายที่มีความสำคัญแตกต่างกัน เนื่องจากปริมาณความต้องการ ความถี่ของความต้องการ มูลค่าของวัสดุ และสภาพการณ์ทางการตลาดของวัสดุที่มีความแตกต่างกัน โดยการบริหารงานผู้ให้บริการขนส่งในแต่ละรายจำเป็นต้องมีความแตกต่างกันไป เพื่อประโยชน์อันสูงสุดในการส่งมอบสินค้าและบริการให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นั้น ๆ (ธัญญา วสุศรี, 2554)

3. การบริหารการกระจายสินค้า เป็นการบริหารหลัก ๆ ที่องค์กร หรือ ภาคเอกชนขนาดใหญ่ ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการรวบรวมองค์กรหรือพนักงานเข้าด้วยกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กรที่จะช่วยกันทำงานเป็นทีม โดยเทคโนโลยี การนำความรู้ และความสามารถ ของแต่ละคน หรือแต่ละองค์กรที่มีมาใช้ในการบริหารการกระจายสินค้า (ภพธร พิพัชรตนะ, 2554)

4. การบูรณาการกับผู้บริโภค โลจิสติกส์เป็นธุรกิจที่บริการที่ต้องใช้การบริหารงานที่ดี หรือ มีกระบวนการทำงานที่เพอร์เฟกต์ถึงจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภค จึงต้องมีการบูรณาการกับผู้บริโภค หรือการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ ๆ

5. การบูรณาการภายในองค์กร หมายถึง การทำงานร่วมกันเป็นทีมโดยให้แต่ละแผนกและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกัน ประสานงานร่วมกันภายในองค์กร โดยอาจเป็นการประยุกต์ใช้กับฐานข้อมูลต่าง ๆ เช่น การใช้ระบบการสั่งซื้อหรือ CRM รวมการควบคุมสินค้าคงคลัง หรือ รวมกับฐานข้อมูลของลูกค้า เป็นต้น

6. การทำงานด้วยความโปร่งใส หมายถึง การทำให้เกิดความถูกต้อง ยุติธรรม ในการปฏิบัติงาน และสามารถตรวจสอบได้ รวมถึงความตั้งใจที่จะทำงานให้ถูกต้อง โปร่งใส และซื่อสัตย์ ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างความโปร่งใสให้เป็นรูปธรรม เพื่อการยอมรับและเชื่อถือจากผู้ที่มาใช้บริการ (บุษยมาศ แสงเงิน, 2556)

7. การยืดหยุ่นในการทำงาน คือ ความสามารถด้านอื่น ๆ ที่นำมาใช้ได้กับองค์กรในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้พนักงานนั้นเกิดความรู้สึกว่าองค์กรของเขานั้นไม่ได้เคร่งครัดจนเกินไป และมีช่องว่างพอที่จะให้พนักงานไม่ตึงเครียดเกินไป

8. กระบวนการขนส่ง คือ การเคลื่อนย้าย สิ่งของ คน หรือสัตว์ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยอาจจะเป็นการขนส่งทางอากาศ ทางบก ทางน้ำ เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องพิจารณาโครงข่ายการขนส่งที่เหมาะสมที่จะใช้ อาทิเช่น เส้นทางการบิน ถนน รวมไปถึงสถานีขนส่งต่าง ๆ เช่น ท่ารถ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ให้เหมาะสมกับสินค้าและการเคลื่อนย้ายสิ่งของในองค์กร (นระ คมนามลู, 2550)

9. การบริหารจัดการสินค้า คือ ห่วงโซ่คุณค่าหลายชั้น (Multi-Tiered Value Chain) งานร่วมกับ Subcontractors หรือ Suppliers ที่ต้องมีการร่วมมือกันในด้านข้อมูลและการจัดการคำสั่งซื้อ เพื่อลดระยะเวลา Inbound Order หรือการคำสั่งซื้อที่สามารถตอบได้ทันที ซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ขายสำหรับการตอบรับคำสั่งซื้อที่จะมีการเกินกำลังในการผลิตและการส่งมอบสินค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ระบบจะทำการประมวลผลและส่งข้อมูลแบบ Real Time สำหรับการเปิดใบสั่งซื้อ โดยที่ข้อมูลการสั่งซื้อจะเชื่อมต่อกับข้อมูลของ Subcontractors และ Suppliers (บุรณศักดิ์ มาดหมาย, 2554)

10. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี (Information System) หมายถึง ระบบที่ประกอบด้วย ระบบเครือข่าย ฐานข้อมูล ซอฟต์แวร์ และระบบคอมพิวเตอร์ทั้งฮาร์ดแวร์ ที่พนักงานที่เกี่ยวข้อง หรือ ผู้พัฒนา ผู้ใช้ และผู้เชี่ยวชาญ จะใช้ทำงานร่วมกัน เพื่อจัดเก็บ ประมวลผล ของข้อมูล เพื่อสร้างสารสนเทศ และทำให้เกิดผลลัพธ์ในการใช้ เพื่อช่วยในการสนับสนุนการติดตามผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ การควบคุม ทำงาน การบริหาร การวางแผน และการตัดสินใจขององค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่เหมาะสมกับภารกิจหรืองานในแต่ละองค์กรและประเภทของด้านระบบสารสนเทศ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจให้บริการ (Decision Making in Services)

นักวิชาการได้ให้คำจำกัดความแตกต่างกันออกไป มีดังนี้

Barnard (n.d) ได้พูดถึงความหมายไว้ว่า ในการตัดสินใจนั้นมีเทคนิคและวิธีที่ช่วยลดทางเลือกลงให้เหลือเพียงทางเลือกเดียว หรือน้อยที่สุด

Simon (n.d) ได้พูดถึงความหมายเอาไว้ว่า ในการตัดสินใจเป็นกระบวนการในการเลือกหาโอกาสที่ตัดสินใจหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ โดยเลือกจากงานต่าง ๆ

Moody (n.d) ได้กล่าวถึงความหมายไว้ว่า ในการตัดสินใจนั้นเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเมื่อไม่มีเวลาที่หาข้อมูล ข้อเท็จจริง และปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใช้เวลาในการตัดสินใจควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางของการแก้ไขจะมีการเปลี่ยนแปลงจะเกิดการแก้ไขไปตามการรวบรวมหาข้อเท็จจริงนั้นซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่าย และการใช้เวลา

Gibson&lvancevich (1979) ได้กล่าวความหมายการตัดสินใจเอาไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์กรของระดับผู้บริหารที่จะต้องกระทำโดยอยู่ในพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างในองค์กร และพฤติกรรมบุคคล กับกลุ่มในองค์กรนั้น

Jones (1984) ได้กล่าวความหมายการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการที่จะใช้แก้ไข ปัญหาขององค์กรโดยค้นหาทางเลือก และเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อที่จะให้เกิดการบรรลุเป้าที่สูงที่สุดขององค์กรได้กำหนดไว้แล้ว

วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า ในการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องที่เสี่ยงได้ยาก และการจัดการเหล่านั้น ในการตัดสินใจถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการปฏิบัติงานทุก ๆ ขั้นตอนทุก ๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ชอบคอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีรูปแบบลักษณะที่เป็นกระบวนการองค์ประกอบของขั้นตอนต่าง ๆ ที่มีความต่อเนื่องกันไป

บุษกร คำคง (2542) ได้พูดกล่าวเอาไว้ว่า ในการตัดสินใจนั้นต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานประกอบเรื่องที่กำลังพิจารณาตัดสินใจนั้น โดยความรู้พื้นฐานบวกกับข้อสรุปที่ยอมรับ นำมาใช้ผสมผสานกับการสรุปข้อมูลอ้างอิงนำไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจน แสดงแนวทาง เพื่อนำไปสู่ในการใช้ตัดสินใจ

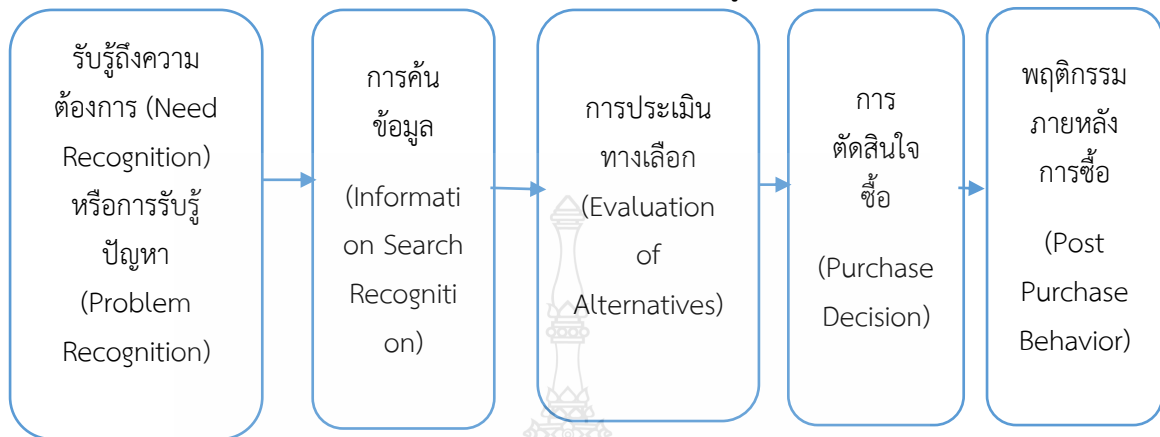
Johnston (2013) กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภคเป็นขั้นตอนก่อนที่ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการนั้น ๆ ผู้ให้บริการจะต้องทำความเข้าใจถึงขั้นตอนในการตัดสินใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ซึ่งในการตัดสินใจหรือไม่แต่เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากสำหรับผู้ให้บริการด้านนี้ และช่วยให้องค์กรสามารถที่จะปรับกลยุทธ์ในการขายได้ตามกระบวนการตัดสินใจซึ่งผู้บริโภคได้ด้วย

วณะ ภูพานี (2555) ในการตัดสินใจที่ซื้อของผู้บริโภคคือเลือกตามผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างอื่นโดยจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งในระดับในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่นิยมมีอยู่ 3 ระดับด้วยกันคือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่มีความจำกัด และในการตัดสินใจที่มีอย่างกว้างขวาง

กระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค สามารถที่จะพิจารณาตามรูปแบบขั้นตอนต่าง ๆ ได้ 5 ขั้นตอนโดยจะเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะซื้อสินค้าจริงนั้นจริง

เหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ และสรุปขั้นตอนที่สำคัญ (Kotler & Keller 2006, p. 181) ตามภาพแสดงให้เห็นถึงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

แสดงโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) รับรู้ถึงพฤติกรรมในการซื้อที่มีจุดมาจากการเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคนั้นมีความต้องการที่จะซื้อหรือได้รับการกระตุ้นจากสิ่งรอบข้าง อาทิเช่น สื่อสิ่งโฆษณาที่จูงใจ หรือจากคำบอกของคนรอบข้างที่ใช้ในสินค้านั้น หรือมาจากภายใน เช่น ความรู้สึกต้องการ และความต้องการพื้นฐาน (Kotler & Keller 2006, p. 181)

ขั้นตอนที่ 2 การสืบค้นหาข้อมูล (Information Search) โดยที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วสืบค้นหาข้อมูล โดยได้ศึกษาหาข้อมูลของสินค้านั้นๆ เป็นขั้นตอนที่เกิดมาทั้งกระบวนการในการหาข้อมูลนี้ อาจจะไม่เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้านั้น ๆ อย่างมาก และสามารถที่จะซื้อสินค้าได้ทันที การแสวงหาข้อมูลอาจจะไม่มีเวลาเมื่อผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้านั้นทันที แต่ถ้าหากมีความต้องการตามธรรมชาติแล้ว และไม่อาจจะเลือกซื้อได้ทันที การแสวงหาข้อมูลจะเกิดขึ้นได้ทันทีในกระบวนการของกันตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller 2006, p. 181)

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือกก่อนในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคได้แสวงหาข้อมูล และหลังจากนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นแล้วจะประเมินทางเลือกในการเลือกซื้อ หมายถึงผู้บริโภคต้องตัดสินใจว่าจะเลือกซื้อยี่ห้ออะไร หรือจะซื้อสินค้าอะไร ผู้บริโภคแต่ละคนมีแนวทางการตัดสินใจต่างกันขึ้นอยู่กับว่าสถานการณ์ในการตัดสินใจและเลือกแนวทางที่มีอยู่แล้ว โดยนักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธี และผู้บริโภคจะใช้ในการประเมินผลทางเลือกประกอบกระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่าย และไม่ใช้กระบวนการเดียวที่ใช้ได้กับผู้บริโภคทั้งหมดทุกคน และไม่ใช่ว่าของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งนั้นในทุกสถานการณ์การซื้อ แนวความคิดพื้นฐานจะช่วยเหลือในการประเมินพฤติกรรมผู้บริโภคมีหลายประการ(Kotler & Keller 2006, p. 181)

1. คุณสมบัติผลิตภัณฑ์(Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับคือการพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถเพียงใด

2. ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การพิจารณาที่มีความสำคัญของคุณสมบัติสินค้าเป็นหลักที่มีความโดดเด่นของประเภทสินค้านั้นความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับประเภทของสินค้านั้นอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3. ความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้า (Brand Image) ก็คือ ในการพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า โดยที่ผู้บริโภคได้เคยพบเจอและรับรู้จากประสบการณ์นั้นในอดีต

4. ความพึงพอใจ (Utility Function) หมายถึง การประเมินว่ามีความพึงพอใจต่อสินค้าแต่และตราของสินค้ามากแค่ไหน ถ้าหากคุณสมบัติของสินค้ามาเปรียบเทียบกับความพึงพอใจกับสิ่งที่ได้รับจากคุณสมบัติของแต่ละสินค้านั้นก็จะสามารถประเมินวิธีการเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น

5. กระบวนการในการประเมิน มีวิธีนี้เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งนำเอาปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการตัดสินใจ อย่างเช่น ความพอใจ ความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้า คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนนเพื่อหาผลสรุปว่า ตราสินค้าใดได้เพื่อที่จะหาผลสรุป ของตราสินค้าให้ได้ว่าได้รับคะแนนจากประเมินมากที่สุดก่อนจะตัดสินใจที่จะต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว ในขั้นตอนต่อไปคือ การพิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) การที่ผู้บริโภคสามารถประเมิน และเลือกสินค้าหรือตราสินค้าได้แล้ว ไม่ได้หมายความว่า จะเกิดการซื้อเฉพาะปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการเลือกบริโภคสินค้านั้น ๆ ได้อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพึงพอใจหรือไม่ก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้า ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีแนะนำให้ผู้บริโภครายใหม่ได้ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็จะยกเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้น้อยลงตามไปด้วย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2526 อ้างใน ปิยะนุช เหลืองงาม 2552 ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท

1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญคือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจน่าจะเป็นหรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็นหรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับพิจารณาของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีนี้ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใด ๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่ามีปัญหานั้น ๆ น่าจะเป็นหรือควรจะตัดสินใจอย่างไรจึงจะดีที่สุดถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทฤษฎีของบุคคลอื่นที่มีมาตรฐานความพอใจที่แตกต่างกันอาจจะเห็นว่ามันเหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง

2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับที่จะทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่มีการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหา จะต้องกระทำอย่างไรถึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้นจะเป็นที่ชื่นชอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตามหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้อาจจะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใดหรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผลมีความถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้น จึงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการที่แน่นอนตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่าง ๆ เข้ามาช่วยเหลือในการตัดสินใจด้วยเพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้นมีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด ดังนั้นกล่าวได้ว่าการตัดสินใจคือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ทรัพยากรและบุคคลสามารถนำไปปฏิบัติ และทำให้งานบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่ง และอำนาจที่เป็นทางการคือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทของผู้จัดการทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการอธิบายว่า การตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งแต่ละองค์ประกอบสัมพันธ์ซึ่งกัน และกัน คือ องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ 2 วิธี คือ

1. จากประสบการณ์ทางตรงหมายถึง ผู้รับบริการได้ใช้อยู่สัมผัสของตนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นโดยตรง เช่น ได้เห็น ได้ยิน ได้ชม และได้สัมผัสด้วยตัวเองแล้วเกิดการรับรู้ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นพอเพียงใด เป็นต้น

2. จากประสบการณ์ทางอ้อมหมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่าของผู้อื่นจากสื่อมวลชนหรือ จากสิ่งพิมพ์โฆษณาและทำให้เกิดการรับรู้สิ่งนั้นกับความต้องการของตนหรือให้ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

ข้อมูลข่าวสารที่ทำหน้าที่เป็นสิ่งที่เร้าหรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้านั้นเกิดเจตคติหรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นในการบริการ

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้าทำให้ผู้รับบริการนึกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการทั้งในด้านรสชาติ รูปร่าง สี ขนาด ความทนทาน การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ และคุณภาพของบริการ

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้าเป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือชอบมากน้อยเพียงใดหรือเป็นความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์ การบริการ และความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และเกิดจากกรณีนี้ถึงเครื่องหมายการค้า นั้น เป็นมาอย่างไรหากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวกนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางบวกความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นจะเกิดตามมา ในทางตรงกัน

ข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมายการค้าในทางลบเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า จะมีอิทธิพลความมุ่งมั่นซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ และบริการเป็นการประเมิน การตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์ บริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ความเชื่อมั่นเกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้าที่ร่วมกัน

อิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ และบริการจะต้องมีความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้หมายถึง การตัดสินใจใช้ด้วยการวางแผนการใช้เช่น จะใช้รุ่นไหน สีอะไร ใช้เมื่อไหร่จะติดต่อการซื้อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการแล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

กระบวนการตัดสินใจ(Process of Decision Making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนการตัดสินใจตั้งแต่ตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นตอนกระบวนการดังกล่าวเป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อตัดสินใจขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลากหลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ (Plunkerr&Attner ,1994,p.162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน (กุลขลิ ไชยนันตา,2539,p.135-139)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับทางตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และมีการคำนวณค่าของ (Partial R²) เพื่อประมาณขนาดตัวอย่างโดยใช้ซอฟต์แวร์ (G * Power) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างขึ้นด้วยสูตรของ Cohen (1977) และได้ผ่านการตรวจสอบและรับรองโดยนักวิจัยหลายคน เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างให้ถูกต้อง และทันสมัย (Howell, 2010 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) จากการประเมินตัวอย่างที่มีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.25 ความน่าจะเป็นความคลาดเคลื่อนในการทดสอบหนึ่งประเภท (α) เท่ากับ 0.05 จำนวนของตัวแปรทำนายที่เท่ากับ 4 ตัวแปรอิสระ กำลังทดสอบ (1- β) เท่ากับ 0.95 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดกลุ่ม 129 คน และได้เก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 150 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ

และปัจจัยด้านชื่อเสียง ส่วนปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ณามาศ ประยงค์ (2555) การปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและกระจายสินค้า ของ บริษัท ซี-โปร โลจิสติกส์ แอนด์ ดิสทริบิวชัน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการขนส่งและกระจายสินค้าทั่วทุกภูมิภาค และปัจจุบันมีลูกค้า ที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง การบริการการขนส่งของบริษัทจึงไม่เพียงพอกับความต้องการของ ลูกค้าทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาส จึงมีการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าโดย คำนวณความต้องการการให้บริการจากลูกค้า โดยการลดต้นทุนค่าเสียโอกาสในการให้บริการที่เกิดจาก จำนวนรถไม่พอต่อการขนส่งและให้บริการได้ไม่เต็มที่ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทำงานบริษัทจึงต้องหา ทำงานแก้ไขโดยการซื้อรถยนต์เพื่อการขนส่งเพิ่มขึ้น และสร้างแรงจูงใจในการลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นขนส่ง สินค้า และปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพในการซ่อมบำรุงรถ เพื่อลดต้นทุนค่าเสียโอกาสในการขายได้

ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่องความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เปรียบเทียบความต่างในการใช้บริการของลูกค้าไทยและต่างชาติ ที่มีต่อความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์และหาผลกระทบของความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการของคนไทยและต่างชาติที่ใช้บริการบริษัท (Fedex) และ (DHL) ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็น กลุ่มเพศชายและเพศหญิงอายุ 18 ถึง 55 ปีที่มายุใช้บริการขนส่งของบริษัท (DHL) และบริษัท (Fedex) ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 ชุดซึ่งแบ่งออกเป็นตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มคือ บริษัท (dhl) และบริษัท (Fedex) 1. จากการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัยการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยการวางตำแหน่งและการบูรณาการกับการจัดการโลจิสติกส์ไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ 2. จากการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัยการทำงานด้านความโปร่งใส ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยการทำงานด้วยความโปร่งใสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จะเห็นว่าการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบผู้บริโภคของบริษัท บริษัทยังมีการปลูกฝังให้พนักงานจริยธรรมในการทำงานด้วยความสุจริต เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกดีและประทับใจในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พร้อมทั้งยังได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้ตัดสินใจใช้บริการอีกด้วย 3. การบูรณาการภายในส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคจากการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยการบูรณาการภายใน ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคการบูรณาการภายในนั้นเป็นการทำงานแบบเป็นทีม โดยให้แต่ละแผนกนั้นประสานงานการภายในบริษัท โดยมีความเข้าใจหน้าที่ของตนเอง โดยองค์กรให้ผู้ตัดสินใจให้ ผู้ใช้บริการแสดงความเห็นในการดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรทำงานให้ดียิ่งขึ้น 4. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยการที่เทคโนโลยีพัฒนาเพิ่มยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ สามารถทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้นเนื่องจากจะทำให้มีช่องทางขนส่งทางอื่น ให้ผู้บริโภคใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคหันไปใช้ระบบการทำงานอื่นที่รวดเร็วกว่า 5.ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยปัจจุบันบริษัท (fedex) และ (DHL) มีการให้บริการรับคืนสินค้าใน

กรณีต่าง ๆ รวมถึงการออนไลน์ให้ผู้อื่นมารับสินค้าแทนหรือแม้กระทั่งให้บริการแก่ผู้บริโภคนอกสถานที่ ส่งผลต่อผู้ตัดสินใจใช้บริการโดยผู้ใช้บริการรู้สึกสะดวกต่อการเข้ารับบริการ พร้อมทั้งยังกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอด้วยความพึงพอใจ

ณิชนน สารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่ง ในจังหวัดขอนแก่น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่ง ในจังหวัดขอนแก่น วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการค้าส่งศูนย์การค้าส่งประตูน้ำขอนแก่นและศูนย์การค้าส่งอู่ฟู่จำนวน 291 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก โดยวิธีการหมุนแกนออร์โธโกนอลแบบวาร์แมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) ผลการวิจัยพบว่า สภาพการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ค้าส่ง เป็นประเภทธุรกิจส่วนตัวซึ่งเป็นของเล่นของใช้ มีการจัดส่งสินค้า 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการส่งสินค้า 14.00-17.00 น. ใช้บริการขนส่ง Kerry มีค่าใช้จ่ายประมาณอยู่ที่ ไม่เกิน 1,000 บาท/ครั้ง เป็นปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้าตามเวลา รองลงมาเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องความมีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องการตรวจสอบรายการส่งสินค้าถึงจุดหมายปลายทางได้ตลอดระยะทาง

ณิชาภัทร บัวแก้ว (2561) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคอรี่เอ็กซ์เพรสและไปรษณีย์ไทย (2) เปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังและคุณภาพที่ได้รับ (3) คุณภาพที่ได้รับต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ (4) ประสิทธิภาพที่ได้รับต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ใช้บริการเคอรี่เอ็กซ์เพรสและไปรษณีย์ไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ (Independent Sample t-test, One-way ANOVA) และการทดสอบสถิติ (Multiple Regression Analysis)

ธนกร เหมือนใจ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยของผู้ประกอบการธุรกิจและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก 2) กิจกรรมทางโลจิสติกส์ในกระบวนการขนส่งสินค้าไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก 3) ปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพกระบวนการขนส่งสินค้าไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายกจำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย (Independent Samples t-test, One-Way ANOVA) และ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยของผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านประสบการณ์ทำงานและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อประสิทธิภาพกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ 2) กิจกรรมทางโลจิสติกส์ด้านการให้บริการแก่ลูกค้าการขนส่ง การบริหารสินค้าคงคลัง และโลจิสติกส์ย้อนกลับมีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในด้านการบริหารต้นทุนและ 3) กิจกรรมทางโลจิสติกส์ด้านการให้บริการแก่ลูกค้า การขนส่งการเลือกสถานที่ตั้งของธุรกิจและคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการเครื่องใช้ การบรรจุหีบห่อ และโลจิสติกส์ย้อนกลับมีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายกในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ธิดารัตน์ บุญมาก (2553) ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ได้กล่าวว่า เนื่องจากการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจสูงประกอบกับวิกฤติ เศรษฐกิจเมื่อปี 2551 ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั่วโลก และจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตและการขนส่งเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ธุรกิจผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีส่วนแบ่ง การตลาดสูงไม่น้อยไปกว่าธุรกิจอื่น และเนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีความต้องการสินค้าเป็นจำนวนมาก ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจึงจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการจัดการด้านคุณภาพ บริการ และต้นทุน ซึ่งหากขาดการจัดการและความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ ภายในองค์กรและระหว่างองค์กรจะส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าจากโรงงานไปยังลูกค้าสูงขึ้นจากที่ควรจะเป็น นอกจากนี้อาจเกิดปัญหาในการส่งมอบสินค้าล่าช้าและเกิดความผิดพลาดทำให้ ลูกค้าไม่พอใจต่อการให้บริการซึ่งจะส่งผลให้เสียลูกค้าได้ในอนาคต

นาฎยา โพธิมากุล และอรไท ชั่วเจริญ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 68.0 มี ช่วงอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี และส่วนมากเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ประเภทธุรกิจที่เลือกซื้อสินค้าเป็นสินค้าประเภท แฟชั่น เครื่องแต่งกายและ สุขภาพ ความงาม โดยใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส มากกว่า บริษัท ไปรษณีย์ไทยอยู่ที่ร้อยละ 59.3 นอกจากนี้ยัง ใช้บริการบริษัทขนส่ง น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน ซึ่งมี เหตุผลในการเลือกจัดส่งพัสดุกับ บริษัทขนส่งสินค้าที่มีขั้นตอนในการให้บริการและจัดส่งพัสดุรวดเร็วคิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มี ระดับความคิดเห็นด้วยมากเป็นอันดับแรก ในระดับ $\bar{x} = 4.19$, $SD = 0.66$

เบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ราคา และลักษณะองค์กร ผู้ให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบความตรงของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์ค โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.940 ส่วนวิธีการทางสถิติ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า การบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ราคาและลักษณะองค์กรผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95 %

พชรพร เศรษฐยานนท์ (2554) ได้กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของร้านดอกไม้เนื่องจากกิจการร้านดอกไม้เป็นกิจการที่สร้างกำไรให้แก่ผู้ประกอบการสูงจึงทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น และด้วยที่ดอกไม้มีระยะเวลาของความสดผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีระบบขนส่งและการจัดเก็บที่ดีให้คงสภาพสดใหม่เพื่อสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งจึงต้องมีการวางแผนการการขนส่งดอกไม้เพราะถ้าดอกไม้ได้รับความเสียหายจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทางด้านต้นทุนอย่างมากซึ่งจะเกี่ยวโยงไปถึงผลกำไรของกิจการ การจัดการด้านโลจิสติกส์จึงช่วยส่งเสริมกิจการร้านดอกไม้เป็นอย่างมากในการกระจายดอกไม้ไปยังลูกค้าและร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มความรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

มัลลิกา โตอนันต์ สุรภา ไถ่บ้านกวย (2562) ศึกษาประสิทธิภาพการขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนนทบุรีและ (2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการขนส่ง ของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงานศูนย์ กระจายสินค้า ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 2,100 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 336 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการเพิ่มอัตราการตอบกลับ และลดความคลาดเคลื่อนของผลการวิจัย กรณีที่มีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ จึงได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ การ ทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธี LSD โดยใช้ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.25 มี อายุ 21-30 ปี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61 มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 373 คน คิดเป็น ร้อย ละ 93.25 และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 2-5 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52 จาก วัตถุประสงค์พบว่า (1) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย

เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 3.95$) รองลงมาคือ ด้านความแน่นอนเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 3.94$) ด้านความรวดเร็ว ($\bar{x} = 3.91$) ด้านความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 3.88$) และด้าน การประหยัด ($\bar{x} = 3.83$) ตามลำดับ และ (2) ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพ การขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุและระยะเวลา ในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งที่แตกต่างกันในด้านความเร็ว ความปลอดภัย

ศรินทร์ ญาณปรีชา (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า บริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า บริษัท แพลซเอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัท แพลซเอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการวิเคราะห์สมการถดถอยที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ความถี่ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่เลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า 2) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\beta=0.332$) และด้านการรูปจักษ์และเข้าใจลูกค้า ($\beta=0.253$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิลป์ชัย อุณอรุณ (2554) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพการขนส่งทางบกกรณีศึกษา บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อประเมินระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพการขนส่งทางบกของ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าที่มีต่อประสิทธิภาพการขนส่งทางบกของ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 66.25 ใช้บริการประเภทการขนส่งคือขนส่งสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 30 ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกระหว่าง 4-5 ปีคิดเป็นร้อยละ 32 เป็นกิจการประเภท บริษัท คิดเป็นร้อยละ 52.25 ทำงานตำแหน่งพนักงานทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 60 อยู่ฝ่ายสต็อกสินค้าจัดส่งคิดเป็นร้อยละ 59.50 2) ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการขนส่งทางบกด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการด้านการติดต่อสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ต่อปัจจัยในการปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าด้านสะางด้านสะวกด้านสะอาดด้านสุขลักษณะ ด้านสร้างนิสัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 4) ด้านประสิทธิภาพการขนส่งทางบกด้านการลดต้นทุนกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ากิจการในรอบปีที่ผ่านมาการลดต้นทุนการขนส่งที่เกิดจากการใช้บริการกับ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ลดลง 5-6% และด้านการลดต้นทุนส่วนใหญ่มีการขนส่งสินค้าสินค้าภายใน เวลาที่กำหนดสำหรับการทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณภาพในการให้บริการด้านความสามารถด้านการ เข้าถึงบริการด้านการติดต่อสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพการขนส่งทางบกด้านการลดต้นทุนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัย คุณภาพในการให้บริการด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการด้านการติดต่อสื่อสารด้านความ น่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการขนส่งทางบกด้านความรวดเร็วใน การขนส่งสินค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวันนี้เพื่อมุ่งเน้นที่จะศึกษาสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เป็นการใช้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ Quantitative research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการกำหนดแนวทางในการวิจัยโดยขั้นตอนในการวิจัยและมีวิธีจัดระเบียบวินัยในด้านการกำหนดประชากรการกลุ่มกลุ่มตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดทำและการวิเคราะห์และวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability sampling) โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้ (Cooper & Emory, 1995, p.215)

$$\text{สูตร } n = \frac{z^2pq}{E^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p คือ ค่าประมาณความน่าจะเป็นของประชากร (0.50)

q คือ ค่าประมาณสิ่งที่ไม่อยู่ในความสนใจ (1- p)

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05 หรือ 5%)

Z คือ ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น (95% เท่ากับ 1.96)

แทนค่าแต่ละตัวแปรในสมการ

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$$
$$= 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (สุนทรี เจริญสุข, 2555) ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้เจาะจงเก็บข้อมูลกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการขนส่งของบริษัท บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และเพื่อให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ จึงต้องใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400

ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกต่อการวิเคราะห์และประมวลผลและเพื่อป้องกัน แบบสอบถามสูญหายจึงเก็บตัวอย่างเพิ่ม 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9% ของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจาก แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed ended question) ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับการประเมินสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี โดยแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นและระดับการตัดสินใจต่าง ๆ การประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธี (Likert Scale) (ชนิกรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์, 2557)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยสุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี โดยลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นและระดับการตัดสินใจต่าง ๆ การประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธี (Likert Scale)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยสุด

เกณฑ์ในการประเมินจากค่าเฉลี่ยของผลลัพธ์ในแบบสอบถามแบบ (Likert Scale)

5 ระดับ

ค่าเฉลี่ย 4.50 -5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยสุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเรื่องสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการ ความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามและสะดวกในการเข้าเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลบริเวณหน้าสาขาของกรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ในช่วงระยะเวลา 08.00-17.00 น.

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ความถูกต้องในเนื้อหาเครื่องมือ นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้สมบูรณ์

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ นำแบบสอบถามไปสอบถามบุคคลที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) ค่าความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงสามารถใช้ได้ สามารถคำนวณได้จากสมการ ดังต่อไปนี้

$$\text{Cronbach } \alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(I - \frac{\sum_i^k I S_i^2}{\sum_p^2} \right)$$

เมื่อ

k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของข้อ i

$\sum_p^2$ คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

อธิบายค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

คำอธิบาย

$$\alpha \geq 0.9$$

ดีมาก

$$0.7 \leq \alpha < 0.9$$

ดี

$$0.6 \leq \alpha < 0.7$$

ยอมรับได้

$$0.5 \leq \alpha < 0.6$$

พอใช้

$$\alpha < 0.5$$

ยอมรับได้

3. สร้างแบบสอบถามฉบับจริงที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าสถิติด้วยระบบคอมพิวเตอร์แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายและสมมติฐาน ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. การลงรหัส (Coding) หลังตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์แล้วตรวจสอบความถูกต้องของรหัสอีกครั้งก่อนประมวลผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เป็นสถิติใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความแตกต่าง ของตัวแปร โดยสถิติ ดังนี้

2.1 ใช้สถิติ (Independent - Sample t-test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% ($\alpha = 0.05$)

2.2 ใช้สถิติ (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% ($\alpha = 0.05$) และเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference)

2.3 ทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ของสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง ในเขตพื้นที่อำเภอบางพลี

3. ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) อธิบายสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ประเด็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยผู้วิจัยกำหนดการแปลความหมายของน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วง ดังนี้

- 4.50 - 5.00 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
 3.50 - 4.49 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
 2.50 - 3.49 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
 1.50 - 2.49 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
 1.00 - 1.49 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยสุด

4. ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

5. การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha) หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น การหาค่าความเชื่อมั่นสามารถหาได้จากสมการ ดังนี้

$$\text{Cronbach } \alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(I - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_p^2} \right)$$

- เมื่อ k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 S_i^2 คือ ความแปรปรวนของข้อ i
 S_p^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ซึ่งสามารถหาค่าความเชื่อมั่นได้ โดยแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมที่ 0.789 ซึ่งแสดงถึงความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในเกณฑ์ที่ดี

(Reliability Statistics)

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	30

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสมรรถนะในการทำงานและ ยกระดับการใช้บริการของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลีและเพื่อศึกษาหาแนวทางการประเมินสมรรถนะในการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้สูตรในการคำนวณของ (Cooper & Emory, 1995, p.215) และใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (สุนทรี เจริญสุข, 2555) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกต่อการวิเคราะห์และประมวลผลและเพื่อป้องกันแบบสอบถามสูญหายจำนวนตัวอย่างที่เก็บเพิ่ม มี 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.75% ของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ไว้ในการแปลความหมาย ดังนี้

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
N	แทน	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน (F-test)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หุคูณ
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
*	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ส่วนพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Percentage)

ตารางที่ 4. 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	204	51.0
หญิง	196	49.0
รวม	400	100.0
2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	30	7.5
18 – 25 ปี	151	37.8
26 – 35 ปี	85	21.3
36 – 45 ปี	70	17.5
46 – 55 ปี	27	6.8
อายุมากกว่า 55 ปี	37	9.3
รวม	400	100.0
3.ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.5
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	225	56.3
ปริญญาโท	63	15.8
สูงกว่าปริญญาโท	58	14.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4. 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	161	40.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	18.8
พนักงานบริษัทเอกชน	107	26.8
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	57	14.3
รวม	400	100.0
5. รายได้		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	150	37.5
15,001 – 25,000 บาท	173	43.3
25,001 – 35,000 บาท	54	13.5
45,000 บาทขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มจำแนกตามข้อมูลลักษณะบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และเพศหญิงจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 41 จากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 25 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคืออายุ 26 – 35 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 อายุ น้อยกว่า 18 ปี จำนวน 30 คนตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมีอายุ 46 – 55 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 58 คน จำนวน 14.5 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3อาชีพ รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ 45,000 บาทขึ้นไปจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 ส่วนพฤติกรรม

ตารางที่ 4. 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะส่วนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
6. ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน		
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	26	6.5
3-4 ครั้งต่อเดือน	73	18.3
5-6 ครั้งต่อเดือน	153	38.3
มากกว่า 10 ครั้ง	148	37.0
รวม	400	100.0
7. จำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน		
1-5 ชิ้น/ครั้ง	125	31.2
6-10 ชิ้น/ครั้ง	81	20.2
11-15 ชิ้น/ครั้ง	134	33.4
มากกว่า 16 ชิ้น/ครั้ง	61	15.2
รวม	400	100.0
8. เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย		
สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ	38	9.5
สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา	39	9.8
สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลากำหนด	82	20.5
สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	156	39.0
พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว	85	21.3
รวม	400	100.0
9. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด		
เพื่อน	143	35.8
พ่อ แม่	112	28.0
ญาติ	53	13.3
พนักงานในการรับบริการ	92	23.0
รวม	400	100.0
10. เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด		
08:01 – 11:00 น.	119	29.8
11:01 – 14:00 น.	103	25.8
14:01 – 17:00 น.	116	29.0
17:01 – 20:00 น.	62	15.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4. 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะส่วนพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
11. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร		
ลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	31	7.8
ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ	109	27.3
ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นชื่อบริษัทอยู่เสมอ	135	33.8
ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงการใช้งาน	125	31.3
รวม	400	100.0
12. ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด		
กล่องเล็ก	83	20.8
กล่องใหญ่	95	23.8
ซองเอกสาร	222	55.5
รวม	400	100.0
13. วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด		
ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	68	17.0
ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	151	37.8
ส่งเอกสาร ต่าง ๆ	100	25.0
ส่งของขวัญ	81	20.3
รวม	400	100.0
14. เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร		
สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	65	16.3
สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	152	38.0
สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	84	21.0
สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	99	24.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลด้านพฤติกรรม พบว่าลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ มากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และอันดับสุดท้าย น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุอยู่ที่ 11-15 ชิ้นต่อครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ 1-5 ชิ้นต่อครั้ง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 จำนวน 6 -10 ชิ้นต่อครั้ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอันดับสุดท้ายคือ มากกว่า 16 ชิ้นต่อครั้ง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่ง ผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทยส่วนใหญ่ สินค้าได้รับการดูแลอย่างดี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลากำหนด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และสะดวกสบายลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายเป็นอันดับสุดท้าย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดคือเพื่อน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ พ่อ แม่ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 พนักงานในการรับบริการ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และสุดท้ายคือญาติ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ซึ่งเวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลา 08:01 – 11:00 จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ 14:01 – 17:00 น. จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 เวลา 11:01 – 14:00 น. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 เวลา และเวลา 17:01 – 20:00 น. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 น. เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนใหญ่พบว่าพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของลูกค้าคือลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นชื่อบริษัทอยู่เสมอ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยคำนึงถึงกระบวนการทำงานด้านโลจิสติกส์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ ๆ บ่อยครั้ง เป็นอันดับสุดท้าย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 โดยมีลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งที่ใช้บ่อยมากที่สุดคือซองเอกสาร จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 กล่องใหญ่ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และกล่องเล็กที่ใช้บ่อยที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีวัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุดคือ ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือส่งเอกสารต่าง ๆ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่งของขวัญ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และอันดับสุดท้ายคือส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางคือ สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และอันดับสุดท้ายสภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

ตารางที่ 4. 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ด้านการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์

การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
บริษัทมีกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ	3.62	1.285	มาก	3
การให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้าและระยะทางในการขนส่งสินค้า	3.52	1.214	มาก	4
บริษัทใส่ใจและดูแลสินค้าให้ถึงมือผู้รับในสภาพสมบูรณ์ครบถ้วน	3.68	1.196	มาก	2
บริษัทมีการจัดส่งสินค้าหลายช่องทาง เช่น จักรยานยนต์ รถกระบะ และรถตู้	4.00	.966	มาก	1
รวม	3.7038	1.050	มาก	

จากตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับด้านการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.7038$, S.D. = 1.050) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุป ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับด้านการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ บริษัทมีการจัดส่งสินค้าหลายช่องทาง เช่น จักรยานยนต์ รถกระบะ และรถตู้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.966) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือบริษัทใส่ใจและดูแลสินค้าให้ถึงมือผู้รับในสภาพสมบูรณ์ครบถ้วน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.196) บริษัทมีกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.285) และอันดับสุดท้ายการให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้าและระยะทางในการขนส่งสินค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.214)

ตารางที่ 4. 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี การทำงานด้วยความโปร่งใส

การทำงานด้วยความโปร่งใส	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ปลูกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมในการทำงาน	3.44	1.397	ปานกลาง	4
การไม่นำข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภคนำไปเปิดเผยหรือขายให้กับ บริษัทอื่นที่จะส่งผลในทางเสื่อมเสียของผู้บริโภค	3.53	1.280	มาก	2
บริษัทมีการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า	3.67	1.195	มาก	1
บริษัทยึดมั่นหลักการทำงานด้วยความสุจริต	3.52	1.330	มาก	3
รวม	3.5400	1.227	มาก	

จากตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการทำงานด้วยความโปร่งใส โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.5400$, S.D. = 1.227) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการทำงานด้วยความโปร่งใส บริษัทมีการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.195) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการไม่นำข้อมูลต่างๆของผู้บริโภคไปเปิดเผยหรือขายให้กับ บริษัทอื่นที่จะส่งผลในทางเสื่อมเสียของผู้บริโภค อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.280) บริษัทยึดมั่นหลักการทำงานด้วยความสุจริต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.330) และอันดับสุดท้ายปลูกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 1.397)

ตารางที่ 4. 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี การบูรณาการภายใน

การบูรณาการภายใน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
การติดตามการส่งบนเว็บไซต์จัดว่าเป็นการจัดกาภายในที่ดี	3.76	1.371	มาก	2
มีการใช้โปรแกรมจัดการระบบ เพื่อความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการทำงาน	3.76	1.185	มาก	1
องค์กรเปิดโอกาสให้ผู้ตัดสินใจใช้บริการสามารถแสดงความเห็นในการที่จะพัฒนาการให้บริการองค์กรให้ดียิ่งขึ้น	3.04	1.488	ปานกลาง	4
การจัดอบรมพนักงานทำให้ท่านรู้สึกถึงความมีคุณภาพในการให้บริการ	3.68	.914	มาก	3
รวม	3.5594	1.028	มาก	

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการบูรณาการภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.5594$, S.D. = 1.028) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการบูรณาการภายใน มีการใช้โปรแกรมจัดการระบบ เพื่อความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.185) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการติดตามการส่งบนเว็บไซต์จัดว่าเป็นการจัดการภายในที่ดี อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.371) การจัดอบรมพนักงานทำให้ท่านรู้สึกถึงควมมีคุณภาพในการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.914) และอันดับสุดท้ายองค์กรเปิดโอกาสให้ผู้ตัดสินใจใช้บริการสามารถแสดงความเห็นในการที่จะพัฒนาการให้บริการองค์กรให้ดียิ่งขึ้น อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 1.488)

ตารางที่ 4. 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี การยืดหยุ่นในการทำงาน

การยืดหยุ่นในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
บริษัทมีการให้บริการรับคืนสินค้าในกรณีสินค้าเสียหายทำให้ท่านรู้สึกลดความเสี่ยงในการใช้บริการ	3.68	.914	มาก	3
สามารถอนุโลมให้ผู้อื่นมารับสินค้าแทนได้โดยมีใบเซ็นมอบอำนาจ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกในการใช้บริการ	3.53	.759	มาก	4
เปิดช่องทางในการสอบถามข้อมูล 24 ชั่วโมงเพื่อสามารถ ตอบสนองความต้องการท่านได้	4.14	.868	มาก	2
บริษัทมีนโยบายให้บริการผู้บริโภคนอกสถานที่ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกต้องการมาใช้บริการ	4.21	.703	มาก	1
รวม	3.8894	.62411	มาก	

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการยืดหยุ่นในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.8894$, S.D. = 0.62411) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการยืดหยุ่นในการทำงาน บริษัทมีนโยบายให้บริการผู้บริโภคนอกสถานที่ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกต้องการมาใช้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.703) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือเปิดช่องทางในการสอบถามข้อมูล 24 ชั่วโมงเพื่อสามารถ ตอบสนองความต้องการท่านได้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.868)

บริษัทมีการให้บริการรับคืนสินค้าในกรณีสินค้าเสียหายทำให้ท่านรู้สึกลดความเสี่ยงในการใช้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.914) และอันดับสุดท้ายสามารถอนุญาตให้ผู้อื่นมารับสินค้าแทนได้โดยมีใบเซ็นมอบอำนาจ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกในการใช้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.759)

ตารางที่ 4. 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี

ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ออนไลน์ 24 ชั่วโมง โดยผ่านระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีของบริษัท	4.22	.584	มาก	1
มีการโฆษณาการให้บริการผ่านสื่อออนไลน์หรือออฟไลน์ต่อลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.98	.684	มาก	2
บริษัทมีการนำความคิดเห็นของลูกค้าจากระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีมาปรับปรุงในการให้บริการ	3.61	1.000	มาก	4
มีการเปิดช่องทางในการให้บริการลูกค้าทั้งในระบบ สารสนเทศและจุดบริการตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้า	3.76	1.047	มาก	3
รวม	3.8900	.72575	มาก	

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.8900$, S.D. = 0.72575) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ออนไลน์ 24 ชั่วโมง โดยผ่านระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีของบริษัท อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.584) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีการโฆษณาการให้บริการผ่านสื่อออนไลน์หรือออฟไลน์ต่อลูกค้าอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.684) มีการเปิดช่องทางในการให้บริการลูกค้าทั้งในระบบ สารสนเทศและจุดบริการตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.047) และอันดับสุดท้ายบริษัทมีการนำความคิดเห็นของลูกค้าจากระบบ

สารสนเทศและเทคโนโลยีมาปรับปรุงในการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.000)

ตารางที่ 4. 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

การตัดสินใจใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
คุณใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย บ่อยแค่ไหน	3.76	1.052	มาก	7
ปริมาณในการขนส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน	3.62	1.082	มาก	11
ก่อนการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ ท่านจะหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.68	1.072	มาก	10
ท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีความต้องการในการนำส่งพัสดุ และเอกสารผ่านทางบริษัทขนส่งอยู่เป็นประจำ	3.84	.863	มาก	4
สามารถส่งมอบพัสดุได้ถูกต้องตามความต้องการ ของผู้มาใช้บริการ	3.76	.893	มาก	6
บริษัทขนส่งพัสดุ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อ การให้บริการแก่ท่าน	3.84	.865	มาก	5
ผู้รับปลายทางได้รับพัสดุ ในสภาพที่สมบูรณ์	3.99	.880	มาก	1
มีการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด	3.91	.832	มาก	2
พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ แต่งกายสุภาพและเป็นมิตร	3.76	1.056	มาก	8
การให้บริการมีการติดต่อประสานงานเพื่อแจ้ง ข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	3.53	1.090	มาก	14
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเหมาะสม	3.46	.858	ปานกลาง	15
สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา	3.55	1.077	มาก	12
ท่านมักใช้บริการบริษัทนำส่งพัสดุที่มีบุคคล ใกล้ชิดเคยใช้ บริการมาก่อนหรือแนะนำท่าน	3.91	1.211	มาก	3
ท่านไม่ลังเลที่จะเลือกบริษัทนำส่งพัสดุที่ท่าน ประเมินแล้วพบว่ามีความดีกว่า	3.75	1.146	มาก	9
ท่านมักจะตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ ต่อไปหากท่านพึงพอใจใน การใช้บริการ	3.54	.822	มาก	13
รวม	3.7258	.69003	มาก	

จากตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขา บางพลี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.7258$, S.D. = 0.69003) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ผู้รับปลายทางได้รับพัสดุ ในสภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.880) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.832) ท่านมักใช้บริการบริษัทนำส่งพัสดุที่มีบุคคลใกล้ชิดเคยใช้ บริการมาก่อนหรือแนะนำท่าน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 1.211) ท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีความต้องการในการนำส่งพัสดุและเอกสารผ่านทางบริษัทขนส่งอยู่เป็นประจำ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.863) บริษัทขนส่งพัสดุ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.865) สามารถส่งมอบพัสดุได้ถูกต้องตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.893) คุณใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย บ่อยแค่ไหน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.052) พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใสสุภาพ แต่งกายสุภาพและเป็นมิตร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.056) ท่านไม่ลังเลที่จะเลือกบริษัทนำส่งพัสดุที่ท่านประเมินแล้ว พบว่ามีคุณภาพที่ดีกว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.146) ก่อนการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ท่านจะหาข้อมูลจากแหล่ง ต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 1.072) ปริมาณในการขนส่งพัสดุน้อยแค่ไหน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.082) สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.077) ท่านมักจะตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ต่อไปหากท่านพึงพอใจ ในการใช้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.822) การให้บริการมีการติดต่อประสานงานเพื่อแจ้งข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.090) และอันดับสุดท้ายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.858)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่าง

H₁: ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H₁) ก็ต่อเมื่อ 2- tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

ตารางที่ 4. 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านเพศ					
เพศ	N	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	204	3.8288	.57433	14.752	.000*
หญิง	196	3.6187	.77991		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านเพศ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₁) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H₀: ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่าง

H₁: ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่อายุต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H₁) ก็ต่อเมื่อ 2- tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

ตารางที่ 4. 12 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านอายุ

อายุ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
น้อยกว่า 18 ปี	30	3.5978	.66930	2.635	.023*
18-25ปี	151	3.6437	.71513		
26 – 35 ปี	85	3.7537	.67322		
36 – 45 ปี	70	3.7048	.69649		
46 – 55 ปี	27	4.1012	.70659		
อายุมากกว่า 55 ปี	37	3.8667	.51664		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามระดับอายุ พบว่า ค่า (Sig. = .023) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4. 13 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามระดับอายุ
(LSD)

อายุ	อายุ	$\bar{X}$	Sig.
น้อยกว่า 18 ปี	18-25ปี	-.04593	.737
	26 – 35 ปี	-.15595	.283
	36 – 45 ปี	-.10698	.473
	46 – 55 ปี	-.50346	.006*
	อายุมากกว่า 55 ปี	-.26889	.110
18-25ปี	น้อยกว่า 18 ปี	.04593	.737
	26 – 35 ปี	-.11002	.236
	36 – 45 ปี	-.06105	.537
	46 – 55 ปี	-.45753	.001*
	อายุมากกว่า 55 ปี	-.22296	.076
26 – 35 ปี	น้อยกว่า 18 ปี	.15595	.283
	18-25ปี	.11002	.236
	36 – 45 ปี	.04896	.657
	46 – 55 ปี	-.34751	.022*
	อายุมากกว่า 55 ปี	-.11294	.402

ตารางที่ 4. 14 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามระดับอายุ (LSD) (ต่อ)

อายุ	อายุ	$\bar{x}$	Sig.
36 – 45 ปี	น้อยกว่า 18 ปี	.10698	.473
	18-25ปี	.06105	.537
	26 – 35 ปี	-.04896	.657
	46 – 55 ปี	-.39647	.011*
	อายุมากกว่า 55 ปี	-.16190	.244
46 – 55 ปี	น้อยกว่า 18 ปี	.50346	.006*
	18-25ปี	.45753	.001*
	26 – 35 ปี	.34751	.022*
	36 – 45 ปี	.39647	.011*
	อายุมากกว่า 55 ปี	.23457	.176
อายุมากกว่า 55 ปี	น้อยกว่า 18 ปี	.26889	.110
	18-25ปี	.22296	.076
	26 – 35 ปี	.11294	.402
	36 – 45 ปี	.16190	.244
	46 – 55 ปี	-.23457	.176

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามระดับอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ อายุ 46 -55 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50346 (Sig. = .006)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีอายุ 18 - 25 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ อายุ 46 -55 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45753 (Sig. = .001)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีอายุ 26 - 35 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ อายุ 46 -55 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34751 (Sig. = .022)

4. ประชากรศาสตร์ที่มีอายุ 36 - 45 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ อายุ 46 – 55 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39647 (Sig. = .011)

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2- tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4. 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านการศึกษา

การศึกษา	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	3.6494	.72247	2.073	.103
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	225	3.7224	.60712		
ปริญญาโท	63	3.6307	.93845		
สูงกว่าปริญญาโท	58	3.9138	.62427		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี พบว่า ค่า (Sig. = .103) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2- tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านอาชีพ

อาชีพ	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	161	3.8298	.60877	6.330	.000*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	3.6604	.64712		
พนักงานบริษัทเอกชน	107	3.7907	.63182		
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	57	3.3965	.93243		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามอาชีพ (LSD)

อาชีพ	อาชีพ	$\bar{X}$	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.16937	.074
	พนักงานบริษัทเอกชน	.03916	.643
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	.43332*	.000*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.16937	.074
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.13021	.202
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	.26395*	.027*
พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.03916	.643
	พนักงานบริษัทเอกชน	.13021	.202
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	.39416*	.000*
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.43332*	.000*
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.26395*	.027*
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	-.39416*	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43332 (Sig. = .000)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26395 (Sig. = .027)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39416 (Sig. = .000)

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_1) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านรายได้

รายได้	N	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	150	3.7702	.62789	3.542	.015*
15,000 – 25,000บาท	173	3.7399	.69975		
25,001 – 35,000 บาท	54	3.7481	.57285		
45,000 บาทขึ้นไป	23	3.2783	1.05881		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้พบว่า ค่า (Sig. = .015) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

รายได้	รายได้	$\bar{x}$	Sig.
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 25,000บาท	.03034	.691
	25,001 – 35,000 บาท	.02207	.839
	45,000 บาทขึ้นไป	.49196*	.001*
15,000 – 25,000บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.03034	.691
	25,001 – 35,000 บาท	-.00826	.938
	45,000 บาทขึ้นไป	.46162*	.002*
25,001 – 35,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.02207	.839
	15,000 – 25,000บาท	.00826	.938
	45,000 บาทขึ้นไป	.46989*	.006*
45,000 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 15,000 บาท	-.49196*	.001*
	15,000 – 25,000บาท	-.46162*	.002*
	25,001 – 35,000 บาท	-.46989*	.006*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 45,000 บาทขึ้นไป ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49196 (Sig. = .001)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีรายได้ 15,000 – 25,000บาท ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 45,000 บาทขึ้นไป ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46162 (Sig. = .002)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาทส่งผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 45,000 บาทขึ้นไป ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46989 (Sig. = .006)

สมมติฐานที่ 1.6 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	26	3.7179	.70838	2.845	.037*
3-4 ครั้งต่อเดือน	73	3.8785	.54528		
5-6 ครั้งต่อเดือน	153	3.7678	.65231		
มากกว่า 10 ครั้ง	148	3.6086	.77083		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน) พบว่า ค่า (Sig. = .037) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	-.16059	.305
	5-6 ครั้งต่อเดือน	-.04981	.732
	มากกว่า 10 ครั้ง	.10939	.453*
3-4 ครั้งต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	.16059	.305
	5-6 ครั้งต่อเดือน	.11078	.256
	มากกว่า 10 ครั้ง	.26998*	.006*
3-4 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	.16059	.256
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	.11078	.732
	มากกว่า 10 ครั้ง	.26998*	.045*

ตารางที่ 4.22 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD) (ต่อ)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
มากกว่า 10 ครั้ง	3-4 ครั้งต่อเดือน	-.26998*	.006*
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	-.10939	.453*
	5-6 ครั้งต่อเดือน	-.15920*	.045*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ มากกว่า 10 ครั้งผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26998 (Sig. = .006)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ มากกว่า 10 ครั้งผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26998 (Sig. = .045)

สมมติฐานที่ 1.7 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1-5 ชิ้น/ครั้ง	124	3.7048	.68338	4.635	.003*
6-10 ชิ้น/ครั้ง	81	3.8362	.52874		
11-15 ชิ้น/ครั้ง	134	3.8035	.66392		
มากกว่า 16 ชิ้น/ครั้ง	61	3.4514	.86704		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตาม

ด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค่าจัดส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน) พบว่า ค่า (Sig. = .003) แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค่าจัดส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
1-5 ขึ้น/ครั้ง	6-10 ขึ้น/ครั้ง	-.13138	.178
	11-15 ขึ้น/ครั้ง	-.09864	.246
	มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง	.25347*	.018*
6-10 ขึ้น/ครั้ง	1-5 ขึ้น/ครั้ง	.13138	.178
	11-15 ขึ้น/ครั้ง	.03273	.733
	มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง	.38485*	.001*
11-15 ขึ้น/ครั้ง	1-5 ขึ้น/ครั้ง	.09864	.246
	6-10 ขึ้น/ครั้ง	-.03273	.733
	มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง	.35212*	.001*
มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง	1-5 ขึ้น/ครั้ง	-.25347*	.018*
	6-10 ขึ้น/ครั้ง	-.38485*	.001*
	11-15 ขึ้น/ครั้ง	-.35212*	.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ ทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค่าจัดส่งพัสดุ มากน้อยแค่ไหน) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค่าจัดส่งพัสดุ มากน้อยแค่ไหน) 1-5 ขึ้น/ครั้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .25347 (Sig. = .018)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค่าจัดส่งพัสดุ มากน้อยแค่ไหน) 6-10 ขึ้น/ครั้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ มากกว่า 16 ขึ้น/ครั้ง ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .38485 (Sig. = .001)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (จำนวนประมาณที่ถูกค้าจัดส่งพัสดุ
 มากน้อยแค่ไหน) 11-15 ชิ้น/ครั้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา
 บางพลี เท่ากับ มากกว่า 16 ชิ้น/ครั้งผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .35212 (Sig. = .001)

สมมติฐานที่ 1.8 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย
 จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
 ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
 ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์
 ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม
 (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
สะดวกสบายในการเข้าถึง บริการ	32	3.6813	.65904	38.772	.000*
สามารถตรวจสอบสถานะของ พัสดุได้ตลอดเวลา	31	2.6043	.97979		
สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา กำหนด	151	3.6406	.55458		
สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	31	3.8774	.54354		
พนักงานตอบสนองความ ต้องการของลูกค้ารวดเร็ว	155	4.0120	.50427		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ
 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตาม
 ด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดง
 ว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้าน
 ประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย)
 ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference)
 ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ	สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา	1.07695	.000*
	สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา	.04063	.723
	กำหนด		
	สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	-.19617	.186
	พนักงานตอบสนองความ	-.33079	.004*
	ต้องการของลูกค้ารวดเร็ว		
สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา	สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ	-1.07695	.000*
	สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา	-1.03632	.000*
	กำหนด		
	สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	-1.27312	.000*
	พนักงานตอบสนองความ	-1.40774	.000*
	ต้องการของลูกค้ารวดเร็ว		
สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลากำหนด	สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ	-.04063	.723
	สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา	1.03632	.000*
	สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา		
	สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	-.23680	.042*
	พนักงานตอบสนองความ	-.37142	.000*
	ต้องการของลูกค้ารวดเร็ว		
สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ	.19617	.186
	สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา	1.27312	.000*
	สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา	.23680	.042*
	กำหนด		
	พนักงานตอบสนองความ	-.13462	.245
	ต้องการของลูกค้ารวดเร็ว		

ตารางที่ 4.27 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD) (ต่อ)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{x}$	Sig.
พนักงานตอบสนองความต้องการของ ลูกค้ารวดเร็ว	สะดวกสบายในการเข้าถึง บริการ	1.07695	.000*
	สามารถตรวจสอบสถานะของ พัสดุได้ตลอดเวลา	.04063	.723
	สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา กำหนด	-.19617	.186
	สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี	-.33079	.004*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) สะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ข้อคำถามที่ 1. สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา ผลต่างค่าเฉลี่ย 1.07695 (Sig. = .000) ข้อคำถามที่ 4. พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว ผลต่างค่าเฉลี่ย -.33079 (Sig. = .004)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ข้อคำถามที่ 1. สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา ผลต่างค่าเฉลี่ย -1.07695 (Sig. = .000) 2. สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา กำหนด ผลต่างค่าเฉลี่ย -1.03632 (Sig. = .000) 3. สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ผลต่างค่าเฉลี่ย-1.27312 (Sig. = .000) ข้อคำถามที่ 4. พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว ผลต่างค่าเฉลี่ย -1.40774 (Sig. = .000)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา กำหนด ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับข้อคำถามที่ 2. สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลา กำหนด ผลต่างค่าเฉลี่ย 1.03632 (Sig. = .000) 3. สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดีผลต่างค่าเฉลี่ย -.23680 (Sig. = .042) ข้อคำถามที่ 4. พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็วผลต่างค่าเฉลี่ย-.37142 (Sig. = .000)

4. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย) สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ข้อคำถามที่ 2. สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา 1.27312 (Sig. = .000) ข้อคำถามที่ 3. สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลากำหนด .23680 (Sig. = .042)

สมมติฐานที่ 1.9 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H₀: ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H₁: ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
เพื่อน	143	3.8671	.55392	6.058	.000*
พ่อ แม่	112	3.7232	.56761		
ญาติ	53	3.7698	.81236		
พนักงานในการรับบริการ	92	3.4841	.86443		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₁) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.29 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{x}$	Sig.
เพื่อน	พ่อ แม่	.14392	.093
	ญาติ	.09732	.372
	พนักงานในการรับบริการ	.38307	.000*
พ่อ แม่	เพื่อน	-.14392	.093
	ญาติ	-.04660	.680
	พนักงานในการรับบริการ	.23916	.012*
ญาติ	เพื่อน	-.09732	.372
	พ่อ แม่	.04660	.680
	พนักงานในการรับบริการ	.28575	.015*
พนักงานในการรับบริการ	เพื่อน	-.38307	.000*
	พ่อ แม่	-.23916	.012*
	ญาติ	-.28575	.015*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ พนักงานในการรับบริการ ผลต่างค่าเฉลี่ย .38307 (Sig. = .000)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) พ่อ แม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ พนักงานในการรับบริการ ผลต่างค่าเฉลี่ย .23916 (Sig. = .012)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด) พ่อ แม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ พนักงานในการรับบริการ ผลต่างค่าเฉลี่ย .28575 (Sig. = .015)

สมมติฐานที่ 1.10 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H₁: ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
08:01 – 11:00 น.	119	3.7496	.66065	3.247	.022*
11:01 – 14:00 น.	103	3.7638	.65017		
14:01 – 17:00 น.	116	3.7989	.65402		
17:01 – 20:00 น.	62	3.4806	.82591		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) พบว่า ค่า (Sig. = .022) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₁) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
08:01 – 11:00 น.	11:01 – 14:00 น.	-.01417	.878
	14:01 – 17:00 น.	-.04927	.581
	17:01 – 20:00 น.	.26893*	.012*
11:01 – 14:00 น.	08:01 – 11:00 น.	.01417	.878
	14:01 – 17:00 น.	-.03510	.705
	17:01 – 20:00 น.	.28311*	.010*
14:01 – 17:00 น.	08:01 – 11:00 น.	.04927	.581
	11:01 – 14:00 น.	.03510	.705
	17:01 – 20:00 น.	.31821*	.003*

ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD) (ต่อ)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{x}$	Sig.
17:01 – 20:00 น.	08:01 – 11:00 น.	-.26893*	.012*
	11:01 – 14:00 น.	-.28311*	.010*
	14:01 – 17:00 น.	-.31821*	.003*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 17:01 – 20:00 น. ผลต่างค่าเฉลี่ย .26893 (Sig. = .012)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 17:01 – 20:00 น. ผลต่างค่าเฉลี่ย .28311 (Sig. = .010)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ 17:01 – 20:00 น. ผลต่างค่าเฉลี่ย .31821 (Sig. = .003)

สมมติฐานที่ 1.11 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา บางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 33 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม
(พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับ บริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	31	3.2366	.77342	7.760	.000*
ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัท เดิมเป็นประจำ	109	3.8214	.61830		
ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะ บริษัทที่ขึ้นชื่อบ่อยเสมอ	135	3.6588	.77964		
ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่ คำนึงถึงภาระงาน	125	3.8363	.55903		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ
ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตาม
ด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดงว่า
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้าน
ประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) ที่
แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference)
ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	1. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ	-.58485*	.000*
	2. ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นขอย่อยเสมอ	-.59971*	.000*
	3. ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน		
ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ	1. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	.58485*	.000*
	2. ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นขอย่อยเสมอ	.16264	.061
	3. ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน	-.01486	.866
ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นขอย่อยเสมอ	1. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	.42221*	.002*
	2. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ	-.16264	.061
	3. ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน	-.17750*	.034*
ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน	1. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง	.59971*	.000*
	2. ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ	.01486	.866
	3. ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นขอย่อยเสมอ	.17750*	.034*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ลูกค้า

มักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ ผลต่างค่าเฉลี่ย $-.58485$ (Sig. = .000) ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นชื่อบริษัทอยู่เสมอ ผลต่างค่าเฉลี่ย $-.42221$ (Sig. = .002) ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน ผลต่างค่าเฉลี่ย $-.59971$ (Sig. = .000)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง ผลต่างค่าเฉลี่ย $.58485$ (Sig. = .000)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร) เพื่อน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง ผลต่างค่าเฉลี่ย $.42221$ (Sig. = .002) ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยไม่คำนึงถึงภาระงาน ผลต่างค่าเฉลี่ย $-.17750$ (Sig. = .034)

สมมติฐานที่ 1.12 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด)

พฤติกรรม	N	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
กล่องเล็ก	83	3.4884	.87638	7.760	.000*
กล่องใหญ่	95	3.8849	.54936		
ซองเอกสาร	222	3.7465	.64329		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด) พบว่า ค่า (Sig. = .000) แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{x}$	Sig.
กล่องเล็ก	กล่องใหญ่	.10195	.000*
	ซองเอกสาร	.08730	.003*
กล่องใหญ่	กล่องเล็ก	.10195	.000*
	ซองเอกสาร	.0839	.097
ซองเอกสาร	กล่องเล็ก	.08730	.003*
	กล่องใหญ่	.08319	.097

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี กล่องเล็กเท่ากับ กล่องใหญ่ ผลต่างค่าเฉลี่ย .10195 (Sig. = .000)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี กล่องใหญ่ เท่ากับ ซองเอกสาร ผลต่างค่าเฉลี่ย .08730 (Sig. = .003)

สมมติฐานที่ 1.13 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่างกัน

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม
(วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด)

พฤติกรรม	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	68	3.8382	.63667	3.043	.029*
ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	151	3.7161	.58704		
ส่งเอกสารต่าง ๆ	100	3.8113	.62897		
ส่งของขวัญ	81	3.5440	.91981		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด) พบว่า ค่า (Sig. = .029) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{X}$	Sig.
ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	.12212	.223
	ส่งเอกสารต่าง ๆ	.02690	.803
	ส่งของขวัญ	.29420	.009*
กล่องใหญ่ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	-.12212	.223
	ส่งเอกสารต่าง ๆ	-.09522	.281
	ส่งของขวัญ	.17208	.069
ส่งเอกสารต่าง ๆ	ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	-.02690	.803
	ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	.09522	.281
	ส่งของขวัญ	.26730	.009*
ส่งของขวัญ	ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ	-.29420	.009*
	ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า	-.17208	.069
	ส่งเอกสารต่าง ๆ	-.26730	.009*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด) ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ส่งของขวัญผลต่างค่าเฉลี่ย .29420 (Sig. = .009)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด) ส่งเอกสารต่าง ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ ส่งของขวัญ ผลต่างค่าเฉลี่ย 26730 (Sig. = .009)

สมมติฐานที่ 1.14 ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ไม่ที่แตกต่าง

H_1 : ประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร)

พฤติกรรม	N	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	65	3.5169	.87091	4.097	.007
สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	152	3.8228	.57072		
สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	84	3.6230	.78878	.59674	
สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	99	3.8013	.59674		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) พบว่า ค่า (Sig. = .007) แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการ

ขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD Least Significant Difference) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4. 40 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ของค่าเฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี จำแนกตามรายได้ (LSD)

พฤติกรรม	พฤติกรรม	$\bar{x}$	Sig.
สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	-.30588	.003*
	สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	-.10609	.347
	สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	-.28442	.009*
สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	.30588	.003*
	สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	.19979	.032*
	สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	.02146	.808
สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	.10609	.347
	สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	-.19979	.032*
	สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	-.17833	.079
สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก	สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย	.28442	.009*
	สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย	-.02146	.808
	สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย	.17833	.079

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ (LSD) พบว่า ประชากรศาสตร์ที่จำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย ผลต่างค่าเฉลี่ย .10109 (Sig. = .003)

2. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก ผลต่างค่าเฉลี่ย .10109 (Sig. = .009)

3. ประชากรศาสตร์ที่มีจำแนกตามด้านพฤติกรรม (เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร) สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เท่ากับ สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อยผลต่างค่าเฉลี่ย .09274 (Sig. = .032)

4.4 วิเคราะห์พหุคูณถดถอย (Regression Analysis)

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้วิธีการทดสอบพหุคูณระดับถดถอยสมการ (Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2.1 สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

H₀: สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่ไม่แตกต่างกัน

H₁: สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เพื่อนำตัวแปรที่มีการส่งผลไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H₀ ก็ต่อเมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ กับ การตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.613	.120		5.099	.000
1. การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ (X ₁)	-.048	.032	-.073	-1.514	.131
2. การทำงานด้วยความโปร่งใส (X ₂)	.312	.038	.554	8.226	.000*
3. การบูรณาการภายใน (X ₃)	-.255	.028	-.381	-9.129	.000*
4. การยืดหยุ่นในการทำงาน (X ₄)	.285	.041	.258	7.017	.000*
5. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี (X ₅)	.511	.032	.537	15.843	.000*
R = 0.893 R ² = 0.798 Adjusted R ² = 0.795 SE _{Est} = 0.31219 F = 311.047					
p = .000					

จากตารางที่ 4.35 พบว่า สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี สามารถนำมาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

ซึ่งสามารถเขียนแทนค่าในสมการในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.613 + 0.312X_2 + (-0.255X_3) + 0.285X_4 + 0.511X_5$$

และได้สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z = 0.613 + 0.554X_2 + (-0.381X_3) + 0.258X_4 + 0.537X_5$$

จากสมการสามารถทำนายการวิเคราะห์ได้ว่า สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ในด้านการทำงานด้วยความโปร่งใส ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี รองลงมาคือ การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ส่วนการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	0.893 ^a	0.798	0.795	0.312

จากตาราง 4.36 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ สรุปได้ว่าสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.893 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับมา (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.795 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 79.5

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ ทัศนคติในการวิจัย มี 2 ทัศนคติ ประกอบด้วย ประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ และสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสารสนเทศและเทคโนโลยี ใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ได้แก่ วางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายในองค์กร การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นการเตรียมความพร้อมในการประกอบธุรกิจ หาข้อมูล ศึกษา และวางแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสมให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการทางด้านการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ของในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาประมวลผลและทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัย ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และมีรายได้ อยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 มากที่สุด

ข้อมูลลักษณะส่วนพฤติกรรม

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ลูกค้าจัดส่งพัสดุ 11 – 15 ชิ้น/ครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทยคือ สินค้าได้รับ

การดูแลเป็นอย่างดี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากคือ เพื่อน 143 คน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ 14:01 - 17:00 น. จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งคือ ซองเอกสาร จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุดคือ ส่งสินค้า/พัสดุ ให้ลูกค้า จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และเมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางมีลักษณะ สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 มากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

1. การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7038 เมื่อพิจารณา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับ บริษัทที่มีการจัดส่งสินค้าหลายช่องทาง เช่น จักรยานยนต์ รถกระบะ และรถตู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

2. การทำงานด้วยความโปร่งใส กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5400 เมื่อพิจารณา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับ บริษัทที่มีการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

3. การบูรณาการภายใน กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5594 เมื่อพิจารณา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์และมีการจัดส่งที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

4. การยืดหยุ่นในการทำงาน กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8894 เมื่อพิจารณา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับ บริษัทมีนโยบายให้บริการผู้บริโภคนอกสถานที่ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกต้องการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

5. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8900 เมื่อพิจารณา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ออนไลน์ 24 ชั่วโมง โดยผ่านระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี การตัดสินใจใช้บริการ มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7258 เมื่อพิจารณา พบว่า

กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลีให้ความสำคัญกับ ผู้รับปลายทางได้รับพัสดุ ในสภาพที่สมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ท่านมักใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุที่มีบุคคลใกล้ชิดเคยใช้บริการมาก่อนหรือแนะนำท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีความต้องการในการนำส่งพัสดุและเอกสารผ่านทางบริษัทขนส่งอยู่เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 บริษัทขนส่งพัสดุ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการแก่ท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 สามารถส่งมอบพัสดุได้ถูกต้องตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 คุณใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ไทย บ่อยแค่ไหน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใสสุภาพ แต่งกายสุภาพและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ท่านไม่ลังเลที่จะเลือกบริษัทขนส่งพัสดุที่ท่านประเมินแล้วพบว่ามีความภาพที่ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ท่านจะหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ปริมาณในการขนส่งพัสดุน้อยแค่ไหน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ท่านมักจะตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ต่อไปหากท่านพึงพอใจใน การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 การให้บริการมีการติดต่อประสานงานเพื่อแจ้งข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และส่วนพฤติกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ส่วนพฤติกรรม กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ได้แก่ ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน จำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุน้อยแค่ไหน เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดเวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด และเมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5.2 อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยเรื่อง สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี สามารถนำเสนอผลการวิจัยมาอภิปราย ได้ดังนี้

5.2.1 ประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

1. ผลการศึกษาประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 -25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้อยู่ที่ 15,001 – 25,000บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิกรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการศึกษานี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมัลลิกา โตอนันต์ ดร.สุรภา ไถ่บ้านกวย (2562) ศึกษาประสิทธิภาพการขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิกรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่องความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เปรียบเทียบความต่างในการใช้บริการของลูกค้าไทยและต่างชาติที่มีต่อความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์และหาผลกระทบของความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการของคนไทยและต่างชาติที่ใช้บริการบริษัท(Fedex)และ (DHL) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 18 -55 ปี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ (2554) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการการปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพการขนส่งทางบกกรณีศึกษา บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร (2561) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกร เหมือนใจ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้า

ของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000

2. ผลการศึกษาส่วนพฤติกรรม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี พบว่า ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุอยู่ที่ มากกว่า 16 ชิ้นต่อครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทยส่วนใหญ่ สินค้าได้รับการดูแลอย่างดี ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดคือเพื่อน เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลา 08:01 – 11:00 มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการของลูกค้าคือลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นชื่อบริษัท มีลักษณะของพัสดุผลิตภัณฑ์ที่ส่งที่ไปบ่อยมากที่สุดคือซองเอกสาร มีวัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุดคือส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า และลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางคือสภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม นสารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น มีการจัดส่งสินค้าหรือใช้บริการ 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และหาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ จากเพื่อน/คนรู้จัก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรัตน์ ญาณปรีชา (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลชเอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า การบอกต่อหรือการแนะนำอันดับที่ 1 เพื่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณในการส่งพัสดุของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากกว่า 15 ชิ้น/ ครั้ง ขึ้นไป มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการขนส่งเฉพาะที่ขึ้นชื่อบริษัท มีลักษณะของพัสดุผลิตภัณฑ์ที่ส่งคือซองเอกสาร เอกสาร มีวัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุดคือ ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า และลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางคือ สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย

3. ผลการศึกษามรรณะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ได้แก่ การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี ภาพรวมอยู่ในระดับมากผลการศึกษา พบว่า การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ผลวิจัยพบว่า การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา กิระนันท์ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการโลจิสติกส์ในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องใช้ความสามารถ ของระบบการบูรณาการภายใน และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นการนำข้อมูลสินค้า ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่ค้า และกระบวนการการทำงานเข้าสู่

ฐานข้อมูลระบบเพื่อให้การจัดการและการทำงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวิจัยของ ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และการพัฒนาบุคลากร ผลงานวิจัยพบว่า การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี เป็นกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และการพัฒนาบุคลากรมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน กลยุทธ์ การ จัดการโลจิสติกส์มีเป้าหมายหลัก เพื่อการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ธุรกิจ/ หน่วยงาน/ องค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

5.3.1 ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ทำให้ทราบว่า สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ควรเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 -25 ปี มีระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ดังนั้นสมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ ผลการศึกษาข้างต้นแนวทางการองค์กรธุรกิจในการตัดสินใจเลือกกลุ่มลูกค้าดังที่กล่าวมาข้างต้นหากเลือก

5.3.2 สมรรถนะในการทำงานด้านโลจิสติกส์ มีผลต่อทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน การยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ควรให้ความสำคัญกับทุก ๆ ปัจจัย นอกจากจะสร้างความรู้สึกดีและความประทับใจในการตัดสินใจใช้บริการให้แก่ผู้บริโภคได้อีกด้วยโดยการมีความตรงไปตรงมาในกระบวนการทำงาน และเปิดเผย ข้อมูลหรือข้อตกลงในการให้บริการแก่ลูกค้า และเน้นการการบูรณาการภายใน โดยการสนับสนุนประเด็นนี้เป็นการระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อให้เกิดการบูรณาการภายในที่มีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ วงศ์โพธิสาร. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- กาญจน์วชิ ฐนโชติรุ่งสาทิศ. (2557). ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยในเส้นทางขนส่ง จากจังหวัดนครสวรรค์-ส่งออกต่างประเทศ. **คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**, 28(88), 310-342.
- การไปรษณีย์ประเทศไทย. (2542). ประวัติบริษัทไปรษณีย์ไทย. สืบค้นจาก https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85
- กุลชลี ไชยนันดา. (2539). กระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- ณมามาศ ประยงค์. (2555). การปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและกระจายสินค้า ของบริษัท ซี-โปร โลจิสติกส์ แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด. (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์. (2558). ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ณิชนม สารพันธ์ และ รุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่ง ในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**, 9(1), 17-25.
- ณิชาภัทร บัวแก้ว. (2561). ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.(ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ธนกร เหมือนใจ. (2562). ปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้ประดับในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ธัญญา วสุศรี. (2554). การจัดการผู้ส่งมอบ (Supplier Management). สืบค้นจาก http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1
- ธนาคารโลก. (2561). **Logistics Performance Index LPI**. สืบค้นจาก <https://lpi.worldbank.org/international/aggregated-ranking>
- ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา . (2020). แนวโน้มของธุรกิจร้านค้าออนไลน์ . สืบค้นจาก <https://thestandard.co/unlocking-e-commerce-insight-trends-and-strategies-for-business-success/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธิดารัตน์ บุญมาก. (2553). การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์ใน อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา บริษัท ABC. (ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- นระ คมนามจุ. (2550). ความหมาย โลจิสติกส์ ในด้านการขนส่ง.สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th>
- นาฏยา โพธิ์มากุล และอรไท ชั่วเจริญ. (2562). เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- บุษกร คำคง. (2542). กระบวนทัศน์ใหม่การท่องเที่ยวไทย. จุลสารการท่องเที่ยว, 23(4), 60-64.
- บุษยมาศ แสงเงิน. (2556). ความโปร่งใสในการทำงาน.สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/>
- บุรณะศักดิ์ มาดหมาย. (2554). ห่วงโซ่อุปทาน ในกระบวนการบริหารการสั่งซื้อสินค้าและบริการ (Order Management). สืบค้นจาก <http://www.thailandindustry.com/guru>
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์. (2560). กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และพัฒนาบุคลากร. วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review,12(1),89-98.
- ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์ . (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,มหาลัยขอนแก่น).
- พชรพร เศรษฐยานนท์. (2554). การจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประกอบการของร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พัชรพล ชัยวรรณเสถียร. (2563). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้าของบุคลากรหน่วยงานราชการในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 3(1), 69-83.
- พัชรา ศรีพระบุ และเชษฐา ชำนาญหล่อ. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ในจังหวัดชลบุรี. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ราชภัฏจันทรบุรี, 19(1),55-66.
- มัลลิกา โตอนันต์ และ สุภา ไฉ่บ้านกวย. (2562). ศึกษาประสิทธิภาพการขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนนทบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- วิษณุ ธิมาบุตร และเอกนารี ทุมพล เกรียงศักดิ์ ทองสุข. (2563). ปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งกับบริษัทเอสซีกรุ๊ป จำกัด,RSU Journals,(15), 528-536.

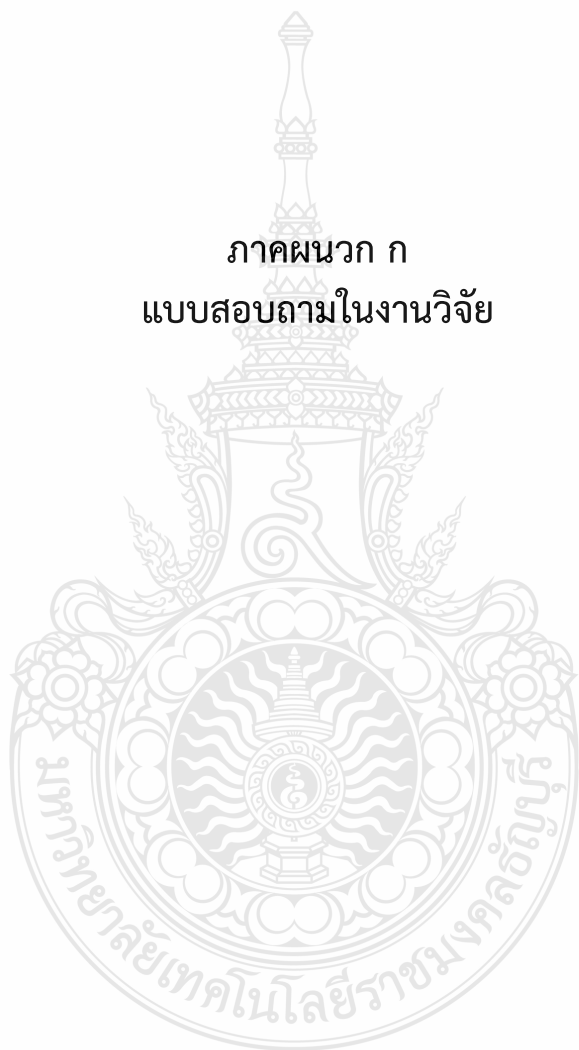
บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิทยา ประจักษ์โก และ ศิริมา แก้วเกิด. (2564). ประสิทธิภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดี ของผู้รับบริการกับฝ่ายปฏิบัติการโลจิสติกส์ บริษัท โรงงานน้ำตาล MM ในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 13(1), 85-99.
- วุฒิชัย จานงค์. (2523). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศรินันท์ ญาณปรีชา. (2563). ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แพลซ เอ็กซ์เพรส ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ. (2554). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพการขนส่งทางบกกรณีศึกษา บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). การเติบโตของสินค้าขายออนไลน์. กรุงเทพฯ. สำนักโลจิสติกส์. (2558). การประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม (ILPI) และการประเมินประสิทธิภาพซัพพลายเชน(SCPL). กรุงเทพฯ: สำนักโลจิสติกส์กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่.
- สุชาดา กิระนันท์. (2541). เทคโนโลยีสารสนเทศสถิติข้อมูลในระบบสารสนเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทรี เจริญสุข. (2555). การจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กรณีศึกษา บริษัท วี-เชิร์ฟโลจิสติกส์ จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ)
- E. Johnston. (2013). 5 Steps to understanding your customer's buying process. สืบค้นจาก <http://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blog/5-steps-understanding-your-customers-buying-process>
- Gibson, J.L., & Ivancevich, J.M.,. (1979). **Organizational: Behavior, structure, process.** Business Publications,Inc.
- Jones. (1984). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers adjustments to. **Academy of Management Journal**, 28, 467-474.
- Keller & Kotler. (2006). **Marketing management (เล่มที่ 12).** Upper Saddle River: Pearson.
- Logisticsconer. (2552). การบริหารจัดการโลจิสติกส์แบบบูรณาการ.สืบค้นจาก http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=5
- Matwiejczuk. (2013). **Logistics potentials in business competitive advantage**, 9(4), 265-275.
- Plunkett & Attner. (1994). **Introduction to Management.** Belmont:Wadsworth.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามในงานวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง “ประสิทธิภาพในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมถึงความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาและวิจัยให้หัวข้อ “ประสิทธิภาพในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาบางพลี”

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ การนำข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของบทสรุปภาพรวม ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด รวมถึงผลการวิจัยจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ส่วนพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่ง ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย สาขาบางพลี

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ☐ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่า 18 ปี

☐ 18 – 25 ปี

☐ 26 – 35 ปี

☐ 36 – 45 ปี

☐ 46 – 55 ปี

☐ อายุมากกว่า 55 ปี

3. การศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ ปริญญาโท

☐ สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

5. รายได้

☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท

☐ 15,000 – 25,000 บาท

☐ 25,001 – 35,000 บาท

☐ 45,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ส่วนพฤติกรรม

6. ลูกค้าใช้บริการขนส่ง ไปรษณีย์ บ่อยแค่ไหน

☐ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

☐ 3-4 ครั้งต่อเดือน

☐ 5-6 ครั้งต่อเดือน

☐ มากกว่า 10 ครั้ง

7. จำนวนประมาณที่ลูกค้าจัดส่งพัสดุมากน้อยแค่ไหน

☐ 1-5 ชิ้น/ครั้ง

☐ 6-10 ชิ้น/ครั้ง

☐ 11-15 ชิ้น/ครั้ง

☐ มากกว่า 16 ชิ้น/ครั้ง

8. เหตุผลที่เลือกใช้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์กับไปรษณีย์ไทย

☐ สะดวกสบายลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย

☐ สามารถตรวจสอบสถานะของพัสดุได้ตลอดเวลา

☐ สินค้าถึงมือผู้รับตามเวลากำหนด

☐ สินค้าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี

☐ พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว

9. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

- ☐ เพื่อน
- ☐ พ่อ แม่
- ☐ญาติ
- ☐ พนักงานในการรับบริการ

10. เวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลาใด

- ☐ 08:01 – 11:00 น.
- ☐ 11:01 – 14:00 น.
- ☐ 14:01 – 17:00 น.
- ☐ 17:01 – 20:00 น.

11. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร

- ☐ ลูกค้ามักลองใช้บริการขนส่งกับบริษัทใหม่ๆ บ่อยครั้ง
- ☐ ลูกค้ามักใช้บริการขนส่งบริษัทเดิมเป็นประจำ
- ☐ ลูกค้าเลือกใช้บริการเฉพาะบริษัทที่ขึ้นชื่อบริษัทอยู่เสมอ
- ☐ ลูกค้าใช้บริการขนส่งโดยคำนึงถึงกระบวนการทำงานด้านโลจิสติกส์

12. ลักษณะของพัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่ส่ง เลือกซื้อที่ใช้บ่อยมากที่สุด

- ☐ กล่องเล็ก
- ☐ กล่องใหญ่
- ☐ ซองเอกสาร

13. วัตถุประสงค์ในการส่งพัสดุของลูกค้ามากที่สุด

- ☐ ส่งสินค้า/พัสดุให้ญาติ
- ☐ ส่งสินค้า/พัสดุให้ลูกค้า
- ☐ ส่งเอกสารต่าง ๆ
- ☐ ส่งของขวัญ

14. เมื่อลูกค้าหรือผู้รับปลายทางได้รับพัสดุแล้ว ลักษณะของพัสดุปลายทางเป็นอย่างไร

- ☐ สภาพสมบูรณ์ สินค้าไม่เสียหาย
- ☐ สภาพกล่องบุบเล็กน้อย สินค้าไม่เสียหาย
- ☐ สภาพกล่องบุบมาก สินค้าเสียหายเล็กน้อย
- ☐ สภาพกล่องบุบ สินค้าเสียหายมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในด้านการงานโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งกรณีศึกษา บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดสาขาบางพลี

คำชี้แจง: ให้ท่านประเมินที่พิกที่ท่านใช้บริการครั้งล่าสุด โดยมีระดับคะแนน ตั้งแต่ 1- 5

โดย 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ถึง 1= เห็นด้วยน้อยที่สุด ตามลำดับ และ N/A = ไม่สามารถประเมินได้ กรุณาใส่เครื่องหมาย ☐ ในช่องที่ท่านเห็นด้วยกับปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

รายละเอียดปัจจัยและตัววัด	ระดับความเห็น					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่สามารถประเมินได้
	1	2	3	4	5	N/A
1.การวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์						
1.1 บริษัทมีกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นระบบ						
1.2 การให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้าและระยะทางในการขนส่งสินค้า						
1.3 บริษัทใส่ใจและดูแลสินค้าให้ถึงมือผู้รับในสภาพสมบูรณ์ครบถ้วน						
1.4 บริษัทมีการจัดส่งสินค้าหลายช่องทาง เช่น จักรยานยนต์ รถกระบะ และรถตู้						
2. การทำงานด้วยความโปร่งใส						
2.1. ปลุกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมในการทำงาน						
2.2 การไม่นำข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภคนไปเปิดเผยหรือขายให้กับ บริษัทอื่นที่จะส่งผลในทางเสื่อมเสียของผู้บริโภค						
2.3 บริษัทมีการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้า						
2.4 บริษัทยึดมั่นหลักการทำงานด้วยความสุจริต						

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล นายอัศรพล สมรูป
ที่อยู่ 111 หมู่ 4 ตำบล นาบอน อำเภอนาบอน จังหวัด นครศรีธรรมราช 80220
ประวัติการศึกษา พ.ศ.2562
ระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์ปริญญาโทภาคพิเศษ
สาขาการจัดการ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ประวัติการทำงาน กรกฎาคม 2560 – ธันวาคม 2567
พนักงานนำจ่าย บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ThailandPost.
เบอร์โทรศัพท์ 081-123-4198
อีเมล somrup0811@hotmail.com



การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เกิดจากการค้นคว้าและวิจัย ขณะที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้นงานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และข้อความต่าง ๆ ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่มีการคัดลอกหรือนำงานวิจัยของผู้อื่นมานำเสนอในชื่อของข้าพเจ้า

This independent study consists of research materials conducted at Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi and hence the copyright owner. I hereby certify that the independent study does not contain any forms of plagiarism.

.....อภิรพ ธรรมกุล.....
(นายอักรพล สมรูป)

