

**การวิเคราะห์ปัญหาของผู้ประกอบการค้าปลีก
ต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง คุณภาพการบริการระบบโลจิสติกส์
กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าปลีก
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล¹**

ดวงใจ จันทร์ตาแสง²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อการให้บริการของบริษัท โอเอสเอส จำกัด 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการค้าปลีกต่อการให้บริการขนส่งสินค้าระบบโลจิสติกส์ 3) เพื่อศึกษาปัญหาในการให้บริการด้านต่างๆ และข้อคิดเห็นเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการระบบโลจิสติกส์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยศึกษาวิจัยกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกที่รับบริการขนส่งสินค้าของบริษัท โอเอสเอส จำกัด การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 387 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็น ด้านคุณภาพการบริการระบบโลจิสติกส์ ของบริษัท โอเอสเอส อยู่ในระดับดีที่สุด โดยสรุปจากความคิดเห็นในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) ด้านปริมาณสินค้าที่ส่งมีความถูกต้อง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.07 2) ด้านความเชื่อถือในคุณภาพบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 3) ด้านเวลาในการจัดส่งที่รวดเร็ว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 4) ด้านความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 5) ด้านบริการเพิ่มคุณค่าสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 และ 6) ด้านการสื่อสารกับฝ่ายจัดส่งสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำธุรกิจค้าปลีกจะมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการค้าปลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : 1. ผู้ประกอบการค้าปลีก 2. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลังและการบริการระบบโลจิสติกส์

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์ ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**The problem analysis of the retail entrepreneurs toward
the energy drink products, quality, and logistic system services
case study: the retail entrepreneurs in Bangkok and its Vicinity**

Duangjai Jandasang³

Abstract

The research aims 1) to study the attitudes of the retail entrepreneurs toward the services provided by Osotspa Co., Ltd., 2) to study the opinions of the retail entrepreneurs toward the logistic system services, 3) study the problems in the services and opinions in order to provide the solutions in the logistic system services. This study is a survey research focusing on the retail entrepreneurs gained the freight service from Osotspa Co., Ltd. The data collection is accomplished by the questionnaires on 387 samples. The results show that the opinions on the quality of the logistic system services from Osotspa Co., Ltd. are at the highest level that can be respectively described by each aspect as followed : 1) The accurate quantity of the goods orders is at the high level with the average value at 4.07, 2) The reliability on the service quality is at the high level with the average value at 3.80, 3) The speed of delivery is at the high level with the average value at 3.75, 4) The convenience of gaining services is at the high level with the average value at 3.54, 5) The satisfaction on the service quality is at the high level with the average value at 3.45, and 6) The communication with the delivery department is at the high level with the average value at 3.41. According to the hypothesis test, it is found that the samplings with such the different personal factors as gender, age, marital status, educational background, and career experience have the opinions toward the logistic system services undifferently with the statistically significant level at 0.05.

Keywords: 1. Retailer 2.Beverage products and logistics services

³ Faculty of Education, College of Logistics and Supply chain at Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok, Thailand.

บทนำ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง หลายๆ องค์การต่างเสนอสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านราคา รูปแบบและคุณภาพ ดังนั้น การให้บริการลูกค้าด้วยความแตกต่างจะสามารถทำให้องค์กรสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง การบริการลูกค้าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของระบบโลจิสติกส์ เช่น สถานที่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด ผลลัพธ์ของการให้บริการลูกค้าเป็นการวัดถึงผลการดำเนินงานของหน่วยงาน โลจิสติกส์ในการสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งมุ่งเน้นไปยังผู้ประกอบการค้าปลีกภายนอกองค์กร

ระดับของการให้บริการที่กิจการให้กับหน่วยงานต่างๆ เช่น ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายการผลิต ส่งผลต่อความสามารถขององค์กร ในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้ประกอบการค้าปลีก และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และตอบสนองระหว่างหน่วยงานเหล่านั้น เช่น หน่วยงานโลจิสติกส์ระดับของการให้บริการผู้ประกอบการค้าปลีก นั้นจะช่วยให้กิจการทราบว่าสามารถ รักษาลูกค้าปัจจุบันและจงใจลูกค้าใหม่ในอนาคตได้มากเพียงใด

ปัจจุบันตลาดมีการแข่งขันของเครื่องดื่มชูกำลังถือว่ามีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเพื่อหวังแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็ก โดยการเน้นกลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การจัดจำหน่ายสินค้าตามต่างจังหวัดขณะที่ผู้ประกอบการรายเดิมก็อาศัยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างยาวนานทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อสินค้าในระดับหนึ่ง

การบริการลูกค้า เป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้ธุรกิจจะตระหนักในความสำคัญของการบริการลูกค้า แต่ลูกค้าก็ยังพบกับบริการแบบไร้คุณภาพอยู่เสมอ หลายกิจการผูกขาดบริการลูกค้าไว้กับความบังเอิญที่ได้พนักงานที่ยิ้มแย้มแจ่มใส หรือมีใจรักบริการเป็นพิเศษเข้ามาทำงาน หรือไม่ก็ปล่อยให้การปรับปรุงบริการเกิดขึ้น หลังจากที่ได้รับการต่อว่าจากลูกค้าจนทนไม่ไหวแล้วการบริการลูกค้าอย่างไว้ทิศทางและขาดการวางแผนที่ดีย่อมทำให้กิจการถดถอยลงไปเรื่อยๆ และยากที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่จำกัดอย่างเช่นปัจจุบัน หากตั้งใจจะสร้างการบริการลูกค้าที่น่าประทับใจให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อคุณภาพการให้บริการ โดยศึกษากลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการค้าปลีก การให้บริการขนส่งสินค้าระบบโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัญหาในการให้บริการด้านต่างๆ และข้อคิดเห็นเสนอแนะต่อแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการคุณภาพการให้บริการระบบโลจิสติกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระบบโลจิสติกส์ด้านคุณภาพการบริการลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกต่อคุณภาพการให้บริการ ระบบโลจิสติกส์ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้การวิจัย ครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้าปลีก ที่รับสินค้า ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสะดวก (convenience sampling) จำนวน 387 ราย

3. ขอบเขตตัวแปรที่ทำการวิจัย

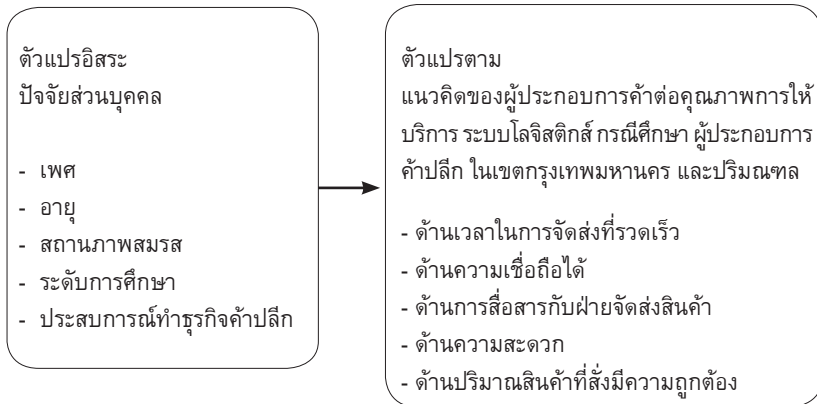
3.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำธุรกิจค้าปลีก

3.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) การศึกษาแนวความคิดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อบริษัท โอเอสสกา จำกัด กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ในด้านเวลาในการจัดส่งที่รวดเร็ว ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการสื่อสารกับฝ่ายจัดส่งสินค้า ด้านความสะดวก ด้านปริมาณสินค้าที่ส่งมีความถูกต้อง ด้านการบริการเพิ่มคุณค่าของสินค้า

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคว่าอิสระ ในเรื่องนี้เนื่องจากปัญหาของคุณภาพการให้บริการต่อผู้ประกอบการค้าปลีก ระบบโลจิสติกส์ของบริษัทโอเอสสกา จำกัด ไม่มีความพร้อมที่จะต่อระบบโลจิสติกส์ที่ผู้บริหารปรับปรุงด้านคุณภาพการให้บริการด้วยระบบโลจิสติกส์มากขึ้นกว่าเดิมในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวคิดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง การให้บริการ ระบบโลจิสติกส์ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีกรอบความคิดในการศึกษา รายละเอียดดังแสดงใน ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้มีข้อค้นพบสามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานของการวิจัยได้ ดังนี้

Kiettipong Many Prabha (2003) ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) : กรณีศึกษา สำนักงานบริการดีแทคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้พิจารณาจากเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยพิจารณาร่วมกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ โดยใช้ SERVQUAL เป็นเครื่องมือในการวิจัยประเมินคุณภาพบริการ จากผลการวิจัยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ความคาดหวังที่แตกต่างกัน การรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำแนกตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านประกอบด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงจิตใจ

นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล)

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย Kwanjai Boudoir. (2009) ศึกษาเพื่อการศึกษาความพึงพอใจ การใช้บริการขนส่งกรณีศึกษา บริษัท ทวีคอนเทนเนอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด โดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสำคัญในการเลือก บริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าจากการสรุปผลการวิจัยจะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้น จะให้ความสำคัญความพึงพอใจ ด้านการให้บริการอันดับที่ 1 มีการติดต่อประสานงาน เป็นอย่างดีเมื่อลูกค้ามาใช้บริการอันดับที่ 2 การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด อันดับที่ 3 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร อันดับที่ 4 มีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการขนส่งสินค้า อันดับที่ 5 ไม่มีความยุ่งยากในขั้นตอนของการใช้บริการอันดับที่ 6 พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยในการให้บริการอันดับที่ 7 สินค้าที่จัดส่งถึงปลายทางครบถ้วน ตามจำนวนไม่มี การสูญหาย ด้านเวลา อันดับ ที่ 1 ความรวดเร็วในการขนถ่ายสินค้าอันดับที่ 2 ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าจากต้นทางถึงปลายทาง อันดับที่ 3 ผู้ให้บริการสามารถจัดส่งสินค้าถึง ที่หมายภายในเวลาที่แจ้งไว้ อันดับที่ 4 ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร อันดับที่ 5 ระยะเวลาที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้านการจัดส่งค่าเสียหาย อันดับที่ 1 การจัดส่งสูงกว่ามูลค่าของสินค้า อันดับที่ 2 จัดใช้เป็นสินค้าอันดับที่ 3 เท่ากับ มูลค่าของสินค้า อันดับที่ 4 จัดใช้ตามราคาที่ระบุในหน้าตัว จากการทดสอบสมมติฐาน นั้นผู้วิจัยพบว่าสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่ง บริษัททวีคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแต่ละสถานภาพจะให้ความสำคัญด้านต่าง ๆ กันออกไปขึ้นอยู่กับสถานภาพของผู้ใช้บริการ ปริมาณของสินค้าที่ขนส่งแต่ละครั้ง มูลค่าของสินค้าที่ขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ความถี่ ในการขนส่งจุดหมายปลายทาง ความต้องการในการขนส่งแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัททวีคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัด ไม่แตกต่างสถานภาพปริมาณของสินค้าที่ขนส่งแต่ละครั้งมูลค่าของสินค้าที่จัดส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งความถี่ในการขนส่งจุดหมายปลายทางความต้องการในการขนส่ง ที่แตกต่างกันมีผลต่อการขนส่งความถี่ในการขนส่งจุดหมายปลายทางความต้องการ ในการขนส่งที่แตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตในการเลือกใช้บริการรถขนส่งสินค้า บริษัท ทวีคอนเทนเนอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่างานวิจัย Narong Boonkitti. (2007). การศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศ ศึกษากรณีบริษัท รีเจนท์ พอร์เวตติ้งเอ็กเพรส จำกัด

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศของบริษัท รีเจนท์ ฟอร์เวดดิ้ง เอ็กสเพรส จำกัด ด้วยการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่บริการของบริษัทความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและปัจจัยที่ใช้ในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท รีเจนท์ ฟอร์เวดดิ้ง เอ็กสเพรส จำกัด มีความพึงพอใจต่อการชดเชยค่าเสียหายที่ยุติธรรมในกรณีที่ทรัพย์สินเกิดชำรุดเสียหายมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ลูกค้าเคยประสบคือ สินค้าส่งไม่ทันตามกำหนดและความต้องการของลูกค้าคือความรวดเร็วในการขนส่งสำหรับการศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าความรวดเร็วค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและความปลอดภัยของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความเหมาะสมของประเภทของสินค้า และการให้บริการของพนักงานไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยพบว่างานวิจัยของ Prajak Tawanawasuan. (2006) การศึกษา การพัฒนาการบริการการจัดส่งสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางทางจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และเพิ่มทางเลือกในการจัดส่งสินค้าตามความเหมาะสมของบริษัท ABC จำกัด โดยมีขอบเขตของการศึกษา คือ รูปแบบการจัดส่งสินค้าเฉพาะส่วนของการจัดส่งสินค้า ของ บริษัท ABC จำกัด ซึ่งแบ่งเป็น 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ โดยยกเว้นสาขาในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งมีกระบวนการทำงานที่แตกต่างไปจากสาขาอื่นๆ เพราะมีปัญหาเรื่องการจราจรที่ติดขัด และระยะเวลาของการหำรถบรรทุก ศึกษาการทำงานของบุคลากรในส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดส่งสินค้า ศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร ตลอดจนเนื้อหาในเชิงวิชาการของการขนส่งสินค้า โดยมุ่งเน้นที่พัฒนาการแนวคิดในการบริหารจัดการส่งสินค้า ไม่ใช่การพัฒนาซอฟต์แวร์ และใช้กรอบแนวคิดในเรื่องการวางแผนการวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดส่งสินค้ามีประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ สาขาต่างๆ ของบริษัท ABC จำกัด ที่มีอยู่ทั้งหมด 26 สาขา แบ่งเป็นกลุ่มสาขาในภาคเหนือ กลุ่มสาขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มสาขาในภาคกลาง และกลุ่มสาขาในภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มสาขาในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น มีสภาพภูมิประเทศที่ใกล้เคียงกันและมีระยะทางที่ไม่ห่างกันมากนัก จะมีอัตราการขยายสาขาตามจังหวัดต่างๆ

ในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกมาก ซึ่งมีระยะเวลาทางห่างไกลจากศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลุ่มสาขาในภาคกลางนั้น มีความสะดวกในการจัดส่งสินค้า

เพราะระยะทางจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ มีระยะทางไม่ห่างไกลกันมากนัก และกลุ่มสาขาในภาคใต้นั้น มีระยะทางห่างไกลจากศูนย์กระจายสินค้ามาก การพัฒนาการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เน้นความรวดเร็วและปลอดภัยในการจัดส่งสินค้า สุดท้ายนั้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาซื้อสินค้ามากที่สุดในการที่ได้ซื้อสินค้าตามที่ต้องการเพื่อรักษาลูกค้าที่ดี และรักษาภาพพจน์ของ บริษัท ABC จำกัด นั้นไว้ตลอดไป โดยสอดคล้อง Bachelor Golden lotus (2003) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของร้านซิคเก็น ทรีท สาขาฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีคุณภาพบริการและความเป็นจริงที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่าความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมลูกค้ามีระดับความคาดหวังสูงที่สุด และความเป็นจริงที่ลูกค้าได้รับจากการบริการในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมลูกค้าได้รับการบริการจริงตามความคาดหวัง ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการเปรียบเทียบระดับความเป็นจริงของการบริการ ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันต่อความเป็นจริงที่ลูกค้าได้รับจากการบริการในปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่าลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันได้รับการบริการในปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า Ibrahim Nalinthudhram (2009) ได้ศึกษาความพึงพอใจเฉพาะของตัวแทนจำหน่ายที่มีต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของ บริษัท เทคนิโก้ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายเป็นประจำในช่วงระยะเวลา 2 ปี จำนวน 200 ราย และเป็นตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดด้านประชากรศาสตร์ได้ผลสรุปจากการศึกษาส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาทรายได้ของกิจการน้อยกว่า 10 ล้านบาท ระยะเวลาการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ 6 - 10 ปี 16 - 20 ปี และมากกว่า 21 ปี และระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัท 1 - 2 ปี โดยการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจของต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัท เทคนิโก้ โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ทางด้านราคาสินค้า ด้านการส่งมอบ ด้านการบริการประสานงานและ ด้านคุณภาพสินค้า และการบริการของบริษัทเทคนิโก้ ดังนี้ คือ ตรวจสอบสินค้าทุกชิ้นก่อน ออกจากโรงงานไม่นำอุปกรณ์ที่มีปัญหามาประกอบใหม่ ให้เครดิตบริการส่งสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตควรมีการจัดทำแคตตาล็อกเมื่อมีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดมีการแจ้งโปรโมชั่นราคาสินค้าแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจน สำหรับลูกค้าใหม่ อะไหล่เก่าหายาก แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ความสะดวกรวดเร็วในการเคลมสินค้าตัวแทนจำหน่าย

ที่มีข้อมูลลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัทเทคโนโลยี ที่แตกต่างกัน

ทฤษฎะเบี่ยงเบนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัทเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ รายได้ของกิจการต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้ง ไว้และเมื่อทดสอบแยกเป็นรายด้าน พบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัท เทคโนโลยี ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของกิจการต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า และด้านการบริการและประสานงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้และเมื่อทดสอบแยกเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัท เทคโนโลยี ของตัวแทนจำหน่ายที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้าและด้านการส่งมอบสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับ Ashisha Boonsuk (2007) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นการศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายจากทั้งสิ้น 247 บริษัท ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการเงิน โดยในภาคเหนือและภาคตะวันออกให้ความสำคัญราคาค่าขนส่งจะต้องมีความเหมาะสมเป็นสำคัญ และผู้ประกอบการในภาคกลางและภาคตะวันออกให้ความสำคัญด้านคุณภาพบริการมากที่สุดโดยต้องมีการตรงเวลาเป็นสำคัญพบว่าสภาพทั่วไปของสถานประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการวิจัยความคิดเห็นของพนักงานต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ของ บริษัทโอเอสเอส จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการที่เห็นว่ามีค่าสำคัญทั้งสิ้น ผู้ให้บริการควรจะต้องศึกษาและแยกแยะให้ออกในการให้บริการว่าทำอยู่กับใครมีความรู้ความสามารถในด้านใด เพื่อศึกษาและเป็นองค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านความรู้สึก เป็นลักษณะทางความรู้สึก หรืออารมณ์ของบุคคล ความรู้สึกทางบวก เช่น ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ เช่น ไม่ชอบ ไม่พอใจ รังเกียจ
2. ด้านความคิด คือการที่สมองของบุคคลรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ เกิดเป็นความรู้ ความคิด หรือสภาพการณ์ขึ้น เป็นที่มาของ ทศนคติออกมา ถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี
3. ด้านพฤติกรรม เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทศนคติ ดังนั้น เพื่อให้พนักงานและบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการ ที่ให้เกิดความพึงพอใจ ควรมีการจัดอบรมแนวทางในการให้บริการ คือ การฟังในสิ่ง ที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าต้องการอะไร เมื่อไร อย่างไร เป็นต้น ทำให้ลูกค้ารู้จักเรา คือ ให้ลูกค้าได้รับรู้ข่าวสารในการบริการของบริษัทให้มากที่สุด เช่น ด้านเทคโนโลยีต่างๆ มีเครื่องจักรอะไรบ้าง และความพร้อมในด้านการบริการของบุคลากร ในการบริการ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวกับบริษัทเพิ่มเติมเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการทางธุรกิจของบริษัทต่างๆ
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานของบริษัทในด้านต่างๆ และระหว่างบริษัทอื่นๆ ด้วย
3. ควรมีการติดตามผลเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ของบริษัทโอเอสเอส จำกัด ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการค้าปลีกอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ผู้ประกอบการค้าปลีกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ผู้ประกอบการค้าปลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ผู้ประกอบการค้าปลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ผู้ประกอบการค้าปลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีประสบการณ์ทำธุรกิจค้าปลีกต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ผู้ประกอบการค้าปลีก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีต่อคุณภาพบริการระบบโลจิสติกส์ ของบริษัทโอเอสเอส จำกัด จำแนกตามประสบการณ์ทำธุรกิจค้าปลีก ในภาพรวม

ประสบการณ์ทางธุรกิจค้าปลีก	$\bar{X}$	S.D	t	sig.
ต่ำกว่า 5 ปี		0		
5-10 ปี		0		
10-15 ปี	0			
15-20 ปี	3.66	0.36	0.513	0.609
20 ปีขึ้นไป		3.85		

P > 0.05

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของบุคคลหลายท่าน ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ โดยเฉพาะท่านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์หลายประการที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีคุณค่าทางวิชาการมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการค้าปลีกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลังที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดและกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยในอนาคตอาจนำแนวคิดและผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ศึกษากับบริบทที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้ เช่น กลุ่มพนักงานที่จัดเป็นแรงงานทางอารมณ์ (emotional labor) หรือองค์การที่เน้นนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เห็นผลของความสุขในการทำงานในรูปแบบตัวแปรส่งผ่านที่ชัดเจนยิ่งขึ้น



References

- Boonsuk, A. (2007). **Factors influencing the selection of transportation service providers Electronics**. (ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการขนส่งทางอิเล็กทรอนิกส์). Maritime Industrial Management College of Industrial Technology. Certificate in Technical Education.
- Golden lotus, B. (2003). **Customer expectations about the quality of service provided by Chicco's Future Park Rangsit Bangkok** (ความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับจากฟิวเจอร์พาร์ครังสิต). Srinakharinwirot University.
- Nalinthudhram, I. (2009). **Dealer satisfaction with quality of products and services of technique (Thailand) Limited**. (ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการเทคนิค ประเทศไทย จำกัด). Master of Science (M.Sc.) King Mongkut University in Bangkok.
- Many Prabha, K. (2003). **Customer's expectations in quality, service, and recognition of the DTAC Service Office (service in Hall): A case study of the Office of County Mall in Bangkok and its vicinity** (ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการและการยอมรับของบริการดีแทค สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล). Bachelor of Business Administration (Management) Srinakharinwirot University.
- Boudoir, K. (2009). **Satisfaction transport company's case study trainer Trans Sport Limited**. (ความพึงพอใจของ บริษัท ขนส่งกรณีศึกษา บริษัท ทรานส์สปอร์ต จำกัด). Master's dissertation, Sripatum University Chonburi Campus.
- Boonkitti, N. (2007). **A study on the development of quality of domestic transportation services. Case study of Regent Ferry Working Expedition Co., Ltd.** (การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพบริการขนส่งภายในประเทศ กรณีศึกษา บริษัท รีเจนท์แฟร์รีเวิร์ดรีไฟน์นิ่ง จำกัด). Business Master's dissertation.
- Tawanawasuwan, T. (2006). **The development of retail delivery management (การพัฒนาการบริหารการจัดส่งสินค้าปลีก)**. Kasem Bundit University.