

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ผู้ประกอบธุรกิจระหว่างประเทศในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการโลจิสติกส์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย จำนวน 278 บริษัท เป็นประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ อิเล็กทรอนิกส์ เคมีคอล จำนวน 239 บริษัท มีทุนจดทะเบียน 0.3 ถึง 160 ล้านบาท จำนวน 356 บริษัท ตั้งอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 246 บริษัท มีจำนวนพนักงาน 1 ถึง 180 คน จำนวน 349 บริษัทมีระดับรายได้ 1 ถึง 180 ล้านบาทต่อปี จำนวน 327 บริษัท ก่อตั้งกิจการเป็นระยะเวลา 6 ถึง 10 ปี จำนวน 168 บริษัท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการบริการมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความเข้าถึงง่าย คือ สามารถติดต่อได้สะดวกมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ให้ความสำคัญในด้านการเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในการเลือกประเภทการให้บริการด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย มากที่สุดเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย คือ ระบบการขนส่งมีความปลอดภัย มากที่สุด

4. ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ให้ความสำคัญในด้านการความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากและการทดสอบสมมติฐานด้านการความสามารถในการให้บริการกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถแยกพิจารณาในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า พบว่าความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้าน ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความสามารถในการให้บริการ ความเข้าใจง่าย ความปลอดภัยในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า

2. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า พบว่าความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความสามารถในการให้บริการ ความปลอดภัยในการบริการ ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า

3. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการพบว่าความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านการความสามารถในการให้บริการ ความเข้าใจง่าย ความปลอดภัยในการ

บริการ ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ

4. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางบุคลากร พบว่าความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านความสามารถในการให้บริการ ความสุภาพของบุคลากร ความเข้าใจง่าย ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางบุคลากร

5. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางเจ้าหน้าที่ พบว่าความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเข้าใจง่าย ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางเจ้าหน้าที่

6. ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย พบว่าความเข้าถึงง่าย ความสุภาพของบุคลากร ความสามารถในการสื่อสารข้อความ ความปลอดภัยในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอภิปรายได้ดังนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการด้านโลจิสติกส์ มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน ไม่

มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน นั้นต่างก็มีหน้าที่ความรับผิดชอบแตกต่างกันไปตามกรอบโครงสร้างของแต่ละงานในองค์กร ซึ่งได้มีการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเหมาะสมตามหลักทักษะความสามารถ พร้อมกับมีการมอบหมาย หน้าที่ความรับผิดชอบตามลักษณะงาน(Job Description)ของแต่ละตำแหน่งอยู่แล้วทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคไม่มีผลทำให้ผู้บริโภคมีระดับพฤติกรรมในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ต่างกันแต่ อย่างไรก็ดีซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจรรยา สุขสละ ,ดวงตา สราญรมย์ และสอาด บรรณเจตฤทธิ (2553) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัทขนส่ง จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาปฏิบัติงาน และระดับตำแหน่งงานที่ต่างกันมีระดับ ความผูกพันต่อองค์กร ไม่ต่างกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มลฤดี ต้นสุขานันท์ (2550) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท สื่อสาร โทรคมนาคมแห่งหนึ่ง พบว่า ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กรและตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ของ พนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันแบบมีนัยสำคัญ หมายความว่าไม่ว่าพนักงานจะทำงาน อยู่ใน ตำแหน่งใดหรือมีระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรมากน้อยเท่าใดความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานก็มี ได้ในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนพนักงานที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกัน พบว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000บาท มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างเป็น รายคู่กับ พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย พนักงานที่มี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000บาทมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อ เดือน 10,000- 20,000บาท และพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000บาท มีความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างเป็นราย คู่กับพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000บาทมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มี รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งทิพย์ ปานสวัสดิ์ (2555) พบว่าปัจจัย ส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของก้องนภา ถิ่นวัฒนากุล(2556) ผลการวิจัยพบว่า อัตราเงินเดือนของ พนักงานเทศบาลที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. เพื่อศึกษาความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

2.1 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และมีความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการของผู้ให้บริการมากที่สุดในเรื่องการจัดเก็บสินค้ามีความปลอดภัยอยู่ในลำดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 พาหนะที่ใช้ขนส่งอยู่ในสภาพดีอยู่ในลำดับที่สอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ทุกขั้นตอนของการขนส่งอยู่ในลำดับที่สาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความน่าเชื่อถือของบริษัทอยู่ในลำดับที่สี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ชื่อเสียงของบริษัทอยู่ในลำดับที่ห้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เป็นบริษัทที่ให้บริการมายาวนานอยู่ในลำดับที่หก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และผู้บริหารมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับอยู่ในลำดับที่เจ็ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 จากข้อมูลของตัวแปรสถิติดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร มิ่งขวัญ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกสินค้าของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง พบว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี ทำงานในตำแหน่ง ฝ่ายนำเข้า-ส่งออก และมีประสบการณ์ในการทำงานประมาณ 4-10 ปี ใช้บริการขนส่งผู้สินค้าโดยเฉลี่ย 31 ตู้ขึ้นไปต่อเดือน โดยใช้ผู้สินค้าที่ใช้ในการนำเข้า-ส่งออก เป็นประเภทตู้สแตนด์คาร์ด ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการขนส่งทางเรือ การรู้จักกับบริษัทตัวแทนขนส่งโดยอาศัยเพื่อนๆ เป็นผู้แนะนำ ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้บริการตัวแทนออกสินค้า จำนวน 1-2 ราย และงานที่เกี่ยวข้องคือ งานพิธีการศุลกากร ปัจจัยหลักในการเลือกบริษัทตัวแทนออกสินค้า ของผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

2.2 การตอบสนองความต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการในการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และมีความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการตอบสนองความต้องการในการบริการของผู้ให้บริการมากที่สุดในเรื่องความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ของบริษัทอยู่ในลำดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีระบบการขนส่ง การจัดตั้งที่ทันสมัยอยู่ในลำดับที่สอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีการสอบถามถึงความพึงพอใจในบริการอยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อัตราค่าบริการต่ำอยู่ในลำดับที่สี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีการให้ส่วนลดตาม

ปริมาณการขนส่งอยู่ในลำดับที่ห้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีบริการ โอนเงินทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในลำดับที่หก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 จากข้อมูลของตัวแปรสถิติดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา เทพเอี้ย (2548) ศึกษาการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์สามประการ ประการแรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และประการสุดท้ายคือศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาเป็นค่าขนส่งสินค้าต้องเหมาะสมกับคุณภาพที่มีอิทธิพลมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการให้บริการ ส่วนปัญหาที่เกิดจากการให้บริการ ปัญหาสำคัญคือด้านความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้า รองลงมาเป็นเรื่องความไม่เข้าใจกระบวนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

2.3 ด้านความสามารถในการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และมีความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ด้านความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการมากที่สุดในเรื่องความปลอดภัยในการบริการอยู่ในลำดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความเข้าใจง่ายอยู่ในลำดับที่สอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ความเข้าถึงง่ายอยู่ในลำดับที่สาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความเอาใจใส่ในการบริการอยู่ในลำดับที่สี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความสุภาพของบุคลากรอยู่ในลำดับที่ห้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในลำดับที่หก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความเชื่อถือของผู้บริหารอยู่ในลำดับที่เจ็ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความสามารถในการให้บริการอยู่ในลำดับที่แปด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 การตอบสนองความต้องการอยู่ในลำดับที่เก้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และความสามารถในการสื่อสารข้อความอยู่ในลำดับที่สิบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 จากข้อมูลของตัวแปรสถิติดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลาวไล นุชชธรรม (2550) ศึกษาความเข้าใจของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ลำดับที่ 3 และความคาดหวังของลูกค้าต่อการให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ในรูปแบบการค้าสามฝ่าย กรณีศึกษา: กลุ่มอุตสาหกรรมซื้อ-ขายชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ทั้งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 และผู้ให้บริการ มีความคิดตรงกันว่า ในการจัดจ้างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ลำดับที่ 3 ให้ดำเนินงานและกิจกรรมโลจิสติกส์ มีวัตถุประสงค์หลักๆ ก็เพื่อต้องการควบคุมและลดต้นทุนในการปฏิบัติงาน ส่วน

วัตถุประสงค์รอง คือ ความต้องการในการลดความเสี่ยง 2) ในด้านบริการที่คาดหวังจะได้รับทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับการบริการในด้านความถูกต้องของเอกสารเป็นอันดับแรกและความรวดเร็วในการให้บริการและจัดส่งสินค้าเป็นอันดับสอง ในขณะที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 เข้าใจว่าลูกค้าต้องการให้ผู้บริการสนองตอบต่อความต้องการของตนในด้านความรวดเร็วในการให้บริการและจัดส่งสินค้าเป็นอันดับแรก และการให้บริการในราคาที่ถูกลง จะถูกพิจารณาเป็นอันดับรองลงมา ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำให้ทราบว่า ปัจจัยทางด้านวัตถุประสงค์และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันในบางปัจจัย และสามารถนำมารวมกลุ่มกันได้ และค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยโลจิสติกส์สามารถอธิบายถึงแนวโน้มในการเลือกหรือไม่เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 แบบครบวงจรอย่างชัดเจน

2.4 ด้านความเข้าถึงง่ายกับความเอาใจใส่ในการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความเข้าถึงง่ายกับความเอาใจใส่ในการบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และมีความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ด้านความเข้าถึงง่ายกับความเอาใจใส่ในการบริการของผู้ให้บริการมากที่สุดในเรื่องสามารถติดต่อได้สะดวกอยู่ในลำดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 การติดต่อประสานงานไม่ยุ่งยากอยู่ในลำดับที่สอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 สามารถได้ติดต่อตลอด 24 ชั่วโมงอยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีเว็บไซต์ของบริษัทอยู่ในลำดับที่สี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในลำดับที่ห้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 จากข้อมูลของตัวแปรสถิติดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วตา เจริญเจริญ (2548) ศึกษาแบบจำลองโลจิสติกส์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 (Third Party Logistics Provider : 3PL) ของผู้ประกอบการ โดยนำข้อมูลของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก จำนวน 120 ตัวอย่างมาใช้ในการศึกษา โดยให้ตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้และไม่เลือกใช้บริการ ส่วนตัวแปรอิสระ จะแทนด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ 26 ตัว และทำการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละตัวและรวมกลุ่มโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 89 โดยที่มีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน (Support Factor) ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผู้ให้บริการ (Vendor's Profile) โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการเลือกใช้ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านสิ่งสนับสนุนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการมีให้ และปัจจัยทางด้านราคา

ผลการวิจัยที่ได้รับ

การศึกษาความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับ พบว่า

1. **ความเข้าถึงง่าย** เป็นความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในลำดับมาก เป็นลำดับที่หนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 สอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman และคณะ (Parasuraman et al., 1985: 47) ซึ่งสรุปได้ว่า หมายถึงความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เช่น สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้าน เวลาและ สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสม สะดวกสบายในการเดินทาง

2. **ความเชื่อถือไว้วางใจได้** เป็นความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในลำดับมาก เป็นลำดับที่สอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 สอดคล้องกับทฤษฎีของParasuraman และคณะ (Parasuraman et al., 1985: 47) ซึ่งสรุปได้ว่า ความไว้วางใจได้ (Reliability) เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน และผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่า การให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง

3. **ความสามารถของผู้ให้บริการ** เป็นความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในลำดับมาก เป็นลำดับที่สาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 สอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman และคณะ (Parasuraman et al., 1985: 47) ซึ่งสรุปได้ว่า หมายถึงคุณสมบัติในการมีทักษะและความรู้ความสามารถในการให้บริการ นั่นคือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ

4. การตอบสนองความต้องการ เป็นความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในลำดับมาก เป็นลำดับที่สี่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 สอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman และคณะ (Parasuraman et al., 1985: 47) ซึ่งสรุปได้ว่า คือความตั้งใจและความพร้อมที่จะให้บริการของพนักงาน รวมไปถึงความเหมาะสมของระยะเวลาให้บริการด้วย เช่น พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะเลือกใช้บริการด้านโลจิสติกส์กับผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ นั้น ปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ขณะที่การศึกษาความสามารถในการให้บริการกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะเลือกใช้บริการ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ นั้น จะให้ความสำคัญด้านความสามารถในการให้บริการ ไปพร้อมกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และสามารถอธิบายถึงแนวโน้มของความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคค่อนข้างน้อย เห็นได้จากค่าของ R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) สูงสุดอยู่ที่ ร้อยละ 34.50% กล่าวคือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ร้อยละ 34.50% แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยด้านอื่นๆอีกร้อยละ 66.50% นอกเหนือจากปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัญชลาวไล บุศยธรรม (2550) ที่ศึกษาความเข้าใจของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ลำดับที่ 3 และความคาดหวังของลูกค้าต่อการใช้บริการ กิจกรรม โลจิสติกส์ในรูปแบบการค้าสามฝ่าย กรณีศึกษา: กลุ่มอุตสาหกรรมซื้อ-ขายชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์กระดาษ พบว่า ปัจจัยทางด้านวัตถุประสงค์และความคาดหวังในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันบางอย่างปัจจัยและสามารถนำมารวมกลุ่มกันได้ และค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากผลการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอย โลจิสติกส์สามารถอธิบายถึงแนวโน้มในการเลือกหรือไม่เลือกใช้บริการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ลำดับที่ 3 แบบครบวงจรอย่างชัดเจน

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. **ด้านองค์กร** ใช้เป็นแนวทางในด้านความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถรักษามูลค่าที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงานให้คงอยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว และทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันส่งผลโดยตรงต่อเป้าหมายของงานและความสำเร็จขององค์กร

2. **ด้านสังคม** ช่วยให้เกิดวิทยาการใหม่ๆ เพิ่มพูนมากยิ่งขึ้นทั้งทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติ สามารถใช้ผลการวิจัยกระตุ้นความสนใจของนักวิชาการ ให้มีการใช้ผลการวิจัยและทำงานค้นคว้าวิจัยต่อไป

3. **ด้านประเทศชาติ** เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการจัดทำแผนงาน กำหนดนโยบายหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านต่างๆ รวมทั้งกระตุ้นบุคคลให้มีเหตุผล รู้จักคิด และค้นคว้าหาความรู้อยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 1 ถึง 180 ล้านบาทต่อปี แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการขนาดกลางจะต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรและมีความได้เปรียบกว่าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ดังนั้น การเลือกใช้บริการผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ จึงเป็นทางออกสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง ในการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน

1.2 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการบริการ มากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ควรจัดทำระบบรักษาความปลอดภัยด้านการขนส่ง เช่น พาหนะที่ใช้ขนส่งควรอยู่ในสภาพที่ดี ระบบการจัดเก็บสินค้า เช่น มีคลังสินค้าที่มีความปลอดภัย มีกล้องวงจรปิดในคลังสินค้า เพื่อป้องกันสินค้าสูญหาย นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการตรวจสอบสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ

1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญใน ด้านการเลือกประเภทการ ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านความ รวดเร็วและความปลอดภัย มากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรง หลายๆบริษัทต้อง สร้างความสามารถทางการแข่งขัน สร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ ความรวดเร็วเป็นปัจจัย หนึ่งในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้ และการที่ผู้ประกอบธุรกิจเลือกให้ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะว่าต้องการความรวดเร็วกว่าการจัดส่งเอง ต้องการให้สินค้าจัดส่งไป ถึงลูกค้าให้เร็วที่สุดอีกทั้งต้องการให้สินค้าอยู่ในสภาพดีมีความปลอดภัยอีกด้วย ดังนั้น ผู้ให้บริการ ด้านโลจิสติกส์ ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ระบบการจัดส่งสินค้ามี ความรวดเร็ว โดยในแต่ละขั้นตอนของการจัดส่งจะต้องไม่มีการสูญเสียของเวลา อีกทั้งบริษัทควร สร้างเครือข่ายทางธุรกิจด้านการจัดส่งสินค้าเพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการจัดส่ง

1.4 จากผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการ ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ประกอบธุรกิจจะเลือกใช้ บริการ ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ นั้นจะให้ความสำคัญด้านความสามารถในการให้บริการไปพร้อมกับ ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ควร บริหารจัดการให้บริษัทของตนเองมี ความสามารถในการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ การ ตอบสนองความต้องการ ความสามารถในการให้บริการ ความเข้าถึงง่าย ความสุภาพของบุคลากร ความเข้าใจง่าย ความ สามารถในการสื่อสารข้อความ ความเชื่อถือของผู้บริหาร ความปลอดภัยในการ บริการ ความเอาใจใส่ในการบริการ ให้สอดคล้องกับลักษณะการให้บริการ ด้านช่องทางการขนส่ง สินค้า ระบบการจัดเก็บสินค้า เครือข่ายการให้บริการ การให้บริการทางบุคลากร การให้บริการของ เจ้าหน้าที่ ความรวดเร็วและความปลอดภัย ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อสามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้ประกอบธุรกิจ ได้เป็นอย่างดี

1.5 จากผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคค่อนข้างน้อย ดังนั้นผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ จะต้องเพิ่ม ศักยภาพในการให้บริการของบริษัทให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่นับวันจะมี การเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ของตัวแปรอิสระนอกเหนือจากความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้การศึกษาครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ติดต่อ การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ของตัวแปรตามนอกเหนือจากลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ความพึงพอใจจากการใช้บริการ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจ จากการใช้บริการและจะได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงการให้บริการต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยแยกตามประเภทของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ นำผลการศึกษาไปใช้ให้ตรงกับประเภทการให้บริการ

2.4 ควรมีการศึกษาถึงประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจ จากการให้บริการด้านโลจิสติกส์ จากผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ว่าสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านใด หรือสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านใดของผู้ประกอบธุรกิจ

2.5 ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบธุรกิจจากการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์