

บทคัดย่อ

ปัจจุบันหน่วยธุรกิจได้หันมาใช้บริการจากหน่วยงานนอก (outsourcing service) มากขึ้น ธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร (messenger service) ที่เป็นภาคย่อยภาคหนึ่งของ “ธุรกิจ outsource” ได้รับความนิยม เนื่องจากเกิดความต้องการจ้างพนักงานส่งเอกสารมากขึ้น

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรับส่งเอกสาร และศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฯ โดยทำการศึกษาจากผู้ใช้บริการแบ่งตามประเภทธุรกิจ (ธุรกิจซื้อ-ขายไป ธุรกิจทัวร์ และธุรกิจบริการที่ประกอบด้วยบริการทางทนายความและบัญชี) และแบ่งตามขนาดของธุรกิจ (ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่) ในพื้นที่กลุ่มเขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตวัฒนา ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่นำตัวแปรเชิงคุณภาพจากสมการอุปสงค์ของความต้องการใช้บริการรับส่งเอกสาร (Demand Function) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและคุณภาพของบริการ และนำแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการมาประยุกต์ ซึ่งได้เลือกตัวอย่างศึกษาคิดเป็นร้อยละ 30 จากจำนวนบริษัทของแต่ละธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 2 กรณี ได้แก่ การวิเคราะห์ผลประเภทธุรกิจ (ใช้วิธีการวัดสัดส่วนในรูปร้อยละ) และการวิเคราะห์ผลขนาดของธุรกิจ (ใช้วิธีการวัดสัดส่วนในรูปร้อยละ และการทดสอบความเป็นอิสระของขนาดของธุรกิจ) ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งความคาดหวังภายใต้ทฤษฎีความต้องการบริโภค (ความต้องการใช้บริการ) แปรผันตามรายรับ (ซึ่งแปรตามขนาดของกิจกรรมหรือธุรกรรมในธุรกิจ) และประสบการณ์ตรงก่อนทำการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อ-ขายไปมีการส่งสินค้ามาก ทำให้การรับประกันความเสียหายและความปลอดภัยของสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการฯ ธุรกิจกลุ่มที่มีรายรับน้อย ไม่นิยมจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานน้อย จึงนิยมใช้บริการฯ รายเที่ยวจากบริษัทรับส่งฯ ซึ่งการใช้บริการฯ ส่วนมากเป็นการส่งงานล่วงหน้า ทำให้สามารถรอได้นานหลังจากใช้บริการ ขณะที่กลุ่มที่มีรายรับมากนิยมจ้างพนักงานฯ ประจำหน่วยงานเพราะเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากปริมาณงานที่มาก แต่ก็มีการใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯ ในกรณีที่ม้งานเร่งด่วน(หรือพนักงานฯ ประจำหน่วยงานลางาน) ทำให้เกิดความรีบเร่งในการใช้บริการและรอได้ไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานฯ จากบริษัทรับส่งเอกสารของธุรกิจซื้อ-ขายไป ส่วนใหญ่เป็นการจ้าง 1 รายแบบขาประจำ เพราะทำให้เกิดความไว้วางใจได้

ธุรกิจทัวร์มีการส่งตัวโดยสารที่มีมูลค่า ทำให้ความสามารถในการจัดส่งและการรับประกันความเสียหายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการฯ ธุรกิจทัวร์ (ทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่) จ้างพนักงานฯประจำหน่วยงาน เพราะมีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากมีปริมาณงานที่มาก แต่ก็เคยใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯในกรณีที่มีงานเร่งด่วนหรือเวลาที่มียานมาก ทำให้เกิดความรีบเร่งในการใช้บริการและรอได้ไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯของธุรกิจทัวร์ ส่วนใหญ่เป็นการจ้าง 1 รายแบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้

ธุรกิจบริการ (ทนายความและบัญชี) มีการส่งเอกสารสำคัญ ทำให้มีการรับประกันความเสียหายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร ธุรกิจบริการกลุ่มที่มีรายรับน้อย ไม่นิยมจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานที่น้อย จึงนิยมใช้บริการฯรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งฯ ขณะที่กลุ่มที่มีรายรับมากนิยมจ้างพนักงานฯประจำหน่วยงาน เพราะมีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากมีปริมาณงานที่มาก ธุรกิจบริการใช้ส่งเอกสารสำคัญที่ต้องส่งถึงปลายทางอย่างถูกต้องและตรงเวลา จึงมีระยะเวลารอหลังการเรียกใช้บริการไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯของธุรกิจบริการแต่ละขนาด ส่วนมากเป็นการจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย เพราะเชื่อว่าการจ้าง 1 รายแบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้สำเร็จได้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์ของ รองศาสตราจารย์ ดร. นิรมล สุธรรมกิจ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเฉพาะเรื่อง และดร.นันทวุฒิ พิพัฒน์เสวีธรรม กรรมการงานวิจัยเฉพาะเรื่อง ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอาจารย์ทั้งสองท่านมา ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ พี่น้องทุกคนในครอบครัว และเพื่อนร่วมรุ่น MBE 8 ทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนการศึกษาและงานวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณมีชัย คงชื่นสิน ที่สนับสนุนข้อมูลที่สำคัญของงานวิจัยฉบับนี้ และขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจทุกท่าน ที่ได้ช่วยเหลือและให้คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้วิจัย รวมถึงผู้ประกอบการที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

หากงานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

พูนศักดิ์ อุดมธวัชชัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ.2549

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(9)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวความคิดทางด้านตัวกำหนดอุปสงค์.....	7
2.2 คุณลักษณะของการให้บริการ.....	8
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ.....	9
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	10
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11

3	ธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร.....	14
	3.1 ความเป็นมาของบริษัทรับส่งเอกสาร.....	14
	3.2 รูปแบบการให้บริการรับส่งเอกสาร.....	15
	3.3 การรับประกันความเสียหาย.....	20
	3.4 ต้นทุนในการจ้างพนักงานส่งเอกสารเป็นรายเที่ยว.....	20
	3.5 ลักษณะงานบริการรับส่งเอกสาร.....	21
	3.6 ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร.....	22
4	วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
	4.1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	24
	4.2 การรวบรวมข้อมูล.....	26
	4.3 การกำหนดขนาดตัวอย่าง.....	26
	4.4 แนวทางในการวิเคราะห์ผล.....	28
	4.5 การกำหนดแบบสอบถาม.....	31
5	ผลการวิจัย.....	33
	5.1 ผลการศึกษาประเภทของธุรกิจ ที่เข้ามา-ขายไป(Trading) , ทัวร์(Tour) , บริการ(Service)	33
	5.2 ผลการศึกษาขนาดของแต่ละประเภทของธุรกิจ (Firm Size).....	46
	5.3 สรุปองค์ประกอบของบริการที่กำหนดการใช้บริการรับส่งเอกสาร และพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร แบ่งเป็นประเภทธุรกิจ.....	59
	5.4 สรุปองค์ประกอบของบริการที่กำหนดการใช้บริการรับส่งเอกสาร และพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร แบ่งเป็นขนาดของแต่ละประเภทธุรกิจ	60

6	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	62
	6.1 สรุปผลการศึกษาของค้ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ รับส่งเอกสารของแต่ละประเภทธุรกิจ.....	62
	6.2 สรุปผลการศึกษาโดยภาพรวม.....	64
	6.3 ข้อเสนอแนะผู้ที่สนใจประกอบกิจการรับส่งเอกสาร.....	65
	6.4 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ.....	65
ภาคผนวก		
ก	การคำนวณค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์เพื่อกำหนดขนาดของแต่ละประเภทธุรกิจ.....	68
ข	แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	71
ค	ข้อมูลประกอบผลการวิจัย.....	75
ง	การทดสอบค่าไคร้แสดควร์.....	82
	บรรณานุกรม.....	91

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนบริษัทให้บริการรับส่งเอกสารในกรุงเทพฯ.....	1
1.2	เปรียบเทียบการทำงานของ EMS กับบริษัทรับส่งเอกสาร.....	3
1.3	การเทียบสัดส่วน Market Share ของบริษัทรับส่งเอกสาร.....	4
3.1	อัตราค่าบริการในกรุงเทพฯมหานคร 50 เขต.....	15
3.2	ระยะทางเชื่อมโยง 50 เขตของกรุงเทพฯ.....	16
3.3	อัตราค่าบริการปริมาตร 5 จังหวัด.....	17
3.4	อัตราค่าบริการนิคมอุตสาหกรรม.....	18
3.5	อัตราค่าบริการทุกสินค้า.....	18
3.6	อัตราค่าบริการเหมาจ่ายคิดเป็นรายเดือนต่อพนักงานส่งเอกสาร 1 คน.....	19
3.7	อัตราค่าบริการเหมาจ่ายเป็นรายวันต่อ 1 คน.....	19
3.8	อัตราส่วนต้นทุนการจ้างพนักงานส่งเอกสารเป็นรายเที่ยว.....	21
4.1	จำนวนผู้ประกอบการตามประเภทธุรกิจในแต่ละพื้นที่ และวัฒนา.....	27
4.2	ตัวอย่างประชากรที่ทำการศึกษากำหนดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวน รายทั้งหมด.....	27
5.1	การใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆ ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	34
5.2	การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	36
5.3	การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	38
5.4	การให้ความสำคัญ “คุณภาพของบริการ” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	40
5.5	การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณภาพของบริการ” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	42
5.6	การเลือก “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	44

5.7	การจ้าง “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	45
5.8	“ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ” ของธุรกิจแต่ละประเภท.....	46
5.9	การใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	48
5.10	การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	50
5.11	การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณภาพของบริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	51
5.12	การทดสอบความสัมพันธ์ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	53
5.13	สัดส่วนในร้อยละของ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	53
5.14	การทดสอบความสัมพันธ์ “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้าง ในแต่ละเดือน” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	55
5.15	สัดส่วนในร้อยละของ “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างใน แต่ละเดือน” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	56
5.16	การทดสอบความสัมพันธ์ “ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลัง เรียกใช้บริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	58
5.17	สัดส่วนในร้อยละของ “ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลัง การเรียกใช้บริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท.....	58

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1.1	ขอบเขตการศึกษา.....	5
3.1	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ.....	22
4.1	กรอบแนวความคิดในงานศึกษาคู่ประกอบที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการ.....	24
4.2	กรอบการทดสอบสมมติฐาน.....	29