

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันหน่วยธุรกิจได้หันมาใช้บริการจากหน่วยงานนอก (outsourcing service) มากขึ้น อาทิ ยาม แม่บ้าน พนักงานทำความสะอาด ไกด์ พยาบาล และพนักงานส่งเอกสาร เป็นต้น ธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร (messenger service) ที่เป็นภาคย่อยภาคหนึ่งของ “ธุรกิจ outsource” ได้รับความนิยม เนื่องจากเกิดความต้องการจ้างพนักงานส่งเอกสารมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสารในกรุงเทพฯ ที่มีมากกว่า 100 บริษัท ดังแสดงในตารางที่ 1.1

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าบริษัทให้บริการรับส่งเอกสารในกรุงเทพฯ มีการกระจุกตัวอยู่ตามถนนที่สามารถจะอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจอื่นๆ ได้อย่างทั่วถึง ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 5 กลุ่มหลัก และที่เหลือคือบริษัทที่กระจายตัวอย่างเบาบางตามพื้นที่อื่นๆ จะเห็นว่าในกลุ่มเขตห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา มีการกระจุกตัวของธุรกิจบริการรับส่งเอกสารเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมา คือ กลุ่มเขตบางรัก สาทร ยานนาวา และปทุมวัน คิดเป็นร้อยละ 18

ตารางที่ 1.1

#### จำนวนบริษัทให้บริการรับส่งเอกสารในกรุงเทพฯ

เขต	จำนวน/ราย	ร้อยละ	ถนนหลักที่ให้บริการ
ห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา	26	22	รัชดาภิเษก อโศก พระราม 9
บางรัก สาทร ยานนาวา และปทุมวัน	21	18	สีลม สาทร เจริญกรุง เพชรบุรี
วังทองหลาง ลาดพร้าว และปิ่นเกล้า	15	14	ลาดพร้าว ประเสริฐมนูกิจ
จตุจักร บางซื่อ พญาไท และราชเทวี	16	14	พหลโยธิน เพชรบุรี ประดิพัทธ์
คลองเตย และสวนหลวง	15	12	สุขุมวิท พัฒนาการ
อื่นๆ	24	20	
รวม	117	100.00	

ที่มา : ธนาคารกรุงไทย 15 พฤษภาคม 2548

ธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่สามารถเป็นทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการจ้างพนักงานส่งเอกสาร คือ การจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน และบริการส่งด่วนของไปรษณีย์ไทย (EMS) อย่างไรก็ตามการจ้างพนักงานส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร มักได้รับความนิยมมากกว่าเนื่องจากมีข้อดีหลายประการเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่นๆ ดังนี้

ข้อดีของการจ้างบริษัทรับส่งเอกสารเปรียบเทียบกับการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน สามารถสรุปได้อย่างน้อย 7 ประการ ดังนี้

- ก. ลดการควบคุมพนักงานส่งเอกสาร เนื่องจากเป็นการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งเอกสาร จึงไม่ต้องควบคุม ดูแลพนักงานฯ โดยบริษัทรับส่งฯจะเป็นผู้ควบคุมให้พนักงานฯปฏิบัติตามที่ตามที่ได้รับคำสั่งทั้งสิ้น
- ข. ลดค่าเสียโอกาส เนื่องจากหน่วยธุรกิจไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้จากการลาหยุดงานของพนักงานฯไม่ว่าจะลาป่วย ลากิจ หรือลาพักร้อน หากหน่วยธุรกิจจ้างพนักงานฯเองย่อมต้องแบกรับภาระดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งเอกสารทดแทนการลาของพนักงานฯประจำนั้น
- ค. ลดค่าใช้จ่ายเรื่องสวัสดิการ ภาระค่าประกันสังคม ค่าประกันภัยอุบัติเหตุ ค่าสวัสดิการภายในสำนักงาน เป็นต้น
- ง. ลดค่าจ้าง เนื่องจากจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯไม่ต้องจ่ายค่าจ้างในวันที่ไม่มีงานหรืองานน้อย ไม่ต้องปรับขึ้นเงินเดือนและจ่ายเงินโบนัสเมื่อถึงสิ้นปี
- จ. ลดค่าฝึกอบรม เนื่องจากจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯที่มีความชำนาญเส้นทางและมีความเข้าใจถึงงานบริการทางเอกสารเป็นอย่างดี ทำให้ไม่ต้องเสียค่าฝึกอบรมรวมถึงค่าเสียเวลาที่ต้องค้นหาจุดหมายปลายทาง
- ฉ. ลดค่าใช้จ่ายของค่าน้ำมัน เนื่องจากค่าน้ำมันเป็นเงินที่พนักงานส่งเอกสารเบิกกับนายจ้าง และมักจะพบว่ามีการเบิกเกินความเป็นจริง เมื่อใช้พนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯทำให้ไม่ต้องรับภาระจากเบิกเกินความเป็นจริงดังกล่าว
- ช. ลดต้นทุนการซื้อสินทรัพย์และค่าสึกหรอ เนื่องจากการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯทำให้ไม่ต้องซื้อยานพาหนะและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม

ข้อดีของการจ้างบริษัทรับส่งเอกสารเปรียบเทียบกับ EMS

EMS เป็นการให้บริการแบบจัดส่งอย่างเดียวเท่านั้น แต่บริษัทรับส่งฯให้บริการทั้งแบบจัดส่งอย่างเดียวและแบบที่มีการนำของกลับ ซึ่งทำให้บริษัทรับส่งฯตอบสนองต่องานรับส่งเอกสารได้มากกว่า ดังแสดงการเปรียบเทียบในตารางที่ 1.2

## ตารางที่ 1.2

### เปรียบเทียบการทำงานของ EMS กับบริษัทรับส่งเอกสาร

EMS (บริการจัดส่งอย่างเดียว)	บริษัทรับส่งเอกสาร (บริการทั้งส่งและรับ)
- ส่งจดหมาย เอกสาร - ส่งพัสดุ - ส่งธนาคัตติ	- เอกสาร ส่งพัสดุ ส่งเงิน - วางบิล เก็บเช็ค - รับเอกสาร สินค้า - ประกอบธุรกรรม (ธนาคาร หน่วยราชการ)

ที่มา : ไปรษณีย์ไทยและข้อมูลผู้ประกอบการ

จากข้อได้เปรียบข้างต้นทำให้บริษัทรับส่งเอกสารได้รับความนิยมและมีผู้ใช้บริการอย่างแพร่หลาย มีผู้ใช้บริการในหลายๆประเภทธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ธุรกิจทัวร์ ธุรกิจบริการ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจรถมือสอง ธุรกิจร้านอาหาร หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะความต้องการและคุณภาพของบริการที่แตกต่างกัน รวมทั้งยังมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเพื่อที่จะหาคำตอบความแตกต่างกันดังกล่าว โดยทำการศึกษาถึง องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของผู้ใช้บริการ

### 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ก. เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของบริการรับส่งเอกสารที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากผู้ใช้บริการ (Consumer)

ข. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของผู้ใช้บริการ

### 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าในกลุ่มแรกเขตห้วยขวาง ดินแดง วัฒนา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทำเลที่ตั้ง ถนนรัชดาภิเษก ถนนอโศก และถนนพระราม 9 มีบริษัทรับส่งเอกสารอยู่ 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 ของจำนวนที่มีทั้งหมดในกรุงเทพฯ รองลงมาคือกลุ่ม บางรัก สาทร ยานนาวา และปทุมวัน ซึ่งครอบคลุมถนนสีลม สาทร เจริญกรุง และเพลินจิตร์ มีบริษัทรับส่งฯอยู่ 21 ราย ขณะที่แบ่งของตลาด (Market Share) ของบริษัทรับส่งฯในกลุ่มต่างๆโดยเปรียบเทียบจำนวน

บริษัทที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าเป้าหมายรวมที่มีอยู่ทั้งหมดกับจำนวนบริษัทรับส่งฯ จะเห็นได้ว่ากลุ่มสอง เขตบางรัก สาทร ยานนาวา และปทุมวัน มีส่วนแบ่งของตลาดมากที่สุด คือ 1,182 บริษัทต่อราย รองลงมาคือกลุ่ม เขตวังทองหลาง ลาดพร้าว และบึงกุ่ม มีส่วนแบ่งของตลาด คือ 848 บริษัทต่อราย และลำดับที่สามคือกลุ่ม เขตห้วยขวาง ดินแดง วัฒนา มีส่วนแบ่งของตลาด คือ 756 บริษัทต่อราย ดังแสดงในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3

การเทียบสัดส่วน Market Share ของบริษัทรับส่งเอกสาร

เขต	จำนวนบริษัทลูกค้ารวม ในแต่ละกลุ่ม (ราย)	จำนวนบริษัทรับส่ง เอกสาร (ราย)	Market Share (ต่อราย)
ห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา	19,665	26	756
บางรัก สาทร ยานนาวา และปทุมวัน	24,827	21	1,182
วังทองหลาง ลาดพร้าว และบึงกุ่ม	12,723	15	848
จตุจักร บางซื่อ พญาไท และราชเทวี	9,202	16	575
คลองเตย และสวนหลวง	11,111	15	740

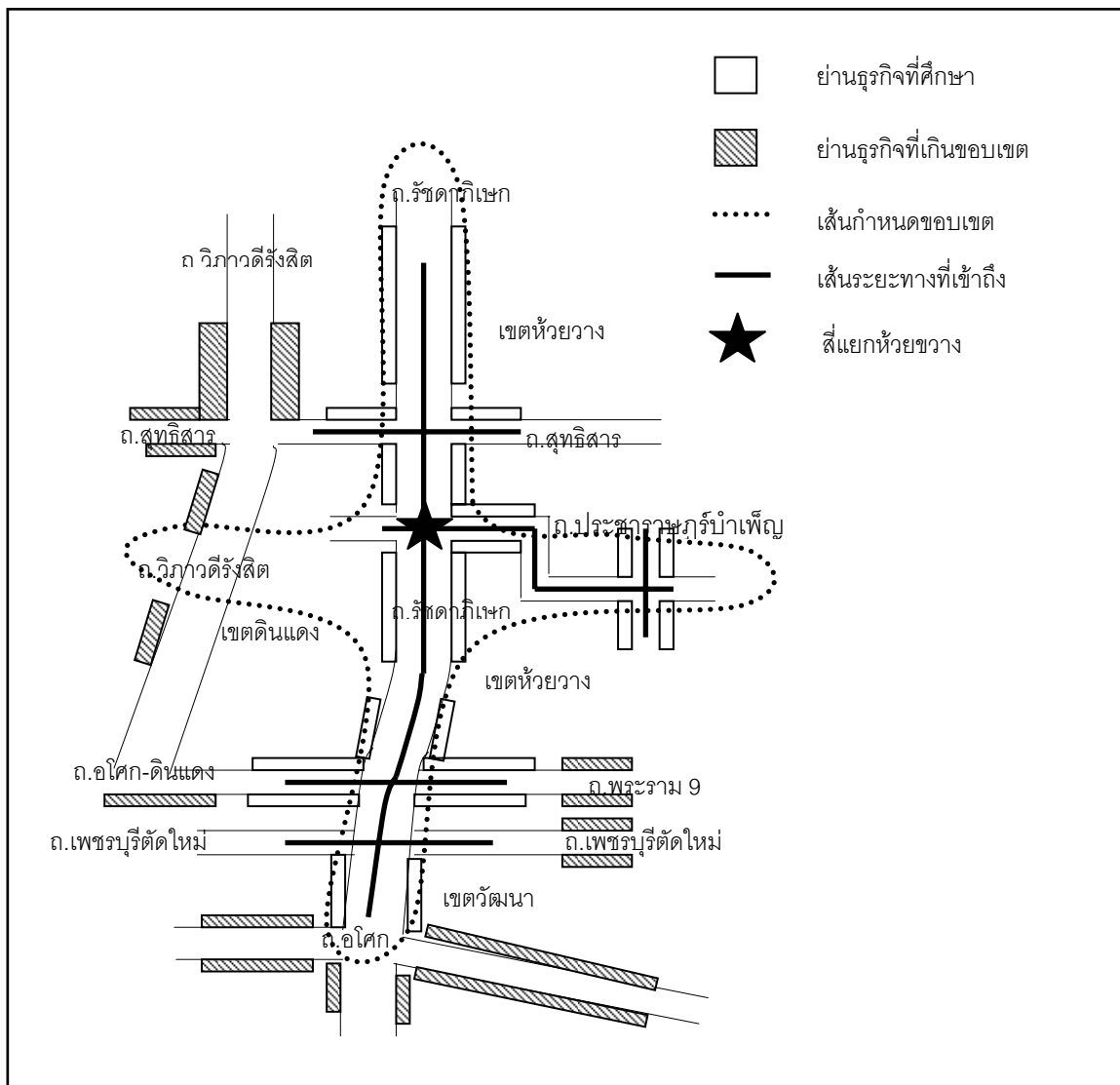
ที่มา : จากการคำนวณ

เนื่องจากกลุ่ม เขตห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา มีจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารมากที่สุด จึงเป็นที่น่าสนใจในการทำการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาบริษัทลูกค้าในบริเวณเขตห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก.การกำหนดพื้นที่ศึกษา โดยใช้การกำหนดระยะทางจากบริเวณสี่แยกห้วยขวางเป็นจุดศูนย์กลาง คิดระยะทางไม่เกิน 5 กิโลเมตร ดังภาพที่ 1.1

จากภาพที่ 1.1 พื้นที่ทำการศึกษาจากสี่แยกห้วยขวางจุดศูนย์กลาง (จุดดาว) วัตรระยะทางไม่เกิน 5 กิโลเมตร (เส้นประ) ตามระยะทางบนถนนทำให้ครอบคลุมถนนหลัก (เส้นทึบ) คือ ถนนรัชดาภิเษก ถนนสุทธิสารวินิจฉัย ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ ถนนพระราม 9 ถนนอโศก-ดินแดง ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และถนนอโศก(สุขุมวิท 21) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เขตทั้งหมด 3 เขต คือ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตวัฒนา เป็นหลัก

ภาพที่ 1.1  
ขอบเขตการศึกษา



ข.การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดภายใต้เงื่อนไขระยะเวลาศึกษาและงบประมาณที่จำกัด จึงได้เลือกศึกษา 3 ประเภทธุรกิจของลูกค้าที่มีการใช้บริการบริษัทรับส่งเอกสารเป็นประจำ คือ ธุรกิจท่องเที่ยว (Tour) ธุรกิจซื้อมา-ขายไป (Trading) และธุรกิจบริการ (Service) โดยกำหนดขอบเขตของแต่ละประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยว (Tour) โดยเป็นกลุ่มผู้ให้บริการท่องเที่ยว จัดหาที่พัก ขยายตัวเดินทางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

ประเภทที่ 2 ธุรกิจซื้อมา-ขายไป (Trading) โดยเป็นกลุ่มผู้ขายสินค้าที่สามารถบรรทุกด้วยรถจักรยานยนต์ได้ อาทิ วาล์ว เครื่องมือช่าง พลาสติก เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก  
ข้อต่อเหล็ก เป็นต้น

ประเภทที่ 3 ธุรกิจบริการ (Service) โดยเป็นกลุ่มผู้ที่ให้บริการทางกฎหมายหรือบัญชี  
เท่านั้น

ค.การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดโดยใช้รายรับของแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งกำหนดแต่ละประเภทธุรกิจ แบ่งเป็น 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งหลักเกณฑ์รายละเอียดจะกล่าวในบทที่ 4 ต่อไป

#### 1.4

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้ คาดว่าจะ ทราบข้อมูลเรื่อง "องค์ประกอบของบริการ" ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร และ "พฤติกรรมของผู้ใช้บริการฯ" ซึ่งคาดว่าจะได้ประโยชน์ ดังนี้

ก. สำหรับผู้ที่ประกอบกิจการให้บริการรับส่งเอกสาร จะทราบถึง"องค์ประกอบของบริการ" ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร และ "พฤติกรรมของผู้ใช้บริการฯ" ของลูกค้าจากกลุ่มธุรกิจที่แตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบของบริษัทฯให้เหมาะสมได้

ข. ผู้ที่สนใจทั่วไป จะทราบถึง"องค์ประกอบของบริการ" ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร และ "พฤติกรรมของผู้ใช้บริการฯ" ของลูกค้าจากกลุ่มธุรกิจที่แตกต่าง เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ หรือใช้เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจทำธุรกิจบริการรับส่งเอกสารได้

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นการศึกษาองค์ประกอบของบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของผู้ใช้บริการฯ ตามขอบเขตที่ได้กำหนดเพื่อวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. แนวความคิดทางทฤษฎีด้านตัวกำหนดอุปสงค์
2. คุณลักษณะของการให้บริการ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ
4. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวความคิดทางทฤษฎีด้านตัวกำหนดอุปสงค์

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาถึง “องค์ประกอบของบริการ” ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและ “พฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร” ของผู้ให้บริการฯ ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรม โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการฯ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพบริการ ปัจจัยเหล่านี้อาจจัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของตัวกำหนดอุปสงค์ตามแนวความคิดทางทฤษฎีด้านตัวกำหนดอุปสงค์ ดังนั้น จึงต้องทำความเข้าใจตัวกำหนดอุปสงค์เสียก่อน

ตัวกำหนดอุปสงค์<sup>1</sup> หมายถึง ตัวแปรปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อปริมาณที่บริษัทแต่ละรายย่อมมีความต้องการจะใช้บริการฯ โดยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการฯแต่ละราย ตามฟังก์ชันอุปสงค์ ของบริการรับส่งเอกสาร ดังนี้

$$D = f(P, O, R, B, S, F, Q)$$

D = ความต้องการใช้บริการรับส่งเอกสาร (Quantity Demanded)

P = อัตราค่าบริการ (Price) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ

---

<sup>1</sup> สุวัชร บุนนาค, หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค, พิมพ์ครั้งที่ 12 (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วัฒนาพาณิชย์ 2533), น.7.

- O = บริการจากหน่วยงานอื่น (Other Services) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ
- R = รายรับ (Revenue) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ
- B = ประเภทของธุรกิจ (Business Type) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ
- S = ขนาดของธุรกิจ (Business Size) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ
- F = ความน่าเชื่อถือ (Faith) ในการบริการ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ
- Q = คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ

การศึกษานี้เน้นการศึกษาเชิงพฤติกรรมที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ได้แก่ ศึกษาปัจจัยด้าน ประเภทของธุรกิจ (Business Type) และขนาดของธุรกิจ (Business Size) ซึ่งเป็นปัจจัยใน ส่วนของผู้ใช้บริการ และศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (Faith) และคุณภาพบริการ (Service Quality) ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่ง เอกสาร

## 2.2 คุณลักษณะของการให้บริการ

บริการ<sup>2</sup> (Service) หมายถึง กิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลใน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

คุณลักษณะของการให้บริการ มีส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนี้

ก.บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถรับรู้ได้ด้วย ประสาทสัมผัสทั้งห้าได้

ข.บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) สินค้านั้นสามารถแบ่งเป็นชิ้นหรือ เป็นอันได้ การขายสินค้าจึงสามารถแบ่งแยกขายโดยผ่านคนกลางหลายๆประเภทได้ แต่การขาย บริการใช้ช่องทางการตลาดเพียงอย่างเดียว คือ การขายโดยตรงระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า

ค.บริการจะมีลักษณะแตกต่างกันไปไม่คงที่ (Variability) การให้บริการมีลักษณะการ เปลี่ยนแปลงสูง ลักษณะการบริการเปลี่ยนแปลงไปตามบุคคลที่ให้บริการและบุคคลที่ต้องการใช้ บริการ

<sup>2</sup> บัญญัติ จุลนาพันธุ์และคณะ, หลักการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 3, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2533) ,น.572.

ง.บริการมีลักษณะความต้องการที่สูญเสียดังง่าย (Perishability) บริการนั้นไม่สามารถเก็บรักษาไว้ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งได้ ไม่เหมือนกับสินค้าทั่วไปที่สามารถเก็บไว้ในคลังสินค้าได้

จากการที่บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ดังนั้น สิ่งที่ใช้บริการต้องการมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพบริการ ซึ่งจะนำมาประยุกต์ต่อไป

### 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ

การจัดบริการให้ลูกค้าเชื่อถือและไว้วางใจ<sup>3</sup> จะต้องจัดให้มีสิ่งต่อไปนี้

ก.เพิ่มสิ่งบริการที่สามารถมองเห็นได้ คือ การเพิ่มสิ่งที่สร้างความพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ เช่น การจ้างบริการสาวสวย การฝึกมารยาทที่ดีงาม การฝึกอภัยาศัยที่ดี เป็นต้น

ข.การให้บริการจะต้องเน้นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากบริการ คือ การแสดงให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริงจากการใช้บริการ

ค.ผู้ให้บริการจะต้องมีการปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับการให้บริการ คือ การปรับปรุงหรือการเพิ่มความสามารถในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

ง.การให้บริการต้องใช้ผู้มีชื่อเสียงมาช่วยเพิ่มความไว้วางใจ คือ การรับประกันคุณภาพด้วยการเชิญผู้มีชื่อเสียงมาใช้บริการ เพื่อเป็นตัวอย่างในการใช้บริการและสร้างความน่าเชื่อถือได้

แนวทางการประยุกต์ แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

ก.การเพิ่มสิ่งบริการที่สามารถมองเห็นได้ นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” ที่ต้องมีมารยาทดี มีอภัยาศัยดี

ข.การให้บริการจะต้องเน้นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากบริการ นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์แท้จริง

ค.การปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับการให้บริการ นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ความสามารถในการให้บริการ” บริษัทรับส่งเอกสารต้องมีความสามารถที่จะตอบสนองลูกค้าได้

<sup>3</sup> บัญญัติ จุลนาพันธุ์และคณะ, หลักการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 3, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2533) ,น.573.

ง. การให้บริการต้องให้ผู้มีชื่อเสียงมาช่วยเพิ่มความไว้วางใจ นำมาประยุกต์เรื่อง “การรับประกันความเสียหาย” ซึ่งจะเป็นหลักประกันเพื่อความน่าเชื่อถือของการบริการรับส่งเอกสาร

## 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

Berry and Parasuraman<sup>4</sup> (1991) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพบริการ และพบว่า ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพบริการออกเป็น 5 แบบ คือ

ก. ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ อย่างครบถ้วนและถูกต้อง (Reliability) คือ การบริการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างถูกต้องและครบถ้วน

ข. รูปลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) คือ ความสะดวกของอุปกรณ์ประกอบการบริการ เช่น กระเป๋าใส่เอกสาร ติดตะแกรงบรรจุของ เป็นต้น

ค. ความตั้งใจและความรวดเร็วที่จะให้บริการแก่ลูกค้า (Responsiveness) คือ ความสะดวกรวดเร็วและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ง. ความรู้และบุคลิกภาพกับความสามารถของพนักงานที่บริการ (Assurance) คือ คุณสมบัติที่ของพนักงานที่ต้องมีความรู้ ความสามารถ และบุคลิกภาพที่ดี

จ. การดูแลเอาใจใส่ ความตั้งใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเป็นการส่วนตัว (Empathy) คือ ความตั้งใจที่ใจให้บริการของผู้ให้บริการ เช่น การกล่าวคำต้อนรับลูกค้า การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า การให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เป็นต้น

แนวทางการประยุกต์ ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการประยุกต์ให้สอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

ก. ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ อย่างครบถ้วนและถูกต้อง (Reliability) นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” พนักงานต้องปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ผู้ให้บริการต้องการได้ตามเวลาที่กำหนด

ข. รูปลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวก (Tangible) นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ความปลอดภัยของสินค้า” มีสิ่งของอำนวยความสะดวก เช่น สายรัด กระเป๋าใส่เอกสาร แฟ้มแยกเอกสาร เป็นต้น

---

<sup>4</sup> L. Berry Leonard and A. Parasuman, Marketing Service, (New York : The Free Press A Division of Macmillan, Inc., 1991) p.57-62.

ค.ความตั้งใจและความรวดเร็วที่จะให้บริการแก่ลูกค้า (Responsiveness) นำมาประยุกต์ในเรื่อง “ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ” บริษัทฯต้องตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและขั้นตอนไม่ยุ่งยาก

ง.ความรู้และบุคลิกภาพกับความสามารถของพนักงานที่บริการ (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ ความตั้งใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเป็นการส่วนตัว (Empathy) นำมาประยุกต์ในเรื่อง “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” พนักงานฯต้องเป็นผู้นำสารที่ดีและมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จได้

## 2.5

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีเพียงฉบับเดียวที่เป็นการศึกษาถึงทัศนคติของบุคคลธรรมดาที่มีต่อบริการส่งเอกสารและพัสดุด่วน ระหว่าง EMS และบริการส่งของบริษัทส่งเอกสาร ดังนี้

ณัฐกมล สุขเจริญนุกูล และคณะ<sup>5</sup> (2540) ได้ทำการศึกษา “ทัศนคติของบุคคลทั่วไปต่อการจัดส่งสารละพัสดุด่วนในเขต กทม.และปริมณฑล” โดยผลการศึกษาพบว่า บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 มีความต้องการใช้บริการส่งเอกสารและพัสดุด่วน (EMS) ในการทำงานประจำวัน

ในส่วนของปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการจัดส่ง พบว่าปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สามารถจัดส่งได้โดยไม่เกิดความเสียหายกับสิ่งที่จัดส่ง และถึงมือผู้รับอย่างถูกต้องรวดเร็ว ในขณะที่ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ค่าบริการ และความสะดวกในการใช้บริการอื่นๆ เช่น ขั้นตอนในการบริการ เวลาในการรอคิว ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการมารยาทของผู้ให้บริการ จะมีความสำคัญรองลงไป

ในส่วนของทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการและพนักงานของบริษัทฯไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละปัจจัยจะพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ EMS ในปัจจัยด้านความรวดเร็วในการจัดส่ง ความถูกต้องในการจัดส่ง ค่าบริการ และความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ เห็นอกว่าพนักงานของบริษัทฯในขณะที่ทัศนคติต่อพนักงานของบริษัทฯจะเหนือกว่า EMS ในขั้นตอนการให้บริการ เวลาในการรอคิว เวลาเปิด

<sup>5</sup> ณัฐกมล สุขเจริญนุกูลและคณะ, “ทัศนคติของบุคคลทั่วไปต่อการจัดส่งเอกสารและพัสดุด่วนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, (โครงการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาโท , คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540).

ให้บริการ และมารยาทของผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยที่เห็นว่า EMS ไม่แตกต่างกับพนักงานของบริษัทรับส่งฯ ได้แก่ ความปลอดภัยของสิ่งของ และการรับประกันสิ่งของว่าจะไม่สูญหาย  
 อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการวิเคราะห์ตามกลุ่มผู้ใช้บริการพบว่า การที่ผู้ใช้บริการโดยรวมมีทัศนคติต่อ EMS ที่เหนือกว่าในด้านความรวดเร็วในการจัดส่ง และความปลอดภัยของสิ่งของนั้น เป็นผลมาจากความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยใช้พนักงานของบริษัทรับส่งฯ เป็นหลัก ทำให้ประเมินได้ว่า EMS เหนือกว่าในปัจจุบันทั้งสองนี้เป็นความรู้สึกมากกว่าประสบการณ์ใช้จริง  
 จากการวิจัยสรุปได้ว่าสิ่งที่ EMS ควรจะปรับปรุงก่อนอื่นคือปัจจัยที่ด้อยกว่าพนักงานของบริษัทรับส่งฯ โดยควรปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการเพื่อลดเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องเข้าคิวรอก่อนเป็นอันดับแรก ลดขั้นตอนการให้บริการที่ยุ่งยากลงเป็นอันดับที่สอง จากนั้นจึงเป็นการขยายช่วงเวลากการให้บริการและมารยาทของผู้ให้บริการ เป็นลำดับต่อไปตามลำดับ  
 นอกเหนือจากการปรับปรุงในด้านที่ EMS ด้อยกว่าแล้ว ถ้า EMS สามารถปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ แสดงความสามารถจัดส่งสิ่งของได้โดยไม่เกิดความเสียหายแก่สิ่งที่จัดส่ง และถึงมือผู้รับได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ก็จะมีผลให้ EMS มีความโดดเด่นมากกว่าพนักงานของบริษัทรับส่งฯ และมีส่วนช่วยให้บุคคลทั่วไปหันมาใช้บริการของ EMS เพิ่มขึ้นได้

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยถึง “องค์ประกอบของบริการ” ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฯ และ “พฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร” ของผู้ใช้บริการฯ ซึ่งเป็นบริษัทที่ใช้บริการฯ จากบริษัทรับส่งฯ จึงเป็นมิติการศึกษาที่แตกต่างจากงานวิจัยในอดีตที่ศึกษา “ทัศนคติ” จากบุคคลทั่วไปที่ไม่มีการใช้บริการจริง

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาถึง “องค์ประกอบของบริการ” ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฯ ในเรื่อง “ความน่าเชื่อถือ” และ “คุณภาพของบริการ” ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น และงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการฯ ดังนี้

พฤติกรรมการใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการฯ โดยสรุปได้ ดังนี้

ก. “การเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานฯ” เป็นการศึกษาว่าผู้ใช้บริการต้องการจ้างพนักงานฯ แบบ “มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” หรือ “ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน”

ข."จำนวนบริษัทฯที่จ้าง" เป็นการศึกษาว่าผู้ใช้บริการว่ามีการเรียกใช้บริการจากบริษัทฯส่งๆกี่ราย

ค."ระยะเวลาในรอคิวใช้บริการ" เป็นการศึกษาถึงระยะเวลาในการรอคิวที่ผู้ใช้บริการยอมรับได้หลังการเรียกใช้บริการ

### บทที่ 3

#### ธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร

ธุรกิจบริการรับส่งเอกสารเป็นการให้บริการรับส่งเอกสารและประกอบธุรกรรม โดยใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ บริษัทรับส่งเอกสารจะทำงานตามลักษณะงานที่ลูกค้าได้ว่าจ้าง ซึ่งค่าบริการจะแตกต่างกันออกไป รวมทั้งการคิดค่าบริการเพิ่มเติมในกรณีที่ต้องบรรทุกสินค้า ดังนั้น เนื้อหาในส่วนนี้จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร

#### 3.1 ความเป็นมาของบริษัทรับส่งเอกสาร

การประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงไม่ได้กับการทำธุรกรรมกับลูกค้า ซึ่งกระบวนการของธุรกรรมมีความซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ พนักงานส่งเอกสารเป็นบุคคลที่ช่วยในการติดต่อประสานงานทำธุรกรรมเหล่านั้น แต่เนื่องจากการจัดจ้างพนักงานต้องรับภาระค่าใช้จ่ายและการควบคุมพนักงานตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 จึงทำให้เกิดการให้บริการรับส่งเอกสารโดยมีความเป็นมา ดังนี้

ความเป็นมาที่ 1. การรวมกลุ่มพนักงานส่งเอกสาร โดยอาศัยความชำนาญในการประกอบธุรกรรมรับส่งเอกสารและความชำนาญเส้นทางเป็นจุดแข็งในการนำเสนอบริการ เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและต้นทุนการควบคุมพนักงานของผู้ว่าจ้าง

ความเป็นมาที่ 2. การรวมกลุ่มของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้าง เริ่มจากให้บริการรับส่งเอกสารกับผู้ให้บริการที่ไม่มีกิจการจ้างพนักงานเอง เมื่อความต้องการใช้บริการมากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างจดทะเบียนการค้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

ความเป็นมาทั้งสองข้างต้นการให้บริการรับส่งเอกสารเปรียบเสมือนการรับจ้างทั่วไป ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มพนักงานและกลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ แต่ภายหลังจากนั้นธุรกิจให้บริการฯ ได้กลายมาเป็น “ธุรกิจ outsource” โดยมีผู้ประกอบการหันมาสนใจการให้บริการมากขึ้น และจัดตั้งบริษัทรับส่งเอกสารทำหน้าที่จัดหา รวบรวม และฝึกอบรมพนักงาน เพื่อเสนอให้บริการรับฯ

### 3.2 รูปแบบการให้บริการรับส่งเอกสาร

รูปแบบการให้บริการให้บริการรับส่งเอกสารแบ่งแยกตามความต้องการใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยถูกแบ่งตามปริมาณงานของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

**รูปแบบที่ 1.** บริการรายเที่ยวหรือบริการด่วน (Job by job/Express Service) คือ การส่งพนักงานรับส่งเอกสารไปให้บริการลูกค้า ตามที่ลูกค้าเรียกใช้บริการ โดยคิดอัตราค่าบริการเป็นรายเที่ยวตามระยะทาง ซึ่งมีรายละเอียดการคิดอัตราค่าบริการ ดังนี้

อัตราค่าบริการภายในกรุงเทพมหานคร ดังแสดงในตารางที่ 3.1 ที่แสดงอัตราค่าบริการทั่วกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดราคาอ้างอิงจากระยะทางตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1

อัตราค่าบริการในกรุงเทพมหานคร 50 เขต

ระยะทาง (กิโลเมตร)	ค่าบริการไป (บาท)	ค่าบริการ ไป-กลับ (บาท)
0 – 5	50 - 60	70 - 80
6 – 10	90 - 100	110 - 130
11 – 15	120 - 130	150 - 160
16 – 20	160 - 170	200 - 210
21 – 25	180 - 200	220 - 250
26 – 30	220 - 250	270 - 300
31 – 35	280 - 300	330 - 360
36 – 40	330 - 350	380 - 420
41 - 45	380 - 400	450 – 470

ที่มา : ข้อมูลผู้ประกอบการ 5 ราย  
 หมายเหตุ : ราคาไม่รวมค่าบรรจุภัณฑ์และรอเกินเวลาที่กำหนด



อัตราค่าบริการปริมาตร 5 จังหวัด คิดเฉลี่ยระยะทางจากกรุงเทพมหานคร ณ เขตดินแดง ห้วยขวาง วังทองหลาง จตุจักร วัฒนา โดยคิดในอัตราไป-กลับทุกเส้นทาง ในอัตรา กิโลเมตร ละ 5 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

อัตราค่าบริการปริมาตร 5 จังหวัด

พื้นที่	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ค่าบริการ ไป-กลับ (บาท)
นครปฐม	อ.เมือง	60 – 65
	อ.นครชัยศรี	45 – 50
	อ.สามพราน	52 – 58
นนทบุรี	อ.เมือง	20 – 30
	อ.ปากเกร็ด	25 – 30
	อ.บางบัวทอง	35 – 40
	อ.บางใหญ่	35 – 40
ปทุมธานี	รังสิต (ฟิวเจอร์)	30 – 32
	รังสิต (ตลาดไทย)	35 – 38
	ลำลูกกา	45 – 55
สมุทรปราการ	อ.เมือง	25 – 30
	อ.บางพลี	42 – 55
	อ.พระประแดง	30 – 35
สมุทรสาคร	อ.เมือง	65 – 70
	อ.กระทุ่มแบน	45 – 52

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย  
 หมายเหตุ : ราคาไม่รวมค่าบริการทุกสินค้าและรอเกินเวลาที่กำหนด

นิคมอุตสาหกรรม คิดเฉลี่ยระยะทางจากกรุงเทพมหานคร ณ เขตดินแดง ห้วยขวาง วังทองหลาง จตุจักร วัฒนา โดยคิดเพิ่มระยะทางในนิคมและการกักขังรถ อัตราไป-กลับทุกเส้นทาง ในอัตรา กิโลเมตร ละ 5 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4  
อัตราค่าบริการนิคมอุตสาหกรรม

พื้นที่	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ค่าบริการ ไป-กลับ (บาท)
นวนคร	48	480
บางกระดี	33	330
บางปะอิน	70	700
บางปู	45	450
บางพลี	52	520
เวลโกรล์	70	700
ไฮเทค	75	750

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย  
หมายเหตุ : ราคาไม่รวมค่าบริการทุกสินค้าและรอบเกินเวลาที่กำหนด

การคิดค่าบริการทุกสินค้า คือ การคิดค่าบริการเพิ่มเติมในกรณีที่มีการบรรจุทุกพัสดุหรือสินค้าที่มีน้ำหนักและเป็นอุปสรรคแก่การขีบขี้ ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5  
อัตราค่าบริการทุกสินค้า

น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)
0 – 3.0	0
3.1 – 5.0	30
5.1 ขึ้นไป	50

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย

**รูปแบบที่ 2. บริการรายเดือน (Monthly)** คือ การบริการด้วยการส่งพนักงานส่งเอกสาร (Messenger) ไปประจำที่บริษัทของผู้ใช้บริการ ซึ่งบริษัทรับส่งเอกสารจะเป็นผู้กำหนดราคาในการว่าจ้างแบบเหมาจ่ายรวมค่าน้ำมันและสวัสดิการของพนักงานฯ รวมทั้งกำหนดเงื่อนไขการจ้าง โดยกำไรเบื้องต้น (Margin) จะได้จากส่วนต่าง ดังแสดงในตาราง 3.6

### ตารางที่ 3.6

อัตราค่าบริการเหมาจ่ายคิดเป็นรายเดือนต่อพนักงานฯ 1 คน

รูปแบบการจ้าง (เป็นรายเดือน)	ราคาที่ตั้ง (รวมค่าน้ำมัน)	ค่าจ้างพนักงาน (รวมค่าน้ำมัน)	กำไรเบื้องต้น (Margin) : (บาท/เดือน)
ภายในกรุงเทพฯ (หยุดวันเสาร์)	8,500 – 9,000	7,000 – 7,500	1,000 – 1,500
ภายในกรุงเทพ (วันเสาร์ครึ่งวัน)	10,500 - 11,000	8,500 – 9,000	2,000
ปริมณฑล (หยุดวันเสาร์)	9,500 – 10,000	8,000 – 8,500	1,000 – 1,500
ปริมณฑล (วันเสาร์ครึ่งวัน)	11,500 – 12,000	9,500 – 10,000	2,000

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย

หมายเหตุ : อัตราค่าบริการเป็นช่วง เนื่องจากข้อมูลผู้ประกอบการมีอัตราที่ต่างกัน

รูปแบบการจ้างเป็นรายเดือนมักจะเป็นการจ้างจากผู้ใช้บริการที่มีปริมาณงานและธุรกรรมเป็นจำนวนมากและต่อเนื่องทุกวัน

**รูปแบบที่ 3. บริการรายวัน (Daily)** คือการส่งพนักงานฯ ไปประจำที่บริษัทลูกค้าเป็นรายวันตามที่ลูกค้าร้องขอและต้องส่งงานล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน โดยบริษัทรับส่งฯ จะกำหนดค่าบริการ ดังแสดงในตารางที่ 3.7

### ตารางที่ 3.7

อัตราค่าบริการเหมาจ่ายเป็นรายวันต่อ 1 คน

รูปแบบการจ้าง (รายวัน)	อัตราค่าบริการ (บาท/วัน)
ครึ่งวัน (เช้า/บ่าย)	350 - 500
เต็มวัน	650 – 900

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย

หมายเหตุ : อัตราค่าบริการเป็นช่วง เนื่องจากข้อมูลผู้ประกอบการมีอัตราที่ต่างกัน

รูปแบบการจ้างเป็นรายวัน มักจะเป็นการจ้างจากผู้ใช้บริการที่มีปริมาณการรับส่งเอกสารและประกอบธุรกรรมเป็นจำนวนมากในบางวัน

### 3.3

### การรับประกันความเสียหาย

บริษัทรับส่งเอกสารจะรับประกันความเสียหายตามสภาพความเป็นจริง แต่ไม่เกินวงเงิน 2,000 – 10,000 บาท (ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย) เนื่องจากอัตราค่าบริการรับส่งเอกสารรายเที่ยวไม่ได้ครอบคลุมถึงค่าประกันภัยและการบรรทุกสินค้าบางอย่างที่มีความเสี่ยงสูง อาทิ เครื่องปรับอากาศ หน้าจอคอมพิวเตอร์ ยางรถยนต์ เครื่องมือทางการแพทย์ อุปกรณ์การสื่อสาร วาล์ว สายเคเบิล สายไฟฟ้า เป็นต้น

### 3.4 ต้นทุนในการจ้างพนักงานส่งเอกสารเป็นรายเที่ยว (Job by job/Express Service)

1. ต้นทุนในการจ้างพนักงานส่งเอกสารรายเที่ยว แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือการจ้างแบบต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) อย่างเดียว หมายถึง การจ้างพนักงานฯ โดยไม่มีเงินเดือนประจำ แต่จ่ายค่าจ้างตามชิ้นงาน โดยส่วนมากพนักงานฯมักจะได้รับผลตอบแทนในอัตราร้อยละ 60 ของชิ้นงานที่ทำได้

2. การจ้างแบบต้นทุนคงที่ผสมกับต้นทุนแปรผัน (Fixed Cost + Variable Cost) หมายถึง การจ้างพนักงานฯ โดยจ่ายเงินเดือนประจำส่วนหนึ่ง และให้ผลตอบแทนจากผลงานที่ทำได้อีกส่วนหนึ่ง ซึ่งมีอัตราส่วนที่แตกต่างกันออกไป ดังแสดงในตารางที่ 3.8

## ตารางที่ 3.8

## อัตราส่วนต้นทุนการจ้างพนักงานส่งเอกสารรายเที่ยว

รายที่	ต้นทุนคงที่ (เงินเดือน) : (บาท)	ต้นทุนแปรผัน (ผลตอบแทนรายชิ้นงาน) : (ร้อยละ)
1	6,000	18
2	6,000	15
3	5,500	17
4	5,500	17
5	5,000	20

ที่มา : ข้อมูลจากผู้ประกอบการ 5 ราย

## 3.5

## ลักษณะงานบริการรับส่งเอกสาร

ลักษณะงานบริการรับส่งเอกสาร เป็นงานที่พนักงานส่งเอกสารของบริษัทรับส่งเอกสาร ปฏิบัติตามที่ลูกค้าจ้าง ทั้ง 3 รูปแบบที่ได้กล่าวข้างต้น ทั้งรายเดือน รายวัน และรายเที่ยว ซึ่งสามารถแจกแจงได้ ดังนี้

การรับส่งเอกสารทั่วไป อาทิ หนังสือรับรอง เอกสารทางการเงิน หนังสือสัญญา หนังสือเดินทาง เป็นต้น

การรับส่งสิ่งของทั่วไป อาทิ แบบแปลนบ้าน โทรศัพท์มือถือ นิตยสาร ท่อน้ำ ข้อต่อท่อระบายน้ำ คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ กระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

การวางบิล เพื่อแจ้งหนี้ให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งส่วนมากวันที่วางบิล คือ วันที่ 5 10 15 20 25 และ 30 หรือไม่กี่วันศุกร์ของทุกเดือน

การเก็บเช็คหรือเงินสด ซึ่งส่วนมากขึ้นอยู่กับวันเวลาที่ระบุไว้เมื่อครั้งที่ได้วางบิล การจ่ายประกันสังคม เป็นการจ่ายค่าประกันสังคมรายเดือน ซึ่งต้องชำระภายในวันที่ 15 ของแต่ละเดือน

การจ่ายภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต้องนำจ่ายทุกเดือน ซึ่งต้องชำระภายในวันที่ 7 ของแต่ละเดือน และภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้องชำระภายในวันที่ 15 ของแต่ละเดือน

การจ่ายค่าโทรศัพท์ โทรศัพท์ทั่วไปชำระได้ภายในเวลา 16.30 น. และโทรศัพท์ทางไกล ชำระภายในเวลา 15.30 น. การจ่ายค่าน้ำ - ค่าไฟ ชำระได้ภายในเวลา 15.30 น.

### 3.6 ขั้นตอนการตัดสินใจใช้การรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร

ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสารสามารถอธิบายด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ที่มีหลายความหมาย ดังนี้ พฤติกรรมผู้บริโภค<sup>1</sup> หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้บริการ

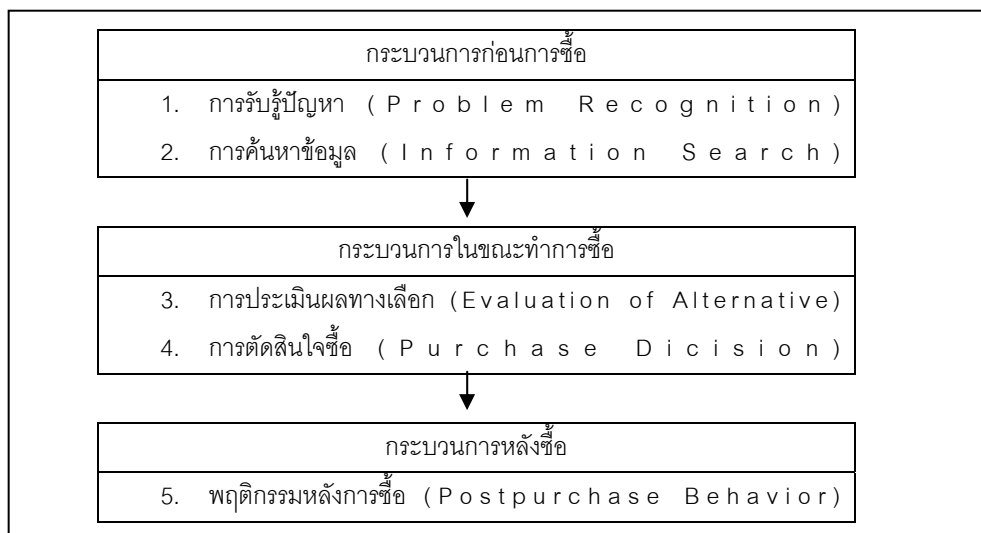
พฤติกรรมผู้บริโภค<sup>2</sup> หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ

ผู้วิจัยจึงได้นำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมาประยุกต์กับการวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯของผู้ใช้บริการ โดยแจกแจงขั้นตอนการตัดสินใจดังแสดงในภาพที่

3.1

ภาพที่ 3.1

ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ



ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ,หลักการตลาด, น.55.

<sup>1</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ,หลักการตลาด,(กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ S.M.Circuit Press 2535),น.54.

<sup>2</sup> อุดุลย์ จาตุรงค์กุล,พฤติกรรมผู้บริโภค(ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 4),กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2354),น.3.

1. การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้บริการที่มีการประกอบธุรกรรมมากขึ้น ได้แก่ การส่งเอกสาร ส่งของ วางบิล-เก็บเช็ค ติดต่อหน่วยงานราชการ และการทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีมากขึ้นด้วย จึงเกิดความต้องการพนักงานส่งเอกสารมาทำหน้าที่แทน

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เพื่อตอบสนองของความต้องการใช้พนักงานฯ จึงต้องค้นหาทางเลือกในการจ้างพนักงานฯ โดยอาศัยแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ จากโฆษณา เพื่อน เป็นต้น กระทั่งได้ทางเลือก เช่น การจ้างพนักงานฯ ประจำหน่วยงาน การใช้บริการจากไปรษณีย์ไทย การใช้บริการจากบริษัทรับส่งเอกสาร

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เพื่อตอบสนองของความต้องการใช้พนักงานฯ ให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้ใช้บริการแต่ละรายมีกระบวนการประเมินทางเลือกที่แตกต่างกัน แต่ส่วนมากนิยมใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯ เนื่องจาก การจ้างบริษัทรับส่งฯ ได้เปรียบว่าการจ้างพนักงานฯ ประจำหน่วยงาน ในเรื่องความประหยัดค่าใช้จ่าย และที่ได้เปรียบกว่าไปรษณีย์ไทยที่จัดส่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่สามารถตอบสนองได้อย่างเต็มที่

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจใช้บริการบริษัทรับส่งฯ โดยจะทำการเลือกอีกกว่าจะใช้บริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน รายวัน หรือบริการเที่ยวต่อเที่ยว ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละผู้ใช้บริการละราย

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากที่ได้ใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯ แล้ว สิ่งก็ตามมามากจะเป็นเรื่องของความพอใจที่ได้รับจากบริการ ซึ่งมีผลต่อการใช้บริการในครั้งต่อไป

## บทที่ 4

### วิธีดำเนินการวิจัย

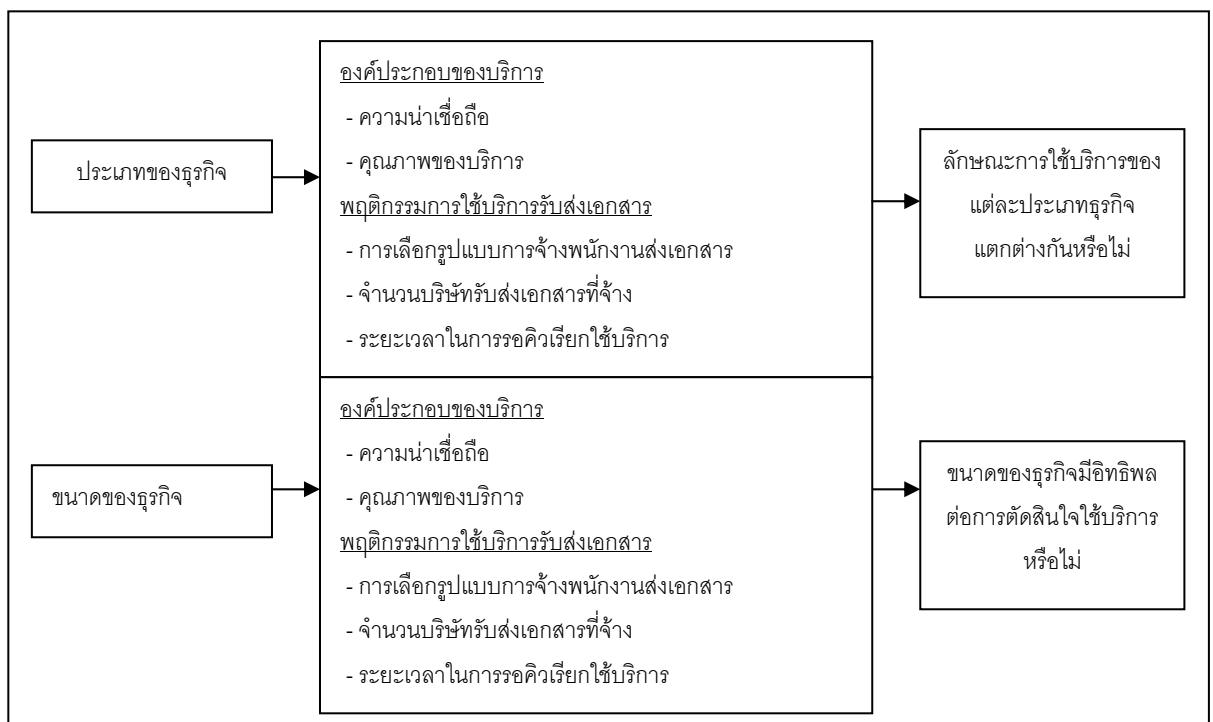
เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์ ที่ต้องการศึกษา “องค์ประกอบของบริการ” ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและศึกษา “พฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของ” ผู้ใช้บริการ จึงเลือกใช้แนวความคิดเกี่ยวกับ “ความน่าเชื่อถือ” และแนวความคิดเกี่ยวกับ “คุณภาพบริการ” เป็นแนวทางในการวิจัยโดยใช้ตัวแปรเชิงคุณภาพ คือ ประเภทของธุรกิจ (Business Type) ขนาดของธุรกิจ (Business Size) ศึกษาความน่าเชื่อถือ (Faith) และคุณภาพบริการ (Service Quality) โดยมีกรอบแนวความคิดของการวิจัยดังนี้

#### 4.1

#### กรอบแนวความคิดของการวิจัย

ภาพที่ 4.1

กรอบแนวความคิดในงานศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ใช้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการ



จากภาพที่ 4.1 แสดงกรอบแนวความคิดในงานศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร ที่ต้องการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการใน 2 ประเด็น คือ ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน และขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสารแตกต่างกันหรือไม่ โดยมีรายละเอียดชี้วัด ดังนี้

- ก. ความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้
- ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร ประกอบด้วย มีเครื่องแบบและชุดฟอร์ม แต่งกายสุภาพ บุคลิกภาพดี และมารยาทและอัธยาศัยดี
  - ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร ประกอบด้วย ค่าบริการราคายุติธรรม (เหมาะสม) เป็นบริษัทและมีชื่อเสียง เปิดให้บริการมานานแล้ว และรับประกันความเสียหายสูง
  - ความสามารถในการให้บริการ ประกอบด้วย มีบริการหลากหลาย เปิดทำการทุกวัน และให้บริการถึงกลางคืน มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก และมีพนักงานส่งเอกสารจำนวนมาก
  - การรับประกันความเสียหาย ประกอบด้วย กรณี สินค้าชำรุดเสียหาย ความล่าช้าในการจัดส่ง และส่งไม่ถึงที่หมาย
- ข. คุณภาพบริการ ประกอบด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้
- ความปลอดภัยของสินค้า ประกอบด้วย แพ้มีจัดแยกเอกสาร กระเป๋าใส่เอกสาร ตะแกรงและสายรัดสิ่งของ
  - ความรวดเร็วในการให้บริการ ประกอบด้วย ส่งถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด และส่งถึงที่หมายเร็วกว่าเวลาที่กำหนด
  - คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร ประกอบด้วย ชำนาญเส้นทาง ภูมิจานด้านเอกสาร แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และตรวจเช็คสินค้าได้
  - ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ ประกอบด้วย โทรศัพท์ E-mail SMS และอื่นๆ
- ค. การเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร ประกอบด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้
- จ้างประจำรายเดือน (มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน)
  - ไม่จ้างประจำรายเดือน (ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน)
- ง. จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้าง ประกอบด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้
- 1 บริษัท
  - 2 บริษัท
  - 3 บริษัท
  - มากกว่า 3 บริษัท

จ.ระยะเวลารอคิวหลังจากเรียกใช้บริการ ประกอบด้วยตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้

- กรณีฉุกเฉิน รอได้ไม่เกิน 30 นาที
- กรณีรีบเร่ง รอได้ไม่เกิน 45 นาที
- กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้ไม่เกิน 60 นาที
- กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้มากกว่า 60 นาที

#### 4.2

#### การรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในธุรกิจซื้อขายไป ธุรกิจทัวร์ และธุรกิจบริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่นำมาใช้ในการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสารได้

การสัมภาษณ์จะทำการมุ่งสอบถามไปยังบริษัทกลุ่มเป้าหมาย โดยการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจงตามเพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมของแต่ละขนาดธุรกิจตามที่กำหนด เมื่อได้รับคำตอบจากแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการ จึงรวบรวมเพื่อประมวลผลต่อไป

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือวารสารทางวิชาการ โครงการงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ บทความและเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เป็นต้น

#### 4.3

#### การกำหนดขนาดตัวอย่าง

บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์<sup>1</sup> (2545) ได้กล่าวไว้ว่า ในทางปฏิบัติ ถ้ายึดทฤษฎีแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนตั้งแต่ 30 ขึ้นไป การกระจายของค่าสถิติตัวอย่างจะมีค่าใกล้เคียงกับการกระจายแบบโค้งปกติ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้มากกว่า 30 ตัวอย่างขึ้นไป

ผู้วิจัยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างภายใต้เงื่อนไขระยะเวลาทำการศึกษาและงบประมาณที่จำกัด จึงเลือกศึกษาตัวอย่างจากประชากรตามที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของ

<sup>1</sup>บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์, สถิติเพื่อการวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ 1, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์ 2545), น.26.

งานวิจัย คือ บริเวณถนนรัชดาภิเษก ถนนสุทธิสารวินิจฉัย ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ ถนนพระราม 9 ถนนอโศก-ดินแดง ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และถนนอโศก(สุขุมวิท 21) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 3 เขต คือ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตวัฒนา โดยตัวอย่างที่จะศึกษากำหนดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดในแต่ละประเภทธุรกิจ ตามข้อมูลของประเภทธุรกิจ ดังตารางที่

## 4.1

## ตารางที่ 4.1

จำนวนผู้ประกอบการตามประเภทธุรกิจในเขตห้วยขวาง ดินแดง และวัฒนา

ประเภทธุรกิจ	เล็ก (ราย)	กลาง (ราย)	ใหญ่ (ราย)	รวม (ราย)
T o u r	88	46	19	153
T r a d i n g	83	63	24	170
S e r v i c e	107	70	27	204

ที่มา : ไทยแลนด์ เอลโลเพสเจส 2548 เล่ม 1 และ 2

จำนวนตัวอย่างที่จะศึกษาของแต่ละประเภทร้อยละ 30 คือ กลุ่ม Tour จำนวน 46 ราย กลุ่ม Trading จำนวน 51 และกลุ่ม Service จำนวน 61 ราย ดังตารางที่ 4.2

## ตารางที่ 4.2

ตัวอย่างประชากรที่ทำการศึกษากำหนดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนรายทั้งหมด

ประเภท/ขนาด	เล็ก/ราย	กลาง/ราย	ใหญ่/ราย	รวม/ราย
T r a d i n g	25 รายรับไม่เกิน 20 ล้าน	19 รายรับ 20-50 ล้าน	7 รายรับมากกว่า 50 ล้าน	51
T o u r	26 รายรับไม่เกิน 3 ล้าน	14 รายรับ 3-10 ล้าน	6 รายรับมากกว่า 10 ล้าน	46
S e r v i c e	32 รายรับไม่เกิน 2 ล้าน	21 รายรับ 2-5 ล้าน	8 รายรับมากกว่า 5 ล้าน	61
รวม				158

ที่มา : จากการคำนวณแบบเปอร์เซ็นต์ไทล์ ที่ ภาคผนวก ก (น. 68 - 70 )

#### 4.4 แนวทางในการวิเคราะห์ผล

แนวทางในการวิเคราะห์ผลการศึกษาศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์เกี่ยวกับการใช้บริการรับส่งเอกสารครั้งนี้ ที่มีประเด็นการศึกษาหลัก 2 กรณี คือ จำแนกผลการศึกษาตาม “ประเภทของธุรกิจ” และจำแนกผลการศึกษาตาม “ขนาดของธุรกิจ” โดยจะใช้วิธีการวัดผล ดังนี้

##### ก. การวิเคราะห์ผลด้านประเภทของธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่ถูกนำมาวิจัยเปรียบเทียบกับความแตกต่างของธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทาง

##### รวบรวมข้อมูล

การวัดผลองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ (ความน่าเชื่อถือและคุณภาพของบริการ) และพฤติกรรมการใช้บริการ (รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้าง และระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ) จะใช้วิธี “การวัดสัดส่วนในรูปร้อยละ” เนื่องจากประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันย่อมมีความแตกต่างกันในการใช้บริการรับส่งเอกสาร และการวัดสัดส่วนในรูปร้อยละจะทำให้เห็นภาพรวมและเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น

##### ความคาดหวังของผู้วิจัย

เรื่องรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร : ผู้วิจัยคาดว่าในทุกประเภทธุรกิจน่าจะ “ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน” เพราะไม่ต้องรับภาระต้นทุน อาทิ ค่าน้ำมัน ค่าสึกหรอ ค่าสวัสดิการ ค่าประกันภัย ทำให้ต้นทุนรวม (Total Cost) ของการจ้างพนักงานภายนอกต่ำกว่าการจ้างพนักงานภายในหน่วยงาน

เรื่องจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน : ผู้วิจัยคาดว่าแต่ละประเภทธุรกิจน่าจะมีจำนวนการจ้างบริษัทรับส่งเอกสารที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทธุรกิจแตกต่างกัน

เรื่องระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ : ผู้วิจัยคาดว่าทุกประเภทธุรกิจน่าจะต้องการให้บริษัทรับส่งเอกสารตอบสนองการเรียกใช้บริการได้เร็วที่สุดหลังการเรียกใช้บริการ เพราะต้องการให้งานสำเร็จได้เร็วที่สุด

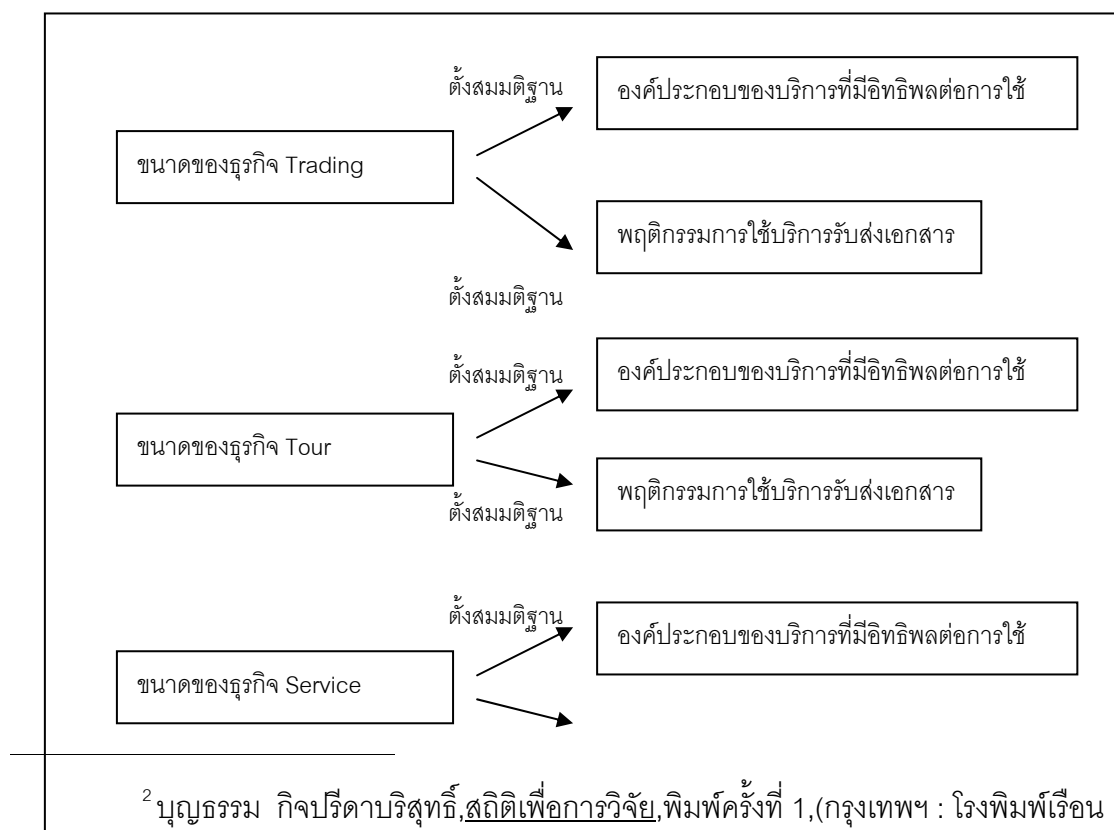
##### ข. การวิเคราะห์ผลด้านขนาดของธุรกิจ

ขนาดของธุรกิจ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่ถูกนำมาวิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างของขนาดในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งวิธีการวัดผลของขนาดธุรกิจออกเป็น 2 วิธี คือ วิธีการวัดด้วย “การวัดสัดส่วนในรูปความถี่” และวิธีการวัด “ความเป็นอิสระ” ดังนี้

วิธีที่ 1 การวัดสัดส่วนในรูปความถี่ นำมาวัดองค์ประกอบของบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารแบ่งตามขนาดของธุรกิจ

วิธีที่ 2 การทดสอบความเป็นอิสระ (Tests of Independence)<sup>2</sup> เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งในที่นี้ก็คือ ขนาดของธุรกิจ (ตัวแปรต้น) และพฤติกรรมการใช้บริการ (ตัวแปรตาม) โดยใช้ค่าไคแอสควร์ ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและได้ข้อมูลในรูปของความถี่ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ โดยตั้งสมมติฐาน ดังภาพที่ 4.2 แสดงกรอบการทดสอบสมมติฐาน

ภาพที่ 4.2  
กรอบการทดสอบสมมติฐาน



ตั้งสมมติฐาน

พฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร

สูตรการคำนวณค่า  $\chi^2$ 

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{rc} \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$O_i$  = ค่าความถี่ที่เกิดขึ้นรวมรวบได้ แบ่งตามขนาดของธุรกิจ

$E_i$  = ค่าคาดหวัง

df =  $(r - 1)(c - 1)$

r = จำนวนแถว

c = จำนวนคอลัมน์

$E_i = \frac{R \times C}{N}$

R = ผลรวมตามแนวนอน

C = ผลรวมตามแนวตั้ง

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95%  $\alpha = 0.05$

การตั้งสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธุรกิจ (Trading, Tour, Service) กับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร

จากทฤษฎีความต้องการบริโภค (ความต้องการใช้บริการ) แปรผันตามรายรับ (ซึ่งแปรตามขนาดของกิจกรรมหรือธุรกรรมในธุรกิจ) ผู้วิจัยจึงคาดว่าธุรกิจขนาดใหญ่ (วัดจากรายรับของบริษัท) ของแต่ละประเภท ที่มีรายรับมากกว่าขนาดเล็กและขนาดกลาง จะมีการจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน มากกว่าขนาดเล็กและขนาดกลาง จึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_a$  : ขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารมีความสัมพันธ์กัน



แสดงการใช้งานพนักงานส่งเอกสารของลูกค้าที่ทำการศึกษา โดยเลือกเฉพาะงานที่มีปริมาณมากที่สุด 4 อันดับ เพื่อนำข้อมูลที่แตกต่างกันจากการจำกัดการเลือกที่ 4 ข้อ มาวิเคราะห์ผล  
แสดงความแตกต่างได้

แบบสอบถามข้อที่ 3 เกี่ยวกับรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร เป็นคำถามแบบเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) ให้เลือกคำตอบเดียว แสดงให้เห็นว่ามีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานหรือไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน

แบบสอบถามข้อที่ 4 – 5 เกี่ยวกับรายที่มีการจ้างพนักงานประจำ เป็นคำถามแบบเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) ให้เลือกคำตอบเดียว แสดงข้อมูลของลูกค้าที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานและเหตุผล เพื่ออธิบายผลงานวิจัยได้

แบบสอบถามข้อที่ 6 เกี่ยวกับเหตุผลที่รายที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำแต่ยังมีการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่ให้เลือกคำตอบเดียว

แบบสอบถามข้อ 7 – 8 เกี่ยวกับรายที่ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำ เป็นคำถามแบบเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) ให้เลือกคำตอบเดียว

แบบสอบถามข้อที่ 9 เกี่ยวกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่มีการจ้างภายใน 1 เดือน เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่ให้เลือกคำตอบเดียว

แบบสอบถามข้อที่ 10 เกี่ยวกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่ให้เลือกคำตอบเดียว

แบบสอบถามข้อที่ 11 - 12 เกี่ยวกับองค์ประกอบของบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร เรื่อง "ความน่าเชื่อถือ" และ "คุณภาพของบริการ" เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่ให้เลือกคำตอบเดียว

แบบสอบถามข้อที่ 13 - 20 เกี่ยวกับองค์ประกอบที่เป็นเหตุผล เรื่อง "ความน่าเชื่อถือ" และ "คุณภาพของบริการ" เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ที่ให้เลือกคำตอบเดียว

การกำหนดขนาดของธุรกิจ เป็นคำถามที่ไม่ได้มีในแบบสอบถาม แต่ใช้การเจาะจงในการถามผู้ใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบรายรับของผู้ใช้บริกานั้นๆไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะใช้

รายรับในปี 2545 - 2547 เป็นหลัก<sup>3</sup> เมื่อผู้ใช้บริการทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการจดชื่อของผู้ใช้บริการและลงรหัสเพื่อกำหนดขนาดของธุรกิจตามข้อมูลรายรับที่มีอยู่

## บทที่ 5

### ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ธุรกิจซื้อมา-ขายไป (Trading) ธุรกิจทัวร์ (Tour) และธุรกิจบริการ (Service) และการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ประมวลผลการวิจัยและสรุปผลการศึกษา ดังนี้

#### 5.1 ผลการศึกษาจำแนกตามประเภทของธุรกิจ ซื้อมา-ขายไป(Trading) ทัวร์(Tour) และบริการ(Service)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจและพฤติกรรมของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท สามารถจำแนกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ ลักษณะการใช้บริการส่งเอกสาร การให้ความสำคัญกับ"ความน่าเชื่อถือ" ของธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร การให้ความสำคัญกับ "คุณภาพของบริการ" ของธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน และระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### ก.การใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆ

จากตารางที่ 5.1 แสดงถึงการใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆของธุรกิจแต่ละประเภท โดยให้แต่ละบริษัทเรียงลำดับงานที่ใช้มากที่สุดไปยังน้อยที่สุด 4 ลำดับเท่านั้น ดังนั้นงานใดที่ถูกเลือกใช้มากที่สุดจะมีคะแนนสูงสุด ซึ่งสามารถสรุปพฤติกรรมการใช้พนักงานส่งเอกสารของแต่ละประเภทธุรกิจได้ ดังนี้

<sup>3</sup>ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ส่วนใหญ่ให้บริการสำหรับ “ส่งสิ่งของ” เป็นอันดับหนึ่ง (133 คะแนน จาก 510 คะแนน โดยส่วนใหญ่เป็นการจัดส่งสินค้าของบริษัท) อีกทั้งมีการวางบิลและเก็บเช็คหลังการส่งสินค้าเป็นธุรกรรมต่อเนื่องจากการ “ส่งสินค้า” ดังนั้น การวางบิลและเก็บเช็คจึงเป็นประเภทงานที่สำคัญเป็นอันดับที่สองและสาม (โดยมี 108 และ 95 คะแนน ตามลำดับ)

ธุรกิจทัวร์ ส่วนใหญ่ให้บริการสำหรับ “ส่งเอกสาร” เป็นอันดับหนึ่ง (134 คะแนน จาก 460 คะแนน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการส่งตั๋วเดินทางให้แก่ลูกค้า) อันดับที่สองและสามคือ “การรับเอกสารจากลูกค้า” และ “การชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ” (โดยมี 96 และ 64 คะแนน ตามลำดับ)

ธุรกิจบริการ ส่วนใหญ่ให้บริการสำหรับ “ส่งเอกสาร” เป็นอันดับหนึ่ง (163 คะแนน จาก 610 คะแนน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการส่งเอกสารทั่วไปและเอกสารสำคัญ) อันดับสองและสามคือ “การติดต่อราชการ” และ “การรับเอกสาร” (โดยมี 93 และ 89 คะแนน ตามลำดับ) ซึ่งธุรกิจบริการมีการใช้งานอย่างหลากหลายมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น จะเห็นได้ว่า การวางบิล (77 คะแนน) การติดต่อธนาคาร (71 คะแนน) และการเก็บเช็ค (68 คะแนน) มีคะแนนน้อยกว่า อันดับที่สองและสามไม่มากนัก

#### ตารางที่ 5.1

#### การใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : คะแนน

งานของพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
ส่งเอกสาร(เอกสาร,ตั๋วต่างๆ)	51	134	163
ส่งสิ่งของ(สินค้า,พัสดุต่างๆ)	133	24	12
รับเอกสารจากลูกค้า	28	96	89
รับสิ่งของจากลูกค้า	46	26	13
ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ	15	64	24
วางบิล	108	24	77
เก็บเช็ค	95	20	68
ติดต่อราชการ	20	27	93
ติดต่อธนาคาร	14	45	71
รวม	510	460	610

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 2.

ข. การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร

จากตารางที่ 5.2 แสดงการให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของบริษัทรับส่งเอกสาร ของธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ในทัศนะของธุรกิจซัฟมา-ขายไป พบว่ามี 24 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 47.06) คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริษัทรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับการรับประกันความเสียหาย ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “สินค้าชำรุดเสียหาย” (14 ราย)<sup>1</sup> เพราะธุรกิจซัฟมา-ขายไป มีการส่งสินค้าของบริษัทมากและไม่ต้องการแบกรับภาระต้นทุนอันเกิดจากความเสียหายของสินค้า จึงพิจารณาใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร

สำหรับทัศนะของธุรกิจทัวร์ พบว่า 17 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 36.96) คิดว่าความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับการรับประกันความเสียหาย ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ความล่าช้าในการจัดส่ง” (8 ราย)<sup>2</sup> และ “ส่งไม่ถึงที่หมาย” (8 ราย)<sup>3</sup> เพราะธุรกิจทัวร์ต้องส่งตัวเดินทางที่มีมูลค่ามากให้แก่ลูกค้าที่กำลังจะออกเดินทาง จึงไม่ต้องการให้เกิดความล่าช้าหรือส่งไม่ถึงที่หมาย และพบว่ามีอีก 16 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 34.78) ที่คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริษัทรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับความสามารถในการให้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “เปิดให้บริการทุกวันให้บริการถึงกลางคืน” (7 ราย)<sup>4</sup> เพราะธุรกิจทัวร์ต้องส่งตัวเดินทางให้แก่ลูกค้าที่มีอยู่ทุกวันและในเวลาราชการ แต่หลังจากเวลาราชการและวันหยุดจะมีงานไม่มากนัก ทำให้ไม่คุ้มต้นทุนการจัดจ้างพนักงานส่งเอกสารในเวลาดังกล่าวหรือกล่าวได้ว่า ต้นทุนการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานล่วงเวลาสูงกว่าต้นทุนการจ้างพนักงานส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร จึงได้พิจารณาใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯ

<sup>1</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

<sup>2</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

<sup>3</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

<sup>4</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

สำหรับทัศนคติของธุรกิจบริการ พบว่ามี 29 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 47.54) คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริษัทรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับความสามารถในการให้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก” (9 ราย)<sup>5</sup> และเรื่อง “มีบริการหลากหลาย” (8 ราย)<sup>6</sup> เพราะธุรกิจบริการมีการใช้พนักงานส่งเอกสารวิ่งงานในหลายเส้นทางและหลายประเภทงาน (จากตารางที่ 5.1 จะเห็นได้ว่ามีการใช้ส่งเอกสาร รับเอกสาร วางบิล เก็บเช็ค ติดต่อธนาคาร และติดต่อธนาคาร)

โดยสรุปพบว่า ธุรกิจแต่ละประเภทมีทัศนคติต่อความน่าเชื่อถือของบริษัทรับส่งเอกสารที่แตกต่างกัน เพราะธุรกิจแต่ละประเภทต่างต้องการให้บริการบริษัทรับส่งเอกสาร มีองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือตรงต่อลักษณะงานของตนมากที่สุด

#### ตารางที่ 5.2

การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

คุณลักษณะของ ความน่าเชื่อถือ	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร	8 (15.69)	9 (19.57)	8 (13.11)
ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร	6 (11.76)	4 (8.70)	8 (13.11)
ความสามารถในการให้บริการ	13 (25.49)	16 (34.78)	29 (47.54)
การรับประกันความเสียหาย	24 (47.06)	17 (36.96)	16 (26.23)
รวม	51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 11.

<sup>5</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

<sup>6</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญขององค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ภาคผนวก ค หน้า 75

ในกรณีของการให้ความสำคัญกับ “องค์ประกอบของคุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ของการให้บริการรับส่งเอกสาร ของธุรกิจแต่ละประเภทนั้น แสดงไว้ในตารางที่ 5.3 ซึ่งสามารถสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป : ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 23 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 45.10) คิดว่าพนักงานส่งเอกสารควรมี “มารยาทและอัธยาศัยดี” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” พบว่ามี 25 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 49.02) ให้ความสำคัญกับ “รับประกันความเสียหายสูง” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ความสามารถในการให้บริการ” พบว่ามี 20 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 39.22) เลือกว่า “มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก” เป็นอันดับแรก และในเรื่อง “การรับประกันความเสียหาย” พบว่ามี 30 ราย (จาก 52 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 58.82) เห็นว่าการรับประกันด้าน “สินค้าชำรุดเสียหาย” สำคัญอันดับแรก เพราะเป็นหลักประกันต่อการส่งสินค้าที่ดีที่สุด

ธุรกิจทัวร์ : ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 18 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 39.13) คิดว่าพนักงานส่งเอกสารควรมี “มารยาทและอัธยาศัยดี” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” พบว่ามี 20 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 43.48) ให้ความสำคัญกับ “รับประกันความเสียหายสูง” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ความสามารถในการให้บริการ” พบว่ามี 17 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 36.96) ให้ความสำคัญกับ “เปิดให้บริการทุกวันและให้บริการถึงกลางคืน” ที่สามารถตอบสนองความต้องการจัดส่งนอกเวลาราชการได้ดีที่สุด และในเรื่อง “การรับประกันความเสียหาย” พบว่ามี 23 ราย (จาก 46 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 50.00) ให้ความสำคัญกับ “ความล่าช้าในการจัดส่ง” เป็นหลักประกันการส่งตัวเดินทางที่มีมูลค่าได้ดีที่สุด

ธุรกิจบริการ : ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 22 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 36.07) คิดว่าพนักงานส่งเอกสารควรมี “มารยาทและอัธยาศัยดี” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” พบว่ามี 24 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 39.34) ให้ความสำคัญกับ “รับประกันความเสียหายสูง” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ความสามารถในการให้บริการ” พบว่ามี 24 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 39.34) ให้ความสำคัญกับ “มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก” เป็นอันดับแรก และในเรื่อง “การรับประกันความเสียหาย” พบว่ามี 34 ราย (จาก 61 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 55.74) ให้ความสำคัญกับ “ความล่าช้าในการจัดส่ง” เป็นอันดับแรก

## ตารางที่ 5.3

การให้ความสำคัญขององค์ประกอบของ “คุณลักษณะความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

องค์ประกอบของ คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
ภาพลักษณ์ของ พนักงานส่งเอกสาร	มีเครื่องแบบและชุดฟอร์ม	5 (9.80)	6 (13.04)	9 (14.75)
	แต่งกายสุภาพ	9 (17.65)	9 (19.57)	16 (26.23)
	บุคลิกภาพดี	14 (27.45)	13 (28.26)	14 (22.95)
	มารยาทและอัธยาศัยดี	23 (45.10)	18 (39.13)	22 (36.07)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
ภาพลักษณ์ของ บริษัทรับส่งเอกสาร	ราคาถูก	13 (25.49)	15 (32.61)	19 (31.15)
	เป็นบริษัทใหญ่มีชื่อเสียง	6 (11.76)	4 (8.70)	6 (9.84)
	เปิดให้บริการมานานแล้ว	7 (13.73)	7 (15.22)	12 (19.67)
	รับประกันความเสียหายสูง	25 (49.02)	20 (43.48)	24 (39.34)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
ความสามารถในการ ให้บริการ	มีบริการหลากหลาย	16 (31.37)	11 (23.91)	17 (27.87)
	เปิดให้บริการทุกวันและให้บริการถึงกลางคืน	4 (7.84)	17 (36.96)	10 (16.39)
	มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก	20 (39.22)	12 (26.09)	24 (39.34)
	มีจำนวนพนักงานส่งเอกสารมาก	11 (21.57)	6 (13.04)	10 (16.39)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
การรับประกันความ เสียหาย	สินค้าชำรุดเสียหาย	30 (58.82)	6 (13.04)	9 (14.75)
	ความล่าช้าในการจัดส่ง	14 (27.45)	23 (50.00)	34 (55.74)
	ส่งไม่ถึงที่หมาย	7 (13.73)	17 (36.96)	18 (29.51)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 13 14 15 และ 16.

โดยสรุปพบว่า ธุรกิจแต่ละประเภทให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของ “ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” และ “ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” เหมือนกัน แต่ให้ความสำคัญแตกต่างกันในเรื่อง “ความสามารถในการให้บริการ” และ เรื่อง “การรับประกันความเสียหาย” เพราะประเภทงานหรือธุรกรรมที่แตกต่างกันของธุรกิจแต่ละประเภท (ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 5.1) ซึ่งธุรกิจทัวร์และธุรกิจบริการมีประเภทงานที่ต้องการความรวดเร็วและตรงต่อเวลาต่างจากธุรกิจซื้อมา-ขายไปที่ต้องการหลักประกันความปลอดภัยสินค้าที่จัดส่ง

ค.การ ให้ความสำคัญกับ “คุณภาพของบริการ” ของการให้บริการรับส่งเอกสาร

จากตารางที่ 5.4 แสดงการให้ความสำคัญกับ “คุณลักษณะคุณภาพของบริการ” ของการให้บริการรับส่งเอกสาร ของธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป พบว่ามี 22 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 43.14) คิดว่าคุณภาพของบริการขึ้นอยู่กับความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ตะแกงและสายรัดสิ่งของ” (16 ราย)<sup>7</sup> เพราะมีการส่งสินค้าของบริษัทมาก จึงไม่ต้องการรับประกันต้นทุนอันเกิดจากความเสียหาย

ธุรกิจทัวร์ พบว่ามี 22 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 47.83) คิดว่าคุณภาพของบริการขึ้นอยู่กับความเร็วในการจัดส่ง ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ส่งถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” (21 ราย)<sup>8</sup> เพราะต้องส่งตัวเดินทางให้แก่ลูกค้าที่ต้องเดินทางและไม่ต้องการพลาดสายการเดินทาง

ธุรกิจบริการ พบว่ามี 28 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 45.90) คิดว่าคุณภาพของบริการขึ้นอยู่กับความเร็วในการจัดส่ง ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ส่งถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” (27 ราย)<sup>9</sup> เพราะต้องส่งเอกสารสำคัญภายในเวลาที่กำหนด

<sup>7</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของคุณภาพของบริการ” ภาคผนวก ค หน้า 76

<sup>8</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของคุณภาพของบริการ” ภาคผนวก ค หน้า 76

<sup>9</sup> ดูที่ ตารางการให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของคุณภาพของบริการ” ภาคผนวก ค หน้า 76

โดยสรุปพบว่า ธุรกิจทัวร์และธุรกิจบริการส่วนใหญ่คิดว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับความเร็วในการจัดส่งซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ส่งถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” เหมือนกัน เพราะต้องส่งของหรือเอกสารที่จำเป็นต้องใช้ให้ทันต่อเวลาที่กำหนด ขณะที่ธุรกิจซื้อ-ขายไปส่วนใหญ่คิดว่าคิดว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่อง “ตะแกงและสายรัดสิ่งของ” เพราะคาดหวังว่าจะช่วยมิให้สินค้าชำรุดเสียหายได้จากการขนส่ง อันเป็นการลดความเสี่ยงด้านสินค้าชำรุดเสียหายได้

#### ตารางที่ 5.4

##### การให้ความสำคัญ “คุณภาพของบริการ” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

คุณลักษณะของ คุณภาพของบริการ	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
ความปลอดภัยของสินค้า	22 (43.14)	7 (15.22)	10 (16.39)
ความเร็วในการจัดส่ง	14 (27.45)	22 (47.83)	28 (45.90)
คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร	10 (19.61)	13 (28.26)	18 (29.51)
ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ	5 (9.80)	4 (8.70)	5 (8.20)
รวม	51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 12.

ในกรณีของการให้ความสำคัญกับ “องค์ประกอบของคุณลักษณะของคุณภาพของบริการ” ของการให้บริการรับส่งเอกสาร ของธุรกิจแต่ละประเภทนั้น แสดงไว้ในตารางที่ 5.5 ซึ่งสามารถสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อ-ขายไป : ในเรื่อง “ความปลอดภัยของสินค้า” พบว่ามี 29 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 56.86) คิดว่าความปลอดภัยของสินค้าขึ้นอยู่กับ “ตะแกงและสายรัดสิ่งของ” เป็นอันดับแรก ในเรื่อง “ความเร็วในการจัดส่ง” พบว่ามี 44 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 88.27) เห็นว่าการ “ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” เป็นสิ่งที่ต้องการมากกว่าการไปถึงก่อนเวลา ในเรื่อง “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 16 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31.37) เห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานส่งเอกสารคือสามารถ “แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้” และ “ตรวจเช็คสินค้าได้” ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณสมบัติทั้งสองประการนี้เป็น

ประโยชน์ในการจัดส่งสินค้ามากที่สุด และในเรื่อง “ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ” พบว่ามี 48 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 94.12) คิดว่าการใช้ “โทรศัพท์” สะดวกที่สุดเป็นอันดับแรก

ธุรกิจทัวร์ : ในเรื่อง “ความปลอดภัยของสินค้า” พบว่ามี 25 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 54.35) คิดว่าความปลอดภัยของสินค้าขึ้นอยู่กับ “แฟ้มจัดแยกเอกสาร” เพราะเป็นการป้องกันการปะปนและสูญหายของเอกสารได้ดีที่สุดในเรื่อง “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” พบว่ามี 42 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 91.30) คิดว่า “ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” เป็นสิ่งที่ต้องการมากกว่าการไปถึงก่อนเวลา ในเรื่อง “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 17 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 36.96) เห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานส่งเอกสาร คือ สามารถ “แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้” และยังพบว่ามีอีก 16 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 34.78) เห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานส่งเอกสารคือสามารถ “ชำนาญเส้นทาง” เพราะลูกค้าที่จะเดินทางส่วนมากอยู่กระจัดกระจายทั่วกรุงเทพฯ และในเรื่อง “ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ” พบว่ามี 43 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 93.48) คิดว่าการใช้ “โทรศัพท์” สะดวกที่สุดเป็นอันดับแรก

ธุรกิจบริการ : ในเรื่อง “ความปลอดภัยของสินค้า” พบว่ามี 35 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57.38) คิดว่าความปลอดภัยของสินค้าขึ้นอยู่กับ “แฟ้มจัดแยกเอกสาร” เพราะเป็นการป้องกันการปะปนและสูญหายของเอกสารได้ดีที่สุดในเรื่อง “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” พบว่ามี 56 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 91.80) คิดว่า “ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด” เป็นสิ่งที่ต้องการมากเพราะต้องส่งเอกสารสำคัญให้ทันต่อการใช้งาน ในเรื่อง “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” พบว่ามี 26 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 42.62) เห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานส่งเอกสารคือสามารถ “รู้งานด้านเอกสาร” เพราะต้องจัดส่งเอกสารที่สำคัญให้ถึงมือผู้รับโดยไม่ให้เกิดความผิดพลาด และในเรื่อง “ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ” พบว่ามี 55 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 90.16) คิดว่าการใช้ “โทรศัพท์” สะดวกที่สุดเป็นอันดับแรก

โดยสรุปพบว่า ประเภทงานหรือธุรกรรมที่แตกต่างกันของธุรกิจแต่ละประเภท (ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 5.1) ทำให้ธุรกิจแต่ละประเภทให้ความสำคัญแตกต่างกันในเรื่อง “ความปลอดภัยของสินค้า” ซึ่งธุรกิจทัวร์และธุรกิจบริการมีประเภทงานที่ส่งเอกสารจึงต้องการให้มีแฟ้มจัดแยกเอกสารป้องกันการปะปนกันได้ ต่างจากธุรกิจซื้อมา-ขายไปที่เน้นการส่งสินค้าจึงต้องการให้มีตะแกงและสายรัด และ ในเรื่อง “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” นอกจากความชำนาญเส้นทางแล้ว ธุรกิจซื้อมา-ขายไปต้องการให้พนักงานส่งเอกสารแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและ

ตรวจเช็คสินค้าได้ ธุรกิจทัวร์ต้องการให้พนักงานส่งเอกสารแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และธุรกิจบริการต้องการให้พนักงานส่งเอกสารรู้งานด้านเอกสาร

### ตารางที่ 5.5

การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณภาพของบริการ” สำหรับให้บริการแก่ธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

องค์ประกอบของ คุณลักษณะของคุณภาพของบริการ		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
ความปลอดภัย ภัยของสินค้า	แฟ้มจัดแยกเอกสาร	8 (15.69)	25 (54.35)	35 (57.38)
	กระเป๋าใส่เอกสาร	14 (27.45)	18 (39.13)	21 (34.43)
	ตะแกงและสายรัดสิ่งของ	29 (56.86)	3 (6.52)	5 (8.20)
รวม		51(100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
ความรวดเร็ว ในการจัดส่ง	ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด	44 (86.27)	42 (91.30)	56 (91.80)
	ถึงที่หมายเร็วกว่าเวลาที่กำหนด	7 (13.73)	4 (8.70)	5 (8.20)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
คุณสมบัติของ พนักงานส่งเอกสาร	ชำนาญเส้นทาง	15 (29.41)	16 (34.78)	16 (26.23)
	รู้งานด้านเอกสาร	4 (7.84)	10 (21.74)	26 (42.62)
	แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	16 (31.37)	17 (36.96)	15 (24.59)
	ตรวจเช็คสินค้าได้	16 (31.37)	3 (6.52)	4 (6.56)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)
ความสะดวกใน การเรียกใช้บริการ	โทรศัพท์	48 (94.12)	43 (93.48)	55 (90.16)
	E-mail	3 (5.88)	3 (6.52)	6 (9.84)
	SMS	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม		51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 17 18 19 และ 20.

ง. รูปแบบการจ้างพนักงานรับส่งเอกสารของการใช้บริการรับส่งเอกสาร

จากที่คาดหวังว่า ทุกประเภทธุรกิจน่าจะมียอบาย “ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน” มากกว่า “มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน” เพราะต้นทุนการจ้างพนักงานจากภายนอกน่าจะต่ำกว่าการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน แต่จากการสำรวจพบว่าให้ผลลัพธ์แตกต่างไปจากที่คาดหวังไว้ ดังตารางที่ 5.6 โดยสรุปได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป พบว่ามี 23 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 45.10) ที่ “มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” ขณะที่อีก 28 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 54.90) ที่ “ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันมากนัก จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 23 ราย ที่จ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน มีการจัดส่งเอกสารมากและเป็นประจำ หรือส่งสินค้าที่มีมูลค่าสูง จึงตัดสินใจที่จะจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน เพราะปริมาณชิ้นงานที่มากทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) มากกว่าการจ้างเป็นรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งเอกสาร และคุณค่าของความไว้วางใจในการจัดส่งสินค้าเองมีมากกว่าค่าประกันความเสียหายจากบริษัทรับส่งฯ ขณะที่ 28 ราย ที่ไม่จ้างพนักงานส่งฯประจำหน่วยงาน มีปริมาณงานที่ไม่มากหรือไม่ได้มีงานทุกวัน ทำให้ต้นทุนค่าจ้างพนักงานที่ต้องเสียไปในวันที่ไม่มีงานสูงกว่าการจ้างพนักงานฯเป็นรายเที่ยวจากบริษัทรับฯ จึงนิยมใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯ

ธุรกิจทัวร์ พบว่ามี 36 ราย จาก (46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 78.26) ที่ “มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” เพราะธุรกิจทัวร์มีปริมาณงานมากในเวลาราชการ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเช่นเดียวกับธุรกิจซื้อมา-ขายไป แต่ก็มีบางส่วนที่มีปริมาณงานไม่มากและไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน พบว่ามี 10 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 21.74) แต่ใช้บริการรับส่งเอกสารรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งเอกสารเพราะ ต้นทุนของการจ้างรายเที่ยวจะน้อยกว่าต้นทุนของการจ้างประจำหน่วยงาน

ธุรกิจบริการ พบว่ามี 30 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 49.18) ที่ “มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” ขณะที่อีก 31 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 50.82) “ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน” ซึ่งเป็นจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 30 ราย ที่จ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน มีการจัดส่งเอกสารมากและทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ขณะที่ 31 ราย ที่ไม่จ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน

มีปริมาณงานที่ไม่มากหรือไม่ได้มีงานทุกวัน ทำให้ไม่ต้องเสียค่าจ้างพนักงานฯในวันที่ไม่มีงาน ดังนั้น จึงนิยมการจ้างพนักงานฯเป็นรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งเอกสาร

โดยสรุป ธุรกิจทุกประเภทจะจ้างพนักงานส่งฯประจำหน่วยงานเมื่อมีปริมาณงานมาก เพราะทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) แต่ธุรกิจทัวร์โดยภาพรวมแล้วมีการจ้างพนักงานส่งฯประจำหน่วยงานมากกว่าธุรกิจซื้อมา-ขายไปและธุรกิจบริการ เพราะธุรกิจทัวร์มีปริมาณงานมากทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการหรือวันหยุดราชการ ทำให้ธุรกิจทัวร์ส่วนใหญ่นิยมที่จะจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน

#### ตารางที่ 5.6

การเลือก “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน	23 (45.10)	36 (78.26)	30 (49.18)
ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน	28 (54.90)	10 (21.74)	31 (50.82)
รวม	51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 3.

#### จ. จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน

จากที่คาดหวังว่า แต่ละประเภทธุรกิจน่าจะมีจำนวนการจ้างบริษัทรับส่งเอกสารที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทธุรกิจแตกต่างกัน แต่จากการสำรวจพบว่าให้ผลลัพธ์แตกต่างไปจากที่คาดหวังไว้ ดังตารางที่ 5.7 โดยสรุปได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป พบว่ามี 28 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 54.90) จ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียง 1 ราย เพราะยินดีจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูงกว่าปกติเพื่อจ้างแบบขาประจำให้เกิดความไว้วางใจได้ (13 ราย จาก 28 ราย)<sup>10</sup>

ธุรกิจทัวร์ พบว่ามี 27 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 58.70 ) จ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียง 1 ราย เพราะไว้วางใจได้มากที่สุดในการจัดส่งตัวเดินทางให้แก่ลูกค้า (10 ราย จาก 27 ราย)<sup>11</sup>

<sup>10</sup> ดูที่ ตารางเหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร ภาคผนวก ค หน้า 77

ธุรกิจบริการ พบว่ามี 32 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 52.46) ) จ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียง 1 ราย เพราะไว้ใจได้มากที่สุดในการจัดส่งเอกสารสำคัญ อาทิ หนังสือราชการ ส่วนงานการส่งฟ้อง บัญชีต่างๆ สัญญาต่างๆ เป็นต้น (14 ราย จาก 32 ราย)<sup>12</sup>

โดยสรุป ธุรกิจแต่ละประเภทส่วนใหญ่นิยมจ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียง 1 ราย เพราะคิดว่าการจ้างแบบขาประจำเพียงรายเดียว ทำให้มีความต่อเนื่องและคุ้นเคยในการทำงานจนเกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด และสำหรับการจ้างมากกว่า 1 ราย ธุรกิจแต่ละประเภทส่วนใหญ่เป็นการจ้างเนื่องในโอกาสที่มีงานมาก และป้องกันกรณีบริษัทรับส่งเอกสารคิวเต็ม

### ตารางที่ 5.7

การจ้าง “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

จำนวนบริษัทรับส่งเอกสาร ที่จ้างในแต่ละเดือน	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
1 ราย	28 (54.90)	27 (58.70)	32 (52.46)
2 ราย	14 (27.45)	11 (23.91)	18 (29.51)
3 ราย	6 (11.76)	5 (10.87)	6 (9.84)
มากกว่า 3 ราย	3 (5.88)	3 (6.52)	5 (8.20)
รวม	51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

#### ด. ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ

จากที่คาดหวังว่า ทุกประเภทธุรกิจน่าจะต้องการให้บริษัทรับส่งเอกสารตอบสนองการเรียกใช้บริการได้เร็วที่สุดหลังการเรียกใช้บริการ เพราะต้องการให้งานสำเร็จได้เร็วที่สุด แต่จากการสำรวจพบว่าให้ผลลัพธ์แตกต่างไปจากที่คาดหวังไว้ ดังตารางที่ 5.8 โดยสรุปได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป พบว่ามี 19 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.25) สามารถรอได้ไม่เกิน 45 นาที และยังมีอีก 17 ราย (จาก 51 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33) สามารถรอได้ไม่เกิน 60 นาที ธุรกิจซื้อมาขายไปสามารถรอนานถึง 45 นาที หรือ 60 นาที เพราะการใช้งาน

<sup>11</sup> ดูที่ ตารางเหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร ภาคผนวก ค หน้า 77

<sup>12</sup> ดูที่ ตารางเหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร ภาคผนวก ค หน้า 77

พนักงานส่งเอกสารส่วนมากเป็นการส่ง วางบิล และเก็บเช็ค ซึ่งเป็นงานที่รู้กำหนดการล่วงหน้าจึงสามารถเรียกใช้บริการล่วงหน้าและรอได้นาน

ธุรกิจทัวร์ พบว่ามี 28 ราย (จาก 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 60.87) สามารถรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะต้องส่งตัวเดินทางให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อทันทีหรือจัดหาที่พักด่วนให้แก่ลูกค้าที่ติดการที่พักร ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีงานด่วนเมื่อไร ดังนั้น เมื่อมีงานด่วนจึงต้องการจัดส่งให้รวดเร็วที่สุด

ธุรกิจบริการ พบว่ามี 24 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 39.34) สามารถรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะต้องจัดส่งเอกสารสำคัญ อาทิ หนังสือทางราชการ รายงานทางบัญชี สรุปสำนวนส่งฟ้อง เป็นต้น ทำให้ต้องรีบเร่งในการจัดส่งให้ทันเวลา และยังมีอีก 20 ราย (จาก 61 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32.79) สามารถรอได้ไม่เกิน 45 นาที ส่วนใหญ่เป็นการจัดส่งเอกสารทั่วไปที่สามารถรอได้นานกว่าการจัดส่งเอกสารสำคัญ

โดยสรุป ธุรกิจที่มา-ขายไปสามารถรอได้นานที่สุด เพราะสามารถรับรู้งานล่วงหน้าได้แก่ วันที่ในการส่งสินค้า วันนัดวางบิล วันนัดรับเช็ค ส่วนธุรกิจทัวร์สามารถรอน้อยที่สุด เพราะไม่สามารถรับรู้งานล่วงหน้าได้ หากต้องส่งตัวเดินทางด่วนแก่ลูกค้าก็มีการใช้บริการแบบเร่งด่วนที่สุด และธุรกิจบริการที่รอน้อยที่สุดเมื่อมีการส่งเอกสารสำคัญ แต่สามารถรอได้นานมากขึ้นถ้าเป็นการส่งเอกสารทั่วไป

#### ตารางที่ 5.8

“ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่ (ร้อยละ)

ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลัง การเรียกใช้บริการรับส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
กรณีฉุกเฉิน รอได้ไม่เกิน 30 นาที	12 (23.53)	28 (60.87)	24 (39.34)
กรณีรีบเร่ง รอได้ไม่เกิน 45 นาที	19 (37.25)	10 (21.74)	20 (32.79)
กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้ไม่เกิน 60 นาที	17 (33.33)	6 (13.04)	10 (16.39)
กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้มากกว่า 60 นาที	3 (5.88)	2 (4.35)	7 (11.48)
รวม	51 (100.00)	46 (100.00)	61 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ10.

## 5.2 ผลการศึกษาด้านขนาดธุรกิจ (Firm Size)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจและพฤติกรรมของขนาดของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท สามารถจำแนกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ลักษณะการใช้บริการส่งเอกสาร การให้ความสำคัญกับ "ความน่าเชื่อถือ" ของธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร และการให้ความสำคัญกับ "คุณภาพของบริการ" ของธุรกิจให้บริการรับส่งเอกสาร และทดสอบสมมติฐานเพื่อวัดความสัมพันธ์ของ "ขนาดของธุรกิจ" กับตัวแปรที่ทำการศึกษ 3 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ และจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน โดยสรุปได้ดังนี้

ก.ขนาดธุรกิจแต่ละประเภท มีการใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆ

จากตารางที่ 5.9 แสดงถึงการใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ขนาดเล็กมีการจัดส่งสิ่งของเป็นอันดับแรก ( 69 คะแนน จาก 250 คะแนน) อันดับที่สองเป็นการวางบิล (54 คะแนน จาก 250 คะแนน) และอันดับที่สามเป็นการเก็บเช็ค (49 คะแนน จาก 250 คะแนน) ธุรกิจขนาดกลางมีการจัดส่งสินค้าเป็นอันดับแรก ( 48 คะแนน จาก 190 คะแนน) อันดับที่สองเป็นการวางบิล (37 คะแนน จาก 190 คะแนน) และอันดับที่สามเป็นการเก็บเช็ค (34 คะแนน จาก 190 คะแนน) และธุรกิจขนาดใหญ่มีการวางบิลเป็นอันดับแรก (17 คะแนน จาก 70 คะแนน) อันดับสองเป็นการส่งสิ่งของ (16 คะแนน จาก 70 คะแนน) และอันดับสามเป็นการเก็บเช็ค (12 คะแนน จาก 70 คะแนน) จะเห็นได้ว่าลักษณะงานของแต่ละขนาดสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจฯ ที่เป็นธุรกรรมแบบต่อเนื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การส่งสิ่งของ การวางบิล และการเก็บเช็ค

ธุรกิจทัวร์ ขนาดเล็กมีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (81 คะแนน จาก 260 คะแนน) อันดับสองเป็นการรับเอกสารจากลูกค้า (55 คะแนน จาก 260 คะแนน) และอันดับสามเป็นการชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ (46 คะแนน จาก 260 คะแนน) ธุรกิจขนาดกลางมีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (35 คะแนน จาก 140 คะแนน) อันดับสองเป็นการรับเอกสารจากลูกค้า (27 คะแนน จาก 140 คะแนน) และอันดับสามเป็นการชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ (17 คะแนน จาก 140 คะแนน) และธุรกิจ

ขนาดใหญ่มีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (18 คะแนน จาก 60 คะแนน) อันดับสองเป็นการรับเอกสารจากลูกค้า (13 คะแนนจาก 60 คะแนน) และอันดับเป็นการรับสิ่งของจากลูกค้า (12 คะแนน จาก 60 คะแนน) จะเห็นได้ว่าลักษณะงานของแต่ละขนาดสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจ ที่มีการส่งเอกสารมากที่สุด เพราะต้องส่งตัวเดินทางแก่ลูกค้า

ธุรกิจบริการ ขนาดเล็กมีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (75 คะแนน จาก 320 คะแนน) อันดับสองเป็นการวางบิล (60 คะแนน จาก 320 คะแนน) และอันดับสามเป็นการเก็บเช็ค (54 คะแนน จาก 320 คะแนน) ธุรกิจขนาดกลางมีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (64 คะแนน จาก 210 คะแนน) อันดับสองเป็นการติดต่อราชการ (43 คะแนน จาก 210 คะแนน) และอันดับสามเป็นการรับเอกสารจากลูกค้า (34 คะแนน จาก 210 คะแนน) และธุรกิจขนาดใหญ่มีการส่งเอกสารเป็นอันดับแรก (23 คะแนน จาก 80 คะแนน) อันดับสองเป็นการติดต่อราชการ (16 คะแนน จาก 80 คะแนน) และอันดับสามเป็นการติดต่อธนาคาร (12 คะแนน จาก 80 คะแนน) จะเห็นได้ว่าลำดับแรก (การส่งเอกสาร) เท่านั้นที่เหมือนกันทุกขนาด ส่วนลำดับที่สองและสามไม่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่มีความหลากหลายของงาน

#### ตารางที่ 5.9

#### การใช้พนักงานส่งเอกสารในงานต่างๆของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : คะแนน

งานของพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ								
	Trading			Tour			Service		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ส่งเอกสาร(เอกสาร,ตัวต่างๆ)	24	18	9	81	35	18	76	64	23
ส่งสิ่งของ(สินค้า,พัสดุต่างๆ)	69	48	16	10	11	3	8	3	1
รับเอกสารจากลูกค้า	14	10	4	56	27	13	44	34	11
รับสิ่งของจากลูกค้า	19	24	3	9	5	12	3	7	3
ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ	6	6	3	46	17	1	8	13	3
วางบิล	54	37	17	5	16	3	60	10	7
เก็บเช็ค	49	34	12	9	9	2	54	10	4
ติดต่อราชการ	9	9	2	17	7	3	34	43	16
ติดต่อธนาคาร	6	4	4	27	13	5	33	26	12
รวม	250	190	70	260	140	60	320	210	80

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 2.

ข. การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” การใช้บริการรับส่งเอกสาร

จากตารางที่ 5.10 แสดงการให้ความสำคัญกับ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ขนาดเล็กพบว่ามี 11 ราย (จาก 25 ราย) ให้ความสำคัญกับ “การรับประกันความเสียหาย” ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 10 ราย (จาก 19 ราย) ให้ความสำคัญกับ “การรับประกันความเสียหาย” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 3 ราย (จาก 7 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” โดยสรุปพบว่า ธุรกิจซื้อมา-ขายไปขนาดเล็กและขนาดกลาง คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “การรับประกันความเสียหาย” เป็นอันดับแรก ส่วนขนาดใหญ่คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความสามารถในการให้บริการ” เป็นอันดับแรก

ธุรกิจทัวร์ ขนาดเล็กพบว่ามี 9 ราย (จาก 26 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” เป็นอันดับแรก ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 6 ราย (จาก 14 ราย) ให้ความสำคัญกับ “การรับประกันความเสียหาย” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 3 ราย (จาก 6 ราย) ให้ความสำคัญกับ “การรับประกันความเสียหาย” โดยสรุปพบว่า สอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความสามารถในการให้บริการ” และ “การรับประกันความเสียหาย” ซึ่งธุรกิจทัวร์ขนาดเล็กให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับ “การรับประกันความเสียหาย”

ธุรกิจบริการ ขนาดเล็กพบว่ามี 15 ราย (จาก 32 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 10 ราย (จาก 21 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 4 ราย (จาก 8 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความสามารถในการให้บริการ” โดยสรุปพบว่า สอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่คิดว่าความน่าเชื่อถือของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความสามารถในการให้บริการ”

ตารางที่ 5.10  
การให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

คุณลักษณะของ ความน่าเชื่อถือ	ประเภทของธุรกิจ								
	Trading			Tour			Service		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ภาพลักษณ์ของ พนักงานส่งเอกสาร	4	3	1	6	2	1	6	1	1
ภาพลักษณ์ของ บริษัทรับส่งเอกสาร	3	2	1	3	1	0	3	4	1
ความสามารถใน การให้บริการ	7	4	3	9	5	2	15	10	4
การรับประกัน ความเสียหาย	11	10	2	8	6	3	8	6	2
รวม	25	19	7	26	14	6	32	21	8

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 ,แบบสอบถามข้อ 11.

ค.การ ให้ความสำคัญกับ “คุณภาพของบริการ” การใช้บริการรับส่งเอกสาร

จากตารางที่ 5.11 แสดงแสดงการให้ความสำคัญกับ “คุณลักษณะของคุณภาพบริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ขนาดเล็กพบว่ามี 10 ราย (จาก 25 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความปลอดภัยของสินค้า” ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 8 ราย (จาก 19 ราย) ให้ความสำคัญกับ

“ความปลอดภัยของสินค้า” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 4 ราย (จาก 7 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความปลอดภัยของสินค้า” ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่คิดว่าคุณภาพของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความปลอดภัยของสินค้า”

ธุรกิจทัวร์ ขนาดเล็กพบว่ามี 11 ราย (จาก 26 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 7 ราย (จาก 14 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 4 ราย (จาก 6 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” เป็นอันดับแรก ” ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่คิดว่าคุณภาพของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง”

ธุรกิจบริการ ขนาดเล็กพบว่ามี 13 ราย (จาก 32 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” ธุรกิจขนาดกลางพบว่ามี 10 ราย (จาก 21 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” และธุรกิจขนาดใหญ่พบว่ามี 5 ราย (จาก 8 ราย) ให้ความสำคัญกับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” ซึ่งสอดคล้องกับภาพรวมของธุรกิจที่คิดว่าคุณภาพของบริการรับส่งเอกสารขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง”

#### ตารางที่ 5.11

การให้ความสำคัญกับ “คุณภาพของบริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

องค์ประกอบของ คุณภาพของบริการ	ประเภทของธุรกิจ								
	Trading			Tour			Service		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ความปลอดภัยของสินค้า	10	8	4	4	2	1	6	3	1
ความรวดเร็วในการจัดส่ง	8	5	1	11	7	4	13	10	5
คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร	5	4	1	8	4	1	10	6	2
ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ	2	2	1	3	1	0	3	2	0
รวม	25	19	7	26	14	6	32	21	8

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 12.

ง. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร

**สมมติฐานที่ 1** เพื่อวัดความสัมพันธ์ของขนาดของแต่ละธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร (โดยผู้วิจัยจึงคาดว่าธุรกิจขนาดใหญ่ของแต่ละประเภท ที่มีรายรับมากกว่าขนาดเล็กและขนาดกลาง จะมีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน มากกว่าขนาดเล็กและขนาดกลาง) จึงตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_a$  : ขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารมีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 5.12 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง“รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” กับขนาดของธุรกิจ และตารางที่ 5.13 แสดงสัดส่วนในรูปร้อยละของ“รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภทโดยสรุปผลได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ได้ค่า  $\chi^2 = 11.51$  มากกว่าค่าวิกฤติที่ 5.99 แสดงว่าปฏิเสธ  $H_0$  คือขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารมีความสัมพันธ์กัน โดยอย่างน้อยมีขนาดของธุรกิจหนึ่งขนาดที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน (18 ราย จาก 25 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 72 ขณะที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ 7 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 28) ธุรกิจขนาดกลางที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ เป็นสัดส่วนที่มากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก (9 ราย จาก 19 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 47.37) และธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งหมด 7 ราย มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ อาจกล่าวได้ว่าการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ ของธุรกิจซื้อมา-ขายไปแปรผันขนาดของธุรกิจซึ่งใช้รายรับเป็นเกณฑ์วัดขนาดของธุรกิจ

ธุรกิจทัวร์ ได้ค่า  $\chi^2 = 3.36$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 5.99 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  ดังนั้น คือขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารไม่มีความสัมพันธ์กัน จะเห็นได้จากทุกขนาดของธุรกิจทัวร์ส่วนมากมีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน โดยธุรกิจขนาดเล็กมี 18 จาก 26 ราย (ร้อยละ 69.23) ธุรกิจขนาดกลางมี 12 ราย จาก 14 ราย (ร้อยละ 85.71) และธุรกิจขนาดใหญ่ทุกราย (6 ราย) อาจกล่าวได้ว่าการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ ของธุรกิจทัวร์ไม่แปรผันตามขนาดของธุรกิจหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ไม่ว่ารายรับจะมากหรือน้อยธุรกิจทัวร์ทุกขนาดส่วนใหญ่นิยมจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ เนื่องจากลักษณะเฉพาะของธุรกิจทัวร์ที่มีปริมาณงานมาก ทำให้ต้นทุนการจ้างพนักงานส่งเอกสารฯ กว่าต้นทุนการจ้างบริษัทรับส่งเอกสาร

ธุรกิจบริการ ได้ค่า  $\chi^2 = 18.32$  มากกว่าค่าวิกฤติที่ 5.99 แสดงว่าปฏิเสธ  $H_0$  คือขนาดของธุรกิจกับการเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารมีความสัมพันธ์กัน โดยอย่างน้อยมีขนาดของธุรกิจหนึ่งขนาดที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากธุรกิจขนาด

เล็กส่วนมากไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน (24 ราย จาก 32 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 75 ขณะที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสาร 8 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 25) ธุรกิจขนาดกลางที่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารเป็นส่วนที่มากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก (14 ราย จาก 21 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.66) และธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งหมด 8 ราย มีการจ้างพนักงานส่งเอกสาร อาจกล่าวได้ว่าการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำของธุรกิจบริการแปรผันตามขนาดของธุรกิจซึ่งใช้รายรับเป็นเกณฑ์วัดขนาดของธุรกิจ เช่นเดียวกับธุรกิจซื้อมา-ขายไป

ตารางที่ 5.12

การทดสอบความสัมพันธ์ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ																	
	Trading						Tour						Service					
	เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่	
	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E
มีการจ้างประจำ	7	11.27	9	8.56	7	3.15	18	20.34	12	10.95	6	4.69	8	15.73	14	10.32	8	3.93
ไม่มีการจ้างประจำ	18	13.72	10	10.43	0	3.84	8	5.65	2	3.04	0	1.30	24	16.26	7	10.67	0	4.06
รวม	25		19		7		26		14		6		32		21		8	
ค่าวิกฤติ/ $\chi^2$	ค่าวิกฤติ = 5.99		$\chi^2 = 11.51$		ค่าวิกฤติ = 5.99		$\chi^2 = 3.36$		ค่าวิกฤติ = 5.99		$\chi^2 = 18.32$							

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 3, คู่มือคำนวณ ภาคผนวก ง (น.82-84).

หมายเหตุ : กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ,  $\alpha = 0.05$

$$df = (2-1)(3-1) = 2$$

ตารางที่ 5.13

สัดส่วนในรูปร้อยละของ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่/ร้อยละ

รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ								
	Trading			Tour			Service		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
มีการจ้าง	7	9	7	18	12	6	8	14	8

ประจำ	(28.00)	(47.37)	(100.00)	(69.23)	(85.71)	(100.00)	(25.00)	(66.66)	(100.00)
ไม่มีการจ้าง ประจำ	18 (72.00)	10 (52.63)	0 (0.00)	8 (30.77)	2 (14.29)	0 (0.00)	24 (75.00)	7 (33.33)	0 (0.00)
รวม	25 (100.00)	19 (100.00)	7 (100.00)	26 (100.00)	14 (100.00)	6 (100.00)	32 (100.00)	21 (100.00)	8 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 3.

#### จ.การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสาร

**สมมติฐานที่ 2** เพื่อวัดความสัมพันธ์ของขนาดของแต่ละธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้าง โดยผู้วิจัยคาดว่า ธุรกิจแต่ละขนาดจะจ้างบริษัทรับส่งเอกสารในจำนวนที่แตกต่างกัน เพราะรายรับของแต่ละบริษัทไม่เท่ากัน ทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีรายรับมาก(สะท้อนถึงปริมาณงานหรือจำนวนธุรกรรมมาก) น่าจะจ้างบริษัทรับส่งเอกสารหลายรายมากกว่าธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง จึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_a$  : ขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างมีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 5.14 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่าง“จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน” กับขนาดของธุรกิจ และตารางที่ 5.15 แสดงสัดส่วนในรูปร้อยละของ “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปผลได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ได้ค่า  $\chi^2 = 2.45$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากทุกขนาดของธุรกิจซื้อมา-ขายไป ส่วนมากจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย โดยธุรกิจขนาดเล็กมี 12 ราย จาก 25 ราย (ร้อยละ 48) ขนาดธุรกิจขนาดกลางมี 11 ราย จาก 19 ราย (ร้อยละ 57.89) และธุรกิจขนาดใหญ่มี 5 ราย จาก 7 ราย (ร้อยละ 71.43) อาจกล่าวได้ว่าจำนวนบริษัทรับส่งฯที่จ้างในแต่ละเดือนของธุรกิจซื้อมา-ขายไปไม่แปรผันตามรายรับ เพราะการจ้าง 1 ราย เป็นขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการค้นหบริษัทรับส่งฯรายใหม่ ๆ

ธุรกิจทัวร์ ได้ค่า  $\chi^2 = 9.27$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากการจ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียง 1 ราย โดยธุรกิจขนาดเล็กมี 19 ราย จาก 26 ราย (ร้อยละ 73.08) และธุรกิจขนาดใหญ่มี 6 ราย จาก 8 ราย (ร้อยละ 75.00) ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางก็มีการจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย เช่นกัน มีจำนวน 4 ราย (ร้อยละ 28.57) อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจทัวร์ทุกขนาดส่วนมากนิยมจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย เพราะธุรกิจทัวร์มีปริมาณงานมาก และต้องจัดส่งเอกสารให้แก่ลูกค้าทันที ทำให้ต้องจ้างบริษัทรับส่งฯไว้สำรองในเวลาที่มียางานมาก และเร่งด่วน

ธุรกิจบริการ ได้ค่า  $\chi^2 = 4.59$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากธุรกิจบริการทุกขนาด ส่วนมากจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย โดยขนาดเล็กมี 15 ราย จาก 32 ราย (ร้อยละ 46.88) ขนาดกลางมี 11 ราย จาก 21 ราย (ร้อยละ 52.38) และขนาดใหญ่มี 6 ราย จาก 8 ราย (ร้อยละ 75) อาจกล่าวได้ว่าจำนวนบริษัทรับส่งฯที่จ้างในแต่ละเดือนของธุรกิจบริการไปไม่แปรผันตามรายรับ เพราะการจ้าง 1 ราย เป็นขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการค้นหารายใหม่ ๆ

#### ตารางที่ 5.14

การทดสอบความสัมพันธ์ “จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน”  
ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

จำนวนบริษัท รับส่งเอกสาร ที่จ้างในแต่ละ เดือน	ประเภทของธุรกิจ																	
	Trading						Tour						Service					
	เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่	
	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E
1ราย	12	1372	11	1043	5	384	19	1526	4	821	4	352	15	1678	11	1101	6	419
2ราย	7	686	5	521	2	192	4	334	5	334	2	143	11	944	6	619	1	236
3ราย	4	294	2	223	0	082	2	152	3	152	0	065	2	314	3	206	1	078
มากกว่า3ราย	2	147	1	111	0	041	1	091	2	091	0	039	4	362	1	172	0	065
รวม	25		19		7		26		14		6		32		21		8	
ค่าวิกฤต/ $\chi^2$	ค่าวิกฤต=12.59		$\chi^2=2.45$			ค่าวิกฤต=12.59		$\chi^2=9.27$			ค่าวิกฤต=12.59		$\chi^2=4.59$					

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9, คู่มือคำนวณ ภาคผนวก ง (น.85 - 87)

หมายเหตุ : กำหนดค่าความน่าเชื่อถือ 95% ,  $\alpha = 0.05$

$$df = (4-1)(3-1) = 6$$

### ตารางที่ 5.15

สัดส่วนในรูปร้อยละของ“จำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างในแต่ละเดือน”

ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่/ร้อยละ

จำนวนบริษัทรับส่ง เอกสาร ที่จ้างในแต่ละเดือน	ประเภทของธุรกิจ								
	Trading			Tour			Service		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
1 ราย	12 (48.00)	11 (57.89)	5 (71.43)	19 (73.08)	4 (28.57)	4 (66.66)	15 (46.88)	11 (52.38)	6 (75.00)
2 ราย	7 (28.00)	5 (26.32)	2 (28.57)	4 (15.38)	5 (35.71)	2 (33.33)	11 (35.38)	6 (28.57)	1 (12.50)
3 ราย	4 (16.00)	2 (10.53)	0 (0.00)	2 (7.69)	3 (21.43)	0 (0.00)	2 (6.25)	3 (14.29)	1 (12.50)
มากกว่า 3 ราย	2 (8.00)	1 (5.26)	0 (0.00)	1 (3.85)	2 (14.29)	0 (0.00)	4 (12.50)	1 (4.76)	0 (0.00)
รวม	25 (100.00)	19 (100.00)	7 (100.00)	26 (100.00)	14 (100.00)	6 (100.00)	32 (100.00)	21 (100.00)	8 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

จ.การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้  
บริการ

**สมมติฐานที่ 3** เพื่อวัดความสัมพันธ์ของขนาดของแต่ละธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ โดยผู้วิจัยคาดว่า ทุกขนาดของประเภทธุรกิจต้องการรอคิวจากการเรียกใช้บริการน้อยที่สุด จึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_a$  : ขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการมีความสัมพันธ์กัน จากตารางที่ 5.16 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง“ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ” กับขนาดของธุรกิจ และตารางที่ 5.17 แสดงสัดส่วนในรูปร้อยละของ “ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท โดยสรุปผลได้ ดังนี้

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ได้ค่า  $\chi^2 = 19.08$  มากกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการมีความสัมพันธ์กัน โดยอย่างน้อยมีขนาดของธุรกิจหนึ่งขนาดที่มีความสัมพันธ์ ซึ่งไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากธุรกิจขนาดเล็กรอได้ไม่เกิน 60 นาที มี 14 ราย (จาก 25 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 56) ธุรกิจขนาดกลางรอได้ไม่เกิน 45 นาที มี 13 ราย (จาก 19 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 68.42) ธุรกิจขนาดใหญ่รอได้ไม่เกิน 30 นาที และไม่เกิน 45 นาที มี 3 รายเท่ากัน (จาก 7 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 42.86) อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจซื้อมา-ขายไปทั้งสามขนาดมีระยะเวลาหลังเรียกใช้บริการแตกต่างกัน โดยขนาดใหญ่จะรอมีระยะเวลาน้อยที่สุด รองมาคือขนาดกลางและขนาดเล็ก จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจซื้อมา-ขายไปขนาดเล็กนิยมที่จะสั่งงานล่วงหน้า ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่เรียกใช้บริการเมื่อมีงานเร่งด่วน

ธุรกิจทัวร์ ได้ค่า  $\chi^2 = 0.80$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที โดยธุรกิจขนาดเล็กมี 16 ราย (จาก 26 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 61.54) ธุรกิจขนาดกลางมี 8 ราย (จาก 14 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 57.14) และธุรกิจขนาดใหญ่มี 4 ราย (จาก 6 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.67) อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจทัวร์ทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะจากลักษณะการใช้งานพนักงานส่งเอกสารของธุรกิจทัวร์ มักเป็นการส่งตัวเดินทางแก่ลูกค้าที่ต้องส่งด่วนและต้องการความตรงต่อเวลาสูง จึงรอได้ไม่เกิน 30 นาที

ธุรกิจบริการได้ค่า  $\chi^2 = 0.72$  น้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 12.59 แสดงว่าไม่ปฏิเสธ  $H_0$  คือ ขนาดของธุรกิจกับระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการที่จ้างไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่ง

เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเห็นได้จากธุรกิจทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที โดยธุรกิจขนาดเล็กมี 12 ราย (จาก 32 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.50) ธุรกิจขนาดกลางมี 8 ราย (จาก 21 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 38.10) และธุรกิจขนาดใหญ่มี 4 ราย (จาก 8 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 50.00) อาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจบริการทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะจากลักษณะการใช้งานพนักงานส่งเอกสารของธุรกิจบริการ มักเป็นการส่งเอกสารสำคัญแก่ลูกค้า

ตารางที่ 5.16

การทดสอบความสัมพันธ์ “ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังเรียกใช้บริการ”  
ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

ระยะเวลาที่ สามารถรอ ได้	ประเภทของธุรกิจ																	
	Trading						Tour						Service					
	เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่		เล็ก		กลาง		ใหญ่	
	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	O	E
ไม่เกิน 30 นาที	6	5.88	3	4.47	3	1.64	16	15.82	8	8.52	4	3.65	12	12.59	8	8.26	4	3.14
ไม่เกิน 45 นาที	3	9.31	13	7.07	3	2.60	6	5.65	3	3.04	1	1.30	11	10.49	7	6.88	2	2.62
ไม่เกิน 60 นาที	14	8.33	2	6.33	1	2.33	3	3.39	2	1.82	1	0.78	5	5.24	4	5.24	1	1.31
มากกว่า 60 นาที	2	1.47	1	1.11	0	0.41	1	1.13	1	0.60	0	0.26	4	3.67	2	3.67	1	0.91
	25		19		7		26		14				32		21		8	0.72
ค่าวิกฤต / $\chi^2$	ค่าวิกฤต=12.59			$\chi^2=19.08$			ค่าวิกฤต=12.59			$\chi^2=0.80$			ค่าวิกฤต=12.59			$\chi^2=0.72$		

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 10, คู่มือคำนวณ ภาคผนวก ง (น.88 – 90)

หมายเหตุ : กำหนดค่าความน่าเชื่อถือ 95% ,  $\alpha = 0.05$

$$df = (4-1)(3-1) = 6$$

ตารางที่ 5.17

สัดส่วนในรูปร้อยละของ “ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ”  
ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่/ร้อยละ

ระยะเวลาที่ สามารถรอได้	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service

	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ไม่เกิน30นาที	6 (24.00)	3 (15.79)	3 (42.86)	16 (61.54)	8 (57.14)	4 (66.67)	12 (37.50)	8 (38.10)	4 (50.00)
ไม่เกิน45นาที	3 (12.00)	13 (68.42)	3 (42.86)	6 (23.08)	3 (21.43)	1 (16.67)	11 (34.38)	7 (33.33)	2 (25.00)
ไม่เกิน60นาที	14 (56.00)	2 (10.53)	1 (10.53)	3 (11.54)	2 (14.29)	1 (16.67)	5 (15.63)	4 (19.05)	1 (12.50)
มากกว่า60นาที	2 (8.00)	1 (5.26)	0 (0.00)	1 (3.85)	1 (7.14)	0 (0.00)	4 (12.50)	2 (9.52)	1 (12.50)
รวม	25 (100.00)	19 (100.00)	7 (100.00)	26 (100.00)	14 (100.00)	6 (100.00)	32 (100.00)	21 (100.00)	8 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 10.

### 5.3 สรุปองค์ประกอบของบริการที่กำหนดการให้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร แบ่งเป็นประเภทธุรกิจ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงถึง องค์ประกอบของบริการ (ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพของบริการ) ที่กำหนดการให้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร (รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร จำนวนบริษัทที่จ้าง และระยะเวลาที่สามารถรอได้ หลังเรียกใช้บริการ) สามารถสรุปได้ ดังนี้

ธุรกิจชื่อมา-ขายไป : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่คิดว่า องค์ประกอบที่สำคัญคือ “การรับประกันความเสียหาย” และเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพของบริการ ส่วนใหญ่คิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความปลอดภัยของสินค้า” เพราะธุรกิจชื่อมา-ขายไป มีการจัดส่งสินค้าที่มีมูลค่าของบริษัท หากมีการจ้างพนักงานประจำหน่วยงานธุรกิจก็ต้องรับประกันการรับประกันฯ เช่น สินค้าชำรุด สินค้าสูญหาย เป็นต้น แต่หากมีการจ้างบริษัทรับส่งฯ ธุรกิจก็สามารถลดต้นทุนการรับประกันที่เกิดขึ้น เนื่องจากบริษัทรับส่งฯมีการรับประกันความเสียหายของสินค้า

ธุรกิจชื่อมา-ขายไป มีรูปแบบจ้างพนักงานส่งเอกสาร โดยมีทั้งจ้างพนักงานประจำหน่วยงานและไม่จ้างพนักงานประจำหน่วยงาน และนิยมจ้างเพียง 1 รายแบบขาประจำ ส่วนระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการมีความแตกต่างกัน เพราะขึ้นอยู่กับบริการล่วงหน้าเป็นประจำ

ธุรกิจทัวร์ : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่คิดว่าองค์ประกอบที่สำคัญคือ “การรับประกันความเสียหาย” และ “ความล่าช้าในการจัดส่ง” และเรื่ององค์ประกอบของ

คุณภาพของบริการ ส่วนใหญ่คิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” เพราะธุรกิจทัวร์ต้องส่งตัวเดินทางที่มีมูลค่ามากให้แก่ลูกค้าที่กำลังจะออกเดินทาง จึงไม่ต้องการให้เกิดความล่าช้าหรือส่งไม่ถึงที่หมาย หากมีการจ้างพนักงานประจำหน่วยงานธุรกิจก็ต้องรับภาระการรับประกันตนเอง เช่น ตัวชำรุดหรือสูญหาย ค่าปรับจากการส่งตัวล่าช้า เป็นต้น แต่หากมีการจ้างบริษัทรับส่งฯ ธุรกิจก็สามารถลดต้นทุนการรับประกันที่เกิดขึ้น เนื่องจากบริษัทรับส่งฯ มีการรับประกันความเสียหาย

ธุรกิจทัวร์ มีลักษณะเฉพาะของธุรกิจที่ต้องส่งตัวเดินทางด่วนและมีปริมาณงานมาก จึงมีนิยมนจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน และจ้างจากบริษัทรับส่งเอกสารในช่วงเวลาเร่งด่วนหรือมีปริมาณงานมาก โดยนิยมนจ้างเพียง 1 รายแบบขาประจำ ส่วนระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ คือ 30 นาที

ธุรกิจบริการ : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่คิดว่าองค์ประกอบที่สำคัญคือ “ความสามารถในการให้บริการ” และเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพของบริการ ส่วนใหญ่คิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” เพราะธุรกิจบริการมีการใช้พนักงานส่งเอกสารวิ่งส่งเอกสารสำคัญในหลายเส้นทางและหลายประเภทงาน ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความสามารถของพนักงานฯ การจ้างบริษัทรับส่งฯ ทำให้ลดต้นทุนในการฝึกอบรมพนักงานฯ ได้ นอกจากนี้ หากมีการจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน เมื่อมีการวิ่งงานในหลายเส้นทางทำให้เกิดต้นทุนการจ้างพนักงานฯ เพิ่ม เพราะพนักงานประจำหน่วยงานไม่สามารถวิ่งหลายเส้นทางได้พร้อมกัน จึงต้องจ้างบริษัทรับส่งฯ ช่วย ซึ่งเป็นการเสียค่าจ้างส่วนเพิ่ม ขณะที่การจ้างบริษัทรับส่งฯ สามารถลดต้นทุนดังกล่าวได้ เพราะบริษัทรับส่งฯ มีจำนวนพนักงานฯ และเส้นทางบริการที่มากกว่า ทำให้ค่าบริการที่จ้างบริษัทรับส่งฯ เพียงอย่างเดียวต่ำกว่าเมื่อเทียบกับต้นทุนจากการเสียค่าจ้างส่วนเพิ่ม

ธุรกิจบริการ มีรูปแบบจ้างพนักงานส่งเอกสาร โดยมีทั้งจ้างพนักงานประจำหน่วยงานและไม่จ้างพนักงานประจำหน่วยงาน และนิยมนจ้างเพียง 1 รายแบบขาประจำ ส่วนระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ คือ 30 นาที เพราะธุรกิจมีการส่งเอกสารสำคัญที่ต้องส่งให้ตรงตามเวลาที่กำหนด

#### 5.4 สรุปองค์ประกอบของบริการที่กำหนดการให้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร แบ่งเป็นขนาดของแต่ละประเภทธุรกิจ

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ธุรกิจทุกขนาดธุรกิจคิดว่าองค์ประกอบที่สำคัญคือ “การรับประกันความเสียหาย” ส่วนเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพของ

บริการ ทุกขนาดธุรกิจคิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความปลอดภัยของสินค้า” เพราะธุรกิจซื้อมา-ขายไป มีการจัดส่งสินค้าเป็นประจำ

ธุรกิจซื้อมา-ขายไป ขนาดเล็กและธุรกิจขนาดกลางบางส่วนไม่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานไม่มาก ซึ่งไม่ต้องเสียค่าจ้างในช่วงเวลาที่ไม่มียาน ขณะที่ธุรกิจขนาดกลางบางส่วนและธุรกิจขนาดใหญ่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน เพราะมีปริมาณงานมากที่เกิดการประหยัดต่อขนาดได้ ส่วนเรื่องจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างภายในช่วงเวลาหนึ่งเดือน ธุรกิจทุกขนาดนิยมจ้างเพียงบริษัทเดียว เพราะเชื่อว่าการจ้างบริษัทเดียวแบบขาประจำเกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด และเรื่องระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ ธุรกิจขนาดเล็กสามารถรอได้นานกว่าธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดเล็กมีการเรียกใช้บริการล่วงหน้า

ธุรกิจทัวร์ : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ธุรกิจขนาดเล็กคิดว่าองค์ประกอบที่สำคัญ คือ “ความสามารถในการให้บริการ” ขณะที่ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดใหญ่คิดว่า “การรับประกันความเสียหาย” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ส่วนเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพของบริการ ธุรกิจทุกขนาดคิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” เพราะธุรกิจทัวร์ต้องส่งตัวเดินทางเป็นประจำ

ธุรกิจทัวร์ ทุกขนาดนิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน เพราะลักษณะเฉพาะของธุรกิจทัวร์ที่มีงานมาก ทำให้การจ้างพนักงานประจำหน่วยงานประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการจ้างบริษัทรับส่งเอกสาร ส่วนเรื่องจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างฯ ธุรกิจทุกขนาดนิยมจ้างเพียงบริษัทเดียว เพราะเชื่อว่าการจ้างบริษัทเดียวแบบขาประจำเกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด และเรื่องระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ ธุรกิจทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะต้องการส่งตัวเดินทางให้แก่ลูกค้าให้ทันต่อการออกเดินทาง

ธุรกิจบริการ : เรื่ององค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ธุรกิจทุกขนาดคิดว่าองค์ประกอบที่สำคัญคือ “ความสามารถในการให้บริการ” ส่วนเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพของบริการ ธุรกิจทุกขนาดคิดว่าขึ้นอยู่กับ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” เพราะธุรกิจบริการมีการใช้ส่งเอกสารสำคัญเป็นประจำ

ธุรกิจบริการ ขนาดเล็กและขนาดกลางบางส่วนไม่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานไม่มาก ซึ่งไม่ต้องเสียค่าจ้างในช่วงเวลาที่ไม่มียาน ขณะที่ธุรกิจขนาดกลางบางส่วนและธุรกิจขนาดใหญ่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน เพราะมีปริมาณงานมากที่เกิดการประหยัดต่อขนาดได้ ส่วนเรื่องจำนวนบริษัทรับส่งเอกสารที่จ้างฯ ธุรกิจทุกขนาดนิยมจ้าง

เพียงบริษัทเดียว เพราะเชื่อว่าการจ้างบริษัทเดียวแบบขาประจำเกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด และเรื่องระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการ ธุรกิจทุกขนาดส่วนมากรอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะต้องการส่งเอกสารสำคัญ

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

บริษัทรับส่งเอกสารได้รับความนิยมและมีผู้ใช้บริการอย่างแพร่หลาย ซึ่งผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะความต้องการและคุณภาพของบริการที่แตกต่างกัน รวมทั้งยังมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน การศึกษานี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสารและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร โดยทำการศึกษาจากผู้ใช้บริการแบ่งตามประเภทธุรกิจ (ธุรกิจซื้อ-ขายไป ธุรกิจทัวร์ และธุรกิจบริการที่ประกอบด้วยบริการทางทนายความและบัญชี) และแบ่งตามขนาดของธุรกิจ (ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่) ในพื้นที่กลุ่มเขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตวัฒนา ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่นำตัวแปรเชิงคุณภาพจากสมการอุปสงค์ของความต้องการใช้บริการรับส่งเอกสาร (Demand Function) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและคุณภาพของบริการ และนำแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการมาประยุกต์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งได้เลือกตัวอย่างศึกษาคิดเป็นร้อยละ 30 จากจำนวนบริษัทของแต่ละธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 2 กรณี ได้แก่ การวิเคราะห์ผลประเภทธุรกิจ (ใช้วิธีการวัดสัดส่วนในรูปร้อยละ) และการวิเคราะห์ผลขนาดของธุรกิจ (ใช้วิธีการวัดสัดส่วนในรูปร้อยละ และการทดสอบความเป็นอิสระของขนาดของธุรกิจ) ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งความคาดหวังภายใต้ทฤษฎีความ

ต้องการบริโภค (ความต้องการใช้บริการ) แปรผันตามรายรับ (ซึ่งแปรตามขนาดของกิจกรรมหรือธุรกรรมในธุรกิจ) และประสบการณ์ตรงก่อนทำการศึกษา และเมื่อทำการวิเคราะห์ผลแล้วสามารถสรุปได้ ดังนี้

### 6.1 สรุปผลการศึกษาคู่ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของแต่ละประเภทธุรกิจ

ธุรกิจซื้อมา-ขายไปมีการส่งสินค้ามาก ทำให้ส่วนมากต้องการให้บริษัทรับส่งเอกสารมีการรับประกันความเสียหายและความปลอดภัยของสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกิจกลุ่มที่มีรายรับน้อย (ธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดกลางบางส่วน) ส่วนใหญ่ไม่นิยมจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานที่น้อยทำให้ต้นทุนการจ้างพนักงานประจำหน่วยงานสูงกว่าค่าจ้างพนักงานจากบริษัทรับส่งเอกสาร จึงนิยมใช้บริการรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งฯ ซึ่งกา<sup>62</sup> 62 ราชการส่วนมากเป็นการส่งงานล่วงหน้า ทำให้สามารถรอได้นานหลังจากใช้บริการ (ธุรกิจขนาดเล็กส่วนมากรอได้ไม่เกิน 60 นาที และธุรกิจขนาดกลางส่วนมากรอได้ไม่เกิน 45 นาที) ขณะที่กลุ่มที่มีรายรับมาก (ธุรกิจขนาดใหญ่) ส่วนใหญ่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงานเพราะเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากปริมาณงานที่มาก ทำให้ต้นทุนการจ้างพนักงานประจำหน่วยงานต่ำกว่าการจ้างพนักงานจากบริษัทรับส่งฯ จึงนิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน แต่ก็เคยใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯ ในกรณีที่ม้งานเร่งด่วนหรือพนักงานประจำหน่วยงานลางาน ทำให้เกิดความรีบเร่งในการใช้บริการและรอได้ไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานจากบริษัทรับส่งเอกสารของธุรกิจซื้อมา-ขายไปทุกขนาด ส่วนใหญ่เป็นการจ้างบริษัทรับส่งฯ เพียง 1 ราย เพราะเชื่อว่าการจ้าง 1 รายแบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด โดยยินยอมจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูง

ธุรกิจทัวร์มีการส่งตัวโดยสารที่มีมูลค่าทำให้ส่วนมากต้องการให้บริษัทรับส่งเอกสารมีความสามารถในการจัดส่งและการรับประกันความเสียหายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกิจทัวร์ ทั้งกลุ่มที่มีรายรับน้อยและรายรับมาก (ทั้งธุรกิจขนาดเล็ก กลาง และใหญ่) ส่วนใหญ่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน โดยนิยมจ้างเองโดยตรงเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากมีปริมาณงานที่มาก ทำให้ต้นทุนการจ้างต่ำกว่าการจ้างจากบริษัทรับส่งเอกสาร แต่ก็เคยใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯ ในกรณีที่ม้งานเร่งด่วนหรือเวลาที่ม้งานมาก ทำให้เกิดความรีบเร่งในการใช้บริการและรอได้ไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯ ของธุรกิจทัวร์ทุกขนาด ส่วนมากเป็นการจ้างบริษัท

รับส่งฯเพียง 1 ราย เพราะเชื่อว่าการจ้าง 1 รายแบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด และได้ราคาที่ถูกที่สุด

ธุรกิจบริการ (ทนายความและบัญชี) มีการส่งเอกสารสำคัญต้องให้มีการรับประกันความเสียหายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร ธุรกิจบริการกลุ่มที่มีรายรับน้อย (ธุรกิจขนาดเล็ก) ส่วนใหญ่ไม่นิยมจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงานเพราะปริมาณงานที่น้อยทำให้ต้นทุนการจ้างสูงกว่าการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯ จึงนิยมใช้บริการฯรายเที่ยวจากบริษัทรับส่งฯ ขณะที่กลุ่มที่มีรายรับมาก (ธุรกิจขนาดใหญ่) ส่วนมากนิยมจ้างพนักงานฯประจำหน่วยงาน เพราะมีการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เนื่องจากมีปริมาณงานที่มาก ทำให้ต้นทุนการจ้างพนักงานฯประจำหน่วยงานต่ำกว่าการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งเอกสาร โดยนิยมจ้างพนักงานฯโดยตรงเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เคยใช้บริการจากบริษัทรับส่งฯในกรณีที่มีงานเร่งด่วน ธุรกิจบริการทุกขนาดนิยมใช้ส่งเอกสารสำคัญที่ต้องส่งถึงปลายทางอย่างถูกต้องและตรงเวลา จึงมีระยะเวลารอหลังการเรียกใช้บริการไม่เกิน 30 นาที ส่วนการจ้างพนักงานฯจากบริษัทรับส่งฯของธุรกิจบริการแต่ละขนาด ส่วนมากเป็นการจ้างบริษัทรับส่งฯเพียง 1 ราย เพราะเชื่อว่าการจ้าง 1 รายแบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้มากที่สุด

## 6.2 สรุปผลการศึกษาโดยภาพรวม

องค์ประกอบที่สำคัญของความน่าเชื่อถือ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร คือ “การรับประกันความเสียหาย” (เพราะเป็นสิ่งที่จะยืนยันได้ว่าธุรกรรมของผู้ใช้บริการจะสำเร็จลุล่วงได้) และ “ความสามารถในการให้บริการ” (เพราะมีการรับประกันเมื่อความเสียหายเกิดขึ้น)

องค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร คือ “ความรวดเร็วในการจัดส่ง” (เพราะผู้บริโภคนิยมให้จัดส่งถึงที่หมายปลายทางได้ตรงต่อเวลา) และ “คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร” (เพราะพนักงานฯเปรียบเสมือนตัวแทนการประกอบธุรกรรม ซึ่งต้องมีมารยาท และชำนาญเส้นทาง)

การเลือกรูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสารขึ้นอยู่กับปริมาณงานที่มีของแต่ละบริษัท โดยบริษัทที่มีปริมาณงานมากจะมีการประหยัดของต่อขนาด (Economies of Scale) เมื่อจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน จึงนิยมจ้างพนักงานฯประจำหน่วยงานของตนเอง ขณะที่

บริษัทที่มีปริมาณงานไม่มากและไม่มีการประหยัดต่อขนาด จะไม่นิยมจ้างพนักงานประจำหน่วยงาน แต่นิยมใช้บริการบริษัทรับส่งเอกสาร

การเลือกจ้างบริษัทรับส่งเอกสารเพียงรายเดียว เพราะการใช้แบบขาประจำทำให้เกิดความไว้วางใจได้ ขณะที่การจ้างมากกว่า 1 ราย ส่วนมากเป็นเพราะป้องกันกรณีที่บริษัทรับส่งเอกสารที่เรียกใช้บริการคิวเต็ม และในช่วงเวลาที่มีปริมาณงานมาก

ระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รอได้ไม่เกิน 30 นาที เพราะผู้ใช้บริการต้องการในเวลาเร่งด่วน ขณะที่ระยะเวลาที่รอได้มากกว่า 30 นาทีขึ้นไป มักเป็นการเรียกใช้บริการแบบล่วงหน้า

### 6.3 ข้อเสนอแนะผู้ที่สนใจประกอบกิจการรับส่งเอกสาร

สำหรับธุรกิจซื้อมา-ขายไป ผู้ประกอบกิจการรับส่งเอกสาร ควรจัดเตรียมตะแคงพร้อมสายรัดและฝีกการตรวจสอบสินค้า เพื่อรองรับการส่งสินค้าของลูกค้าและป้องกันความเสียหายของสินค้าได้ การวางบิลและเก็บเช็คเป็นงานที่ต่อเนื่องจากการส่งสินค้า ดังนั้น จึงควรฝึกอบรมงานด้านเอกสารแก่พนักงานส่งเอกสาร เพื่อตรวจสอบเอกสารต่างๆได้

สำหรับธุรกิจทัวร์ ผู้ประกอบกิจการฯ ควรฝึกอบรมความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของตัวเดินทาง ได้แก่ ตัวเครื่องบิน ตัวรถทัวร์ ตัวรถไฟ บัตรจองที่พัก เป็นต้น เพื่อให้เกิดความชำนาญและตรวจสอบได้ถูกต้อง และควรควบคุมให้พนักงานฯ แต่งกายสุภาพ เพราะต้องติดต่อกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติในโรงแรม ที่พัก หรือสถานที่สำคัญอื่นๆ ซึ่งต้องแต่งกายสุภาพเท่านั้นจึงจะเข้าไปข้างในสถานที่ดังกล่าวได้

สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ประกอบกิจการฯ ควรฝึกอบรมงานด้านเอกสารแก่พนักงานฯ เพราะมีการจัดส่งเอกสารสำคัญ ได้แก่ เอกสารทางการบัญชี สำนวนคดี หนังสือมอบอำนาจ หนังสือราชการ เป็นต้น ซึ่งต้องส่งให้ตรงต่อเวลาที่กำหนด ควรฝึกอบรมเส้นทางเพื่อให้รอบรู้เส้นทางสร้างความตรงต่อเวลาได้ และควรฝึกอบรมความรับผิดชอบในการเก็บรักษาเอกสารไม่ให้ปะปน ยับหรือขาด โดยการใส่แฟ้มจัดแยกเอกสาร

### 6.4 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ

ก.งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่นำตัวแปรเชิงคุณภาพจากสมการอุปสงค์ของความต้องการใช้บริการรับส่งเอกสาร (Demand Function) โดยศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสารของผู้ใช้บริการ ทำให้ไม่สามารถอธิบายเกี่ยวกับปริมาณความต้องการใช้บริการฯได้ ดังนั้น หากมีการศึกษาต่อไป ควรศึกษาตัวแปรเชิงปริมาณ อาทิ อัตราค่าบริการ บริการจากหน่วยงานอื่น รายรับของผู้ใช้บริการ เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ปริมาณความต้องการใช้บริการฯ (Demand Function) ได้

ข.งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาประเภทธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจซื้อมา-ขายไป (Trading) ทัวร์ (Tour) และบริการ (Service) ที่มีการใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งฯ ซึ่งยังมีอีกหลายประเภทธุรกิจที่มีการใช้บริการฯจากบริษัทรับส่งฯ อาทิ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจรถมือสอง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ ฯลฯ เป็นต้น อีกทั้งยังมีหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจอีกจำนวนมากที่มีการใช้บริการฯ ซึ่งคาดว่าจะมีความแตกต่างในองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นอกเหนือจากด้านความน่าเชื่อถือและคุณภาพบริการ เช่น สถานที่ตั้งและระยะทางระหว่างบริษัทรับส่งเอกสารกับผู้ให้บริการ สวัสดิทหรือสิ่งจูงใจให้เกิดการใช้บริการ เป็นต้น ดังนั้น หากมีการศึกษาต่อควรศึกษาถึงกลุ่มธุรกิจดังกล่าวที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา เพื่อเป็นการเพิ่มเติมข้อมูลกลุ่มธุรกิจและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจได้มากยิ่งขึ้น

ค.งานวิจัยฉบับนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างแบบเลือกพื้นที่ใน 3 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง และเขตวัฒนา เท่านั้น ทำให้ผลการวิจัยที่ได้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่ม ซึ่งในความเป็นจริงยังมีอีกหลายพื้นที่ ที่มีบริษัทรับส่งฯและผู้ให้บริการฯเป็นจำนวนมาก อาทิ เขตบางรัก (สีลม) เขตสาทร เขตคลองเตย เขตราชเทวี เขตพญาไท เขตปทุมวัน เขตลาดพร้าว เป็นต้น ดังนั้น หากมีการศึกษาต่อไปควรศึกษาพื้นที่ดังกล่าวที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา เพราะผู้วิจัยเชื่อว่าแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น พื้นที่สีลมน่าจะมีบริษัทขนาดใหญ่จำนวนมาก และน่าจะมีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหน่วยงาน แต่ไม่ทราบว่าจ้างเองโดยตรงหรือจ้างผ่านบริษัทรับส่งเอกสาร ดังนั้น การศึกษาพื้นที่ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา จะเป็นการเพิ่มเติมข้อมูลทางธุรกิจและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจได้มากยิ่งขึ้น

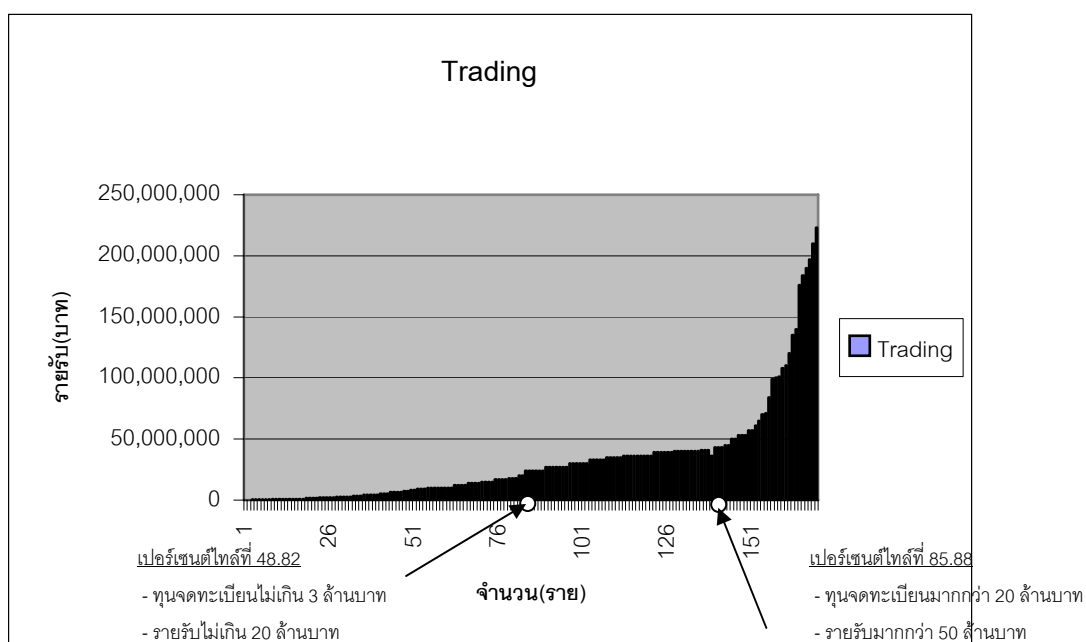
ภาคผนวก

## ผนวก ก

### การคำนวณค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์เพื่อกำหนดขนาดของแต่ละประเภทธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลของทุกกลุ่มธุรกิจที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่งการศึกษา และกำหนดขนาดของธุรกิจของแต่ละกลุ่มด้วยทุนจดทะเบียนและรายรับของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. ธุรกิจซื้อมา - ขายไป (Trading) มีจำนวนทั้งหมด 170 ราย

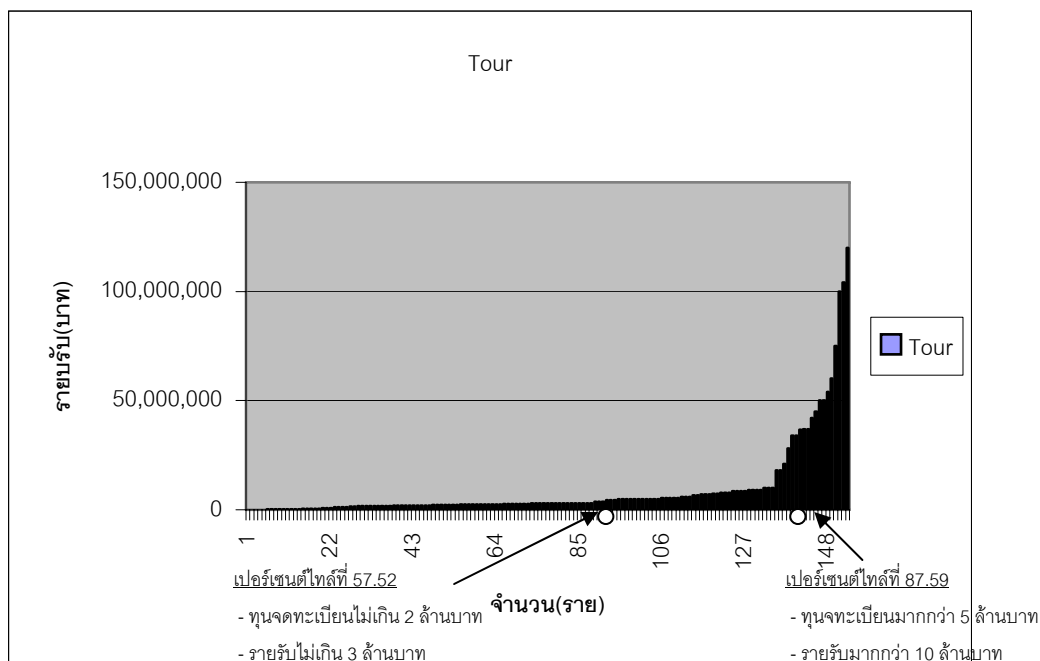


ธุรกิจซื้อมา-ขายไปขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 3 ล้านบาท และรายรับไม่เกิน 20 ล้านบาท) มีจำนวน 83 ราย จากทั้งหมด 170 คิดเป็นร้อยละ 48.82 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ไม่เกิน 48.82

ธุรกิจซื้อมา-ขายไปขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท และมีรายรับระหว่าง 20 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท) มีจำนวน 63 ราย จากทั้งหมด 170 คิดเป็นร้อยละ 37.06 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 48.82 ถึง 85.88

ธุรกิจซื้อมา-ขายไปขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท และมีรายรับมากกว่า 50 ล้านบาท) มีจำนวน 24 ราย จากทั้งหมด 170 คิดเป็นร้อยละ 14.12 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 85.88 ถึง 100

2. ธุรกิจทัวร์ (Tour) มีจำนวนทั้งหมด 153 ร 68

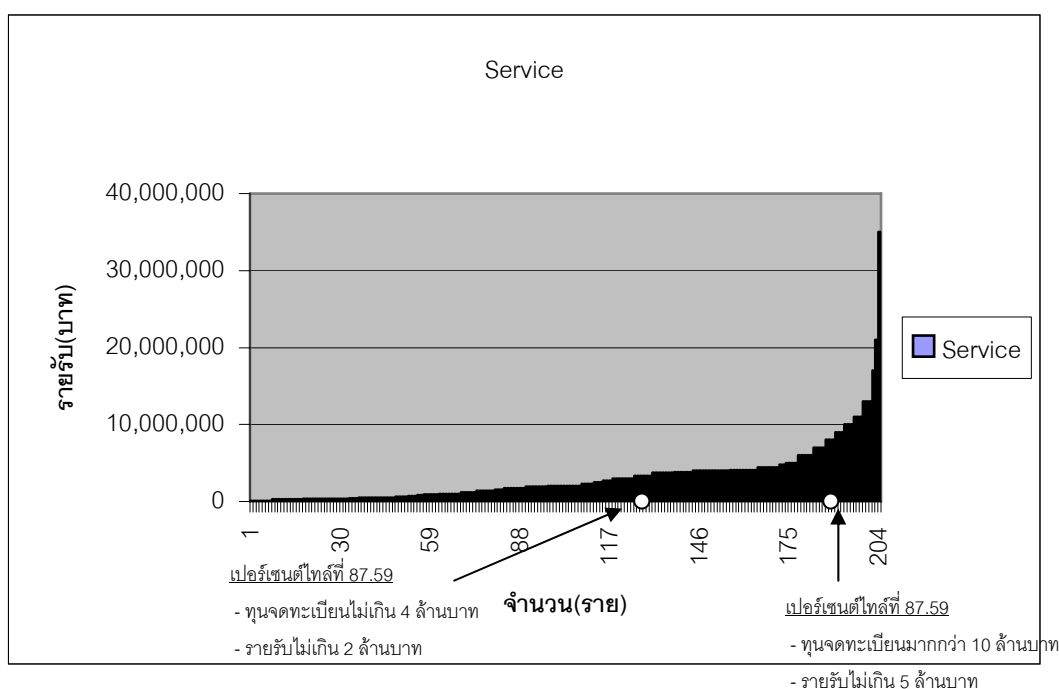


ธุรกิจทัวร์ขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 2 ล้านบาท และมีรายรับไม่เกิน 3 ล้านบาท) มีจำนวน 88 ราย จากทั้งหมด 153 คิดเป็นร้อยละ 57.52 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 57.52

ธุรกิจตัวรีขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายรับระหว่าง 3 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท) มีจำนวน 46 ราย จากทั้งหมด 153 คิดเป็นร้อยละ 30.07 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 57.52 ถึง 87.59

ธุรกิจตัวรีขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 5 ล้านบาท และมีรายรับมากกว่า 10 ล้านบาท) มีจำนวน 19 ราย จากทั้งหมด 153 คิดเป็นร้อยละ 12.41 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 87.59 ถึง 100

### 3. ธุรกิจบริการ (Service) มีจำนวนทั้งหมด 204 ราย



ธุรกิจบริการขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 4 ล้านบาท และมีรายรับไม่เกิน 2 ล้านบาท) มีจำนวน 107 ราย จากทั้งหมด 204 คิดเป็นร้อยละ 52.45 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 52.45

ธุรกิจบริการขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 4 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท และมีรายรับระหว่าง 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท) มีจำนวน 70 ราย จากทั้งหมด 204 คิดเป็นร้อยละ 34.31 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 52.45 ถึง 86.76

ธุรกิจบริการขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท และมีรายรับมากกว่า 5 ล้านบาท) มีจำนวน 27 ราย จากทั้งหมด 204 คิดเป็นร้อยละ 13.24 ซึ่งตรงตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ในช่วงที่ 86.76 ถึง 100

## ผนวก ข

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่ององค์ประกอบของบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับส่งเอกสาร และพฤติกรรมการใช้บริการรับส่งเอกสาร ในเขตห้วยขวาง เขตดินแดง และวัฒนา

#### 1. ประเภทธุรกิจหลัก

ซื้อมา-ขายไป (Trading)       ทัวร์ (Tour)       บริการ (Service)

#### 2. บริษัทของท่านใช้พนักงานส่งเอกสารลักษณะใดมากที่สุด (เรียงลำดับ 1 – 4)

1 = มากที่สุด และให้ขีดเส้นใต้เลือกหากเป็นกรณีส่งเอกสาร หรือส่งสิ่งของ

โดยขีดเส้นใต้เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

..... ส่งเอกสาร (เอกสารทั่วไป , เอกสารสำคัญ , เอกสารปกปิด , ตั๋วโดยสาร)

..... ส่งสิ่งของ (สินค้าของบริษัท , พัสดุทั่วไป , พัสดุมีมูลค่ามาก)

..... รับเอกสารจากลูกค้า      ..... วางบิล

..... รับสิ่งของจากลูกค้า      ..... เก็บเช็ค

..... ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ      ..... ติดต่อธนาคาร

..... ติดต่อราชการ

3. ท่านมีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำหรือไม่

- มี (ถ้าตอบมีให้ตอบข้อ 4.)  
 ไม่มี (ถ้าตอบไม่มีให้ข้ามไปตอบข้อ 7.)

มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำ

4. ท่านจ้างพนักงานส่งเอกสารอย่างไร

- จ้างเองโดยตรง เพราะเหตุใด.....  
 จ้างผ่านบริษัทรับส่งเอกสาร เพราะเหตุใด.....

5. ท่านเคยใช้บริการรับส่งเอกสาร "เป็นรายเที่ยว" จากบริษัทรับส่งเอกสารหรือไม่

- เคย (ถ้าตอบเคยให้ตอบข้อ 6.)  
 ไม่เคย (ถ้าตอบไม่เคยให้ข้ามไปตอบข้อ 8.)

6. ท่านใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสารเพราะเหตุใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- มีงานมาก       งานเร่งด่วน<sup>71</sup>       พนักงานประจำขาดงาน  
 อื่นๆ.....

(ข้ามไปตอบคำถามข้อ 9.)

---

ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารประจำ

7. ท่านเคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสารหรือไม่

- เคย (ถ้าตอบเคยให้ข้ามไปตอบข้อ 9. ได้เลย)  
 ไม่เคย (ถ้าตอบไม่เคยให้ตอบข้อ 8. ก่อน)

8. ท่านรู้จักบริษัทให้บริการรับส่งเอกสารหรือไม่

- รู้จัก       ไม่รู้จัก

9. ท่านมีการเรียกใช้บริการบริษัทรับส่งเอกสารกี่รายในแต่ละเดือน (เลือกเพียงข้อเดียวและขีดเส้นใต้สาเหตุเพียงข้อเดียว)

- 1 ราย เพราะ(บริการดีที่สุด / ราคาถูกที่สุด / ไว้ใจได้มากที่สุด / อยู่ใกล้ที่สุด )  
 2 ราย เพราะ(สำรองในโอกาสที่มีงานมาก / ป้องกันกรณีคิวเต็ม / ช่วงเวลาให้บริการต่างกัน)

- 3 ราย เพราะ(สำรองในโอกาสที่มีงานมาก / ป้องกันกรณีคิวเต็ม / ช่วงเวลาให้บริการต่างกัน)
- มากกว่า 3 ราย เพราะ (สำรองในโอกาสที่มีงานมาก / ป้องกันกรณีคิวเต็ม / ช่วงเวลาให้บริการต่างกัน)
- 10.ท่านเรียกใช้บริการและระยะเวลาที่สามารถรอได้หลังการเรียกใช้บริการรับส่งเอกสาร เป็นแบบใด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- กรณีฉุกเฉิน รอได้ไม่เกิน 30 นาที
- กรณีรีบเร่ง รอได้ไม่เกิน 45 นาที
- กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้ไม่เกิน 60 นาที
- กรณีเรียกใช้บริการล่วงหน้า รอได้มากกว่า 60 นาที

11.“ความน่าเชื่อถือของบริการรับส่งเอกสาร” ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร
- ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร
- ความสามารถในการให้บริการ
- การรับประกันความเสียหาย

12. “คุณภาพของบริการรับส่งเอกสาร” ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- ความปลอดภัยของสินค้า
- ความรวดเร็วในการจัดส่ง
- คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร
- ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ

13.“ภาพลักษณ์ของพนักงานส่งเอกสาร” ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

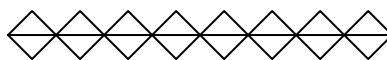
- มีเครื่องแบบและชุดฟอร์ม
- แต่งกายสุภาพ
- บุคลิกภาพดี
- มารยาทและอัธยาศัยดี

14.“ภาพลักษณ์ของบริษัทรับส่งเอกสาร” ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- ราคาถูก
- เป็นบริษัทใหญ่มีชื่อเสียง
- เปิดให้บริการมานานแล้ว
- รับประกันความเสียหายสูง

15. "ความสามารถในการให้บริการ" ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- มีบริการหลากหลาย
  - เปิดทำการทุกวันและให้บริการถึงกลางคืน
  - มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก
  - มีจำนวนพนักงานส่งเอกสารมาก
16. "การรับประกันความเสียหาย" ที่ท่านต้องการมากที่สุดคือเรื่องใด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- สินค้าชำรุดเสียหาย
  - ความล่าช้าในการส่ง
  - ส่งไม่ถึงที่หมาย
17. "ความปลอดภัยของสินค้า" ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- แพ้มีจัดแยกเอกสาร
  - กระเป๋าใส่เอกสาร
  - ตะแกรงและสายรัดสิ่งของ
18. "ความรวดเร็วในการจัดส่ง" ท่านคิดว่าเป็นเรื่องใด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด
  - ถึงที่หมายเร็วกว่าเวลาที่กำหนด
19. "คุณสมบัติของพนักงานส่งเอกสาร" ขึ้นอยู่กับสิ่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- ชำนาญเส้นทาง
  - รู้งานด้านเอกสาร
  - แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
  - ตรวจเช็คสินค้าได้
20. "ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ" ท่านคิดว่าวิธีใดสะดวกมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)
- โทรศัพท์
  - E-mail
  - SMS
  - อื่นๆ.....

ขอขอบคุณอย่างสูงที่กรุณาให้ข้อมูล



### ผนวก ค

### ข้อมูลประกอบผลการวิจัย

การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ” ของธุรกิจแต่ละประเภท

ความถี่

องค์ประกอบของ ความน่าเชื่อถือ		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
ภาพลักษณ์ของ พนักงานส่งเอกสาร	มีเครื่องแบบและชุดฟอร์ม	0	2	2
	แต่งกายสุภาพ	4	3	4
	บุคลิกภาพดี	2	2	1
	มารยาทและอัธยาศัยดี	2	2	1
รวม		8	9	8
ภาพลักษณ์ของ บริษัทรับส่งเอกสาร	ราคาถูก	1	1	2
	เป็นบริษัทใหญ่มีชื่อเสียง	1	0	3
	เปิดให้บริการมานานแล้ว	1	3	1
	รับประกันความเสียหายสูง	3	0	2

รวม		6	4	8
ความสามารถในการให้บริการ	มีบริการหลากหลาย	2	5	8
	เปิดให้บริการทุกวันและให้บริการถึงกลางคืน	2	7	6
	มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก	5	2	9
	มีจำนวนพนักงานส่งเอกสารมาก	4	2	6
รวม		13	16	29
การรับประกันความเสียหาย	สินค้าชำรุดเสียหาย	14	1	5
	ความล่าช้าในการจัดส่ง	4	8	5
	ส่งไม่ถึงที่หมาย	6	8	6
รวม		24	17	16

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 13 14 15 และ 16

การให้ความสำคัญของค้ประกอบ..... "คุณลักษณะของคุณภาพของบริการ"  
75  
ของธุรกิจ.....ประเภท

ความถี่

องค์ประกอบของ คุณภาพของบริการ		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
ความปลอดภัย ภัยของสินค้า	แฟ้มจัดแยกเอกสาร	1	4	3
	กระเป๋าใส่เอกสาร	5	2	7
	ตะแกงและสายรัดสิ่งของ	16	1	0
รวม		22	7	10
ความรวดเร็ว ในการจัดส่ง	ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด	13	21	27
	ถึงที่หมายเร็วกว่าเวลาที่กำหนด	1	1	1
รวม		14	22	28
คุณสมบัติของ พนักงานส่งเอกสาร	ชำนาญเส้นทาง	4	4	3
	รู้งานด้านเอกสาร	2	3	5
	แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	2	5	8
	ตรวจเช็คสินค้าได้	2	1	2

รวม		10	13	18
ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ	โทรศัพท์	2	1	5
	E-mail	3	3	0
	SMS	0	0	0
	อื่นๆ	0	0	0
รวม		5	4	5

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 17 18 19 และ 20

### ข้อมูลของ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service
มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน			
จ้างเองโดยตรง	21	35	29
จ้างผ่านบริษัทรับส่งเอกสาร	2	1	1
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	1	4	3
เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	20	31	26
ใช้บริการรับส่งเอกสารเป็นรายเที่ยวเพราะ	มีงานมาก	4	7
	งานเร่งด่วน	4	6
	พนักงานประจำขาดงาน	7	12
	อื่นๆ	1	1
ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน			
เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	27	10	31
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	1	0	0
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร			

รู้จักบริษัทรับส่งเอกสาร	4	3	1
ไม่รู้จักบริษัทรับส่งเอกสาร	0	1	2

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 4 5 6 7 และ 8.

### เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร 1 ราย ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
จ้าง 1 ราย (ซาประจำ)	บริการดีที่สุด	6	4	4
	ราคาถูกที่สุด	4	7	10
	ไว้ใจได้มากที่สุด	13	10	14
	อยู่ใกล้ที่สุด	5	6	4
รวม		28	27	32

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

### เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสารมากกว่า 1 ราย ของธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร		ประเภทของธุรกิจ		
		Trading	Tour	Service
จ้างมากกว่า 1 ราย	สำรองในโอกาสที่มีงานมาก	10	9	13
	ป้องกันกรณีคิวเต็ม	10	6	11
	ช่วงเวลาเปิดให้บริการต่างกัน	3	4	5
รวม		23	19	29

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

### การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ”

#### ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

ความถี่ (ร้อยละ)

องค์ประกอบ	ประเภทของธุรกิจ		
	Trading	Tour	Service

คุณลักษณะของความน่าเชื่อถือ		เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ภาพลักษณ์ของ พนักงานส่งเอกสาร	มีเครื่องแบบและชุดฟอร์ม	2	2	1	4	2	0	4	3	2
	แต่งกายสุภาพ	5	3	1	5	3	1	11	4	1
	บุคลิกภาพดี	7	5	2	7	4	2	6	6	2
	มารยาทและอัธยาศัยดี	11	9	3	10	5	3	11	8	3
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
ภาพลักษณ์ของ บริษัทรับส่งเอกสาร	ราคาถูก	7	4	2	9	4	2	14	5	0
	เป็นบริษัทใหญ่มีชื่อเสียง	4	1	1	2	2	0	3	1	2
	เปิดให้บริการมานานแล้ว	3	3	1	5	2	0	6	4	2
	รับประกันความเสียหายสูง	11	11	3	10	6	4	9	11	4
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
ความสามารถใน การให้บริการ	มีบริการหลากหลาย	9	6	1	7	3	1	9	5	3
	เปิดให้บริการทุกวันและให้บริการถึงกลางคืน	3	1	0	9	6	2	5	3	2
	มีเส้นทางเปิดให้บริการมาก	8	8	4	7	3	2	11	10	3
	มีจำนวนพนักงานส่งเอกสารมาก	5	4	2	3	2	1	7	3	0
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
การรับประกัน ความเสียหาย	สินค้าชำรุดเสียหาย	14	12	4	4	2	0	5	2	2
	ความล่าช้าในการจัดส่ง	7	5	2	12	8	3	17	13	4
	ส่งไม่ถึงที่หมาย	4	2	1	10	4	3	10	6	2
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 13 14 15 และ 16.

การให้ความสำคัญองค์ประกอบของ “องค์ประกอบของคุณลักษณะของคุณภาพของบริการ”

ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

องค์ประกอบของ คุณภาพของบริการ		ประเภทของธุรกิจ								
		Trading			Tour			Service		
		เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ความปลอดภัย ของสินค้า	แฟ้มจัดแยกเอกสาร	4	3	1	14	8	3	18	12	5
	กระเป๋าใส่เอกสาร	7	6	1	11	5	2	10	8	3
	ตะแคงและสายรัดสิ่งของ	14	10	5	1	1	1	4	1	0
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
ความรวดเร็ว ในการจัดส่ง	ถึงที่หมายตรงต่อเวลาที่กำหนด	22	16	6	23	13	6	29	20	7
	ถึงที่หมายเร็วกว่าเวลาที่กำหนด	3	3	1	3	1	0	3	1	1
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
คุณสมบัติของพนักงาน ส่งเอกสาร	ชำนาญเส้นทาง	10	4	1	10	5	1	9	4	3
	รู้งานด้านเอกสาร	2	2	0	6	3	1	13	10	3
	แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	6	6	4	8	5	4	8	5	2
	ตรวจเช็คสินค้าได้	7	7	2	2	1	0	2	2	0
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8
ความสะดวกในการ	โทรศัพท์	24	18	6	24	13	6	29	20	6

เรียกใช้บริการ	E-mail	1	1	1	2	1	0	3	1	2
	SMS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม		25	19	7	26	14	6	32	21	8

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 17 18 19 และ 20.

### ข้อมูลของ “รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร” ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

รูปแบบการจ้างพนักงานส่งเอกสาร	ประเภทของธุรกิจ									
	Trading			Tour			Service			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน										
จ้างเองโดยตรง	7	9	5	17	12	6	8	13	8	
จ้างผ่านบริษัทรับส่งเอกสาร	0	0	2	1	0	0	0	1	0	
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	0	2	1	2	2	0	0	1	2	
เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	7	7	6	16	10	6	8	13	6	
ใช้บริการรับส่งเอกสาร เป็นรายเที่ยวเพราะ	มีงานมาก	2	3	3	3	0	1	1	5	1
	งานเร่งด่วน	1	1	2	9	8	4	0	5	4
	พนักงานประจำขาดงาน	3	3	1	3	1	1	7	3	1
	อื่นๆ	1	0	0	1	1	0	0	0	0
ไม่มีการจ้างพนักงานส่งเอกสารภายในหน่วยงาน										
เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	17	10	0	8	2	0	24	7	0	
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
ไม่เคยใช้บริการรับส่งเอกสารจากบริษัทรับส่งเอกสาร										
รู้จักบริษัทรับส่งเอกสาร	1	2	1	0	1	0	0	1	0	

ไม่รู้จักบริษัทรับส่งเอกสาร	0	0	0	2	1	0	0	0	2
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 ล แบบสอบถามข้อ 4 5 6 7 และ 8.

### เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร 1 ราย ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร		ประเภทของธุรกิจ								
		Trading			Tour			Service		
		เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
จ้าง 1 ราย (ขาประจำ)	บริการดีที่สุด	2	3	1	3	1	0	2	1	1
	ราคาถูกที่สุด	3	1	0	5	1	1	6	3	1
	ไวใจได้มากที่สุด	5	5	3	6	2	3	5	5	4
	อยู่ใกล้ที่สุด	2	2	1	5	0	0	2	2	0
รวม		12	11	5	19	4	4	15	11	6

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

### เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสารมากกว่า 1 ราย ของขนาดธุรกิจแต่ละประเภท

หน่วย : ความถี่

เหตุผลของจำนวนการจ้างพนักงานส่งเอกสาร		ประเภทของธุรกิจ								
		Trading			Tour			Service		
		เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
จ้างมากกว่า 1 ราย	สำรองในโอกาสที่มีงานมาก	8	2	0	2	5	1	6	6	1
	ป้องกันกรณีคิวเต็ม	4	4	2	4	3	0	8	2	1
	ช่วงเวลาเปิดให้บริการต่างกัน	1	2	0	1	2	1	3	2	0
รวม		13	8	2	7	10	2	17	10	2

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อ สิงหาคม 2549 , แบบสอบถามข้อ 9.

**ผนวก ง**  
**การทดสอบค่าไคร้สแควร์**

Trading

Observed Frequencies				
รูปแบบการจ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
จ้างประจำเดือน	7	9	7	23
จ้างรายเที่ยว	18	10	0	28
Total	25	19	7	51

Calculations

fo-fe

---

-4.2745098 0.4313725 3.8431373

4.2745098 -0.4313725 -3.8431373

Expected Frequencies				
รูปแบบการจ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
จ้างประจำเดือน				
จ้างรายเที่ยว				
Total				

(fo-fe)<sup>2</sup>/fe

---

จ้างประจำเดือน	11.27451	8.5686275	3.1568627	23
จ้างรายเที่ยว	13.72549	10.431373	3.8431373	28
Total	25	19	7	51

1.6205968 0.0217167 4.6786019

1.3312045 0.0178387 3.8431373

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	2
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	2

Results	
Critical Value	5.9914764
Chi-Square Test Statistic	11.513096
<b>p</b> -Value	0.003162
Reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption  
is met.*

Tour

82

Observed Frequencies				
	ขนาดของธุรกิจ			
รูปแบบการจ้าง	เล็ก	กลาง	ใหญ่	Total
จ้างประจำเดือน	18	12	6	36
จ้างรายเที่ยว	8	2	0	10
Total	26	14	6	46

Calculations

fo-fe

-2.3478261 1.0434783 1.3043478

2.3478261 -1.0434783 -1.3043478

Expected Frequencies				
	ขนาดของธุรกิจ			
รูปแบบการจ้าง	เล็ก	กลาง	ใหญ่	Total
จ้างประจำเดือน	20.347826	10.956522	4.6956522	36

 $(fo-fe)^2/fe$ 

0.270903 0.0993789 0.3623188

จ้างรายเที่ยว	5.6521739	3.0434783	1.3043478	10
Total	26	14	6	46

0.9752508 0.357764 1.3043478

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	2
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	2

Results	
Critical Value	5.9914764
Chi-Square Test Statistic	3.3699634
<b>p</b> -Value	0.1854478
Do not reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption*

*is met.*

Service

Observed Frequencies				
รูปแบบการจ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
จ้างประจำเดือน	8	14	8	30
จ้างรายเที่ยว	24	7	0	31
Total	32	21	8	61

Calculations

fo-fe

-7.7377049 3.6721311 4.0655738

7.7377049 -3.6721311 -4.0655738

Expected Frequencies				
รูปแบบการจ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
จ้างประจำเดือน	15.737705	10.327869	3.9344262	30
จ้างรายเที่ยว	16.262295	10.672131	4.0655738	31

(fo-fe)<sup>2</sup>/fe

3.8043716 1.3056466 4.2010929

3.6816499 1.263529 4.0655738

Total	32	21	8	61
-------	----	----	---	----

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	2
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	2

Results	
Critical Value	5.9914764
Chi-Square Test Statistic	18.321864
<i>p</i> -Value	0.0001051
Reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption*

*is met.*

Trading

Observed Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	12	11	5	28
2 ราย	7	5	2	14
3 ราย	4	2	0	6
มากกว่า 3 ราย	2	1	0	3
Total	25	19	7	51

Expected Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	13.7254902	10.43137255	3.843137255	28
2 ราย	6.862745098	5.215686275	1.921568627	14

Calculations

fo-fe		
-1.725490196	0.568627451	1.156862745
0.137254902	-0.215686275	0.078431373
1.058823529	-0.235294118	-0.823529412
0.529411765	-0.117647059	-0.411764706

(fo-fe) <sup>2</sup> /fe		
0.216918768	0.030996609	0.348239296
0.002745098	0.008919357	0.003201281

3 ราย	2.941176471	2.235294118	0.823529412	6
มากกว่า 3 ราย	1.470588235	1.117647059	0.411764706	3
Total	25	19	7	51

0.381176471 0.024767802 0.823529412  
 0.190588235 0.012383901 0.411764706

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	2.455230934
<b>p</b> -Value	0.873444007
Do not reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption is violated.*

Tour

Observed Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	19	4	4	27
2 ราย	4	5	2	11
3 ราย	2	3	0	5
มากกว่า 3 ราย	1	2	0	3
Total	26	14	6	46

Calculations

---

fo-fe

3.739130435 -4.217391304 0.47826087  
 -2.217391304 1.652173913 0.565217391  
 -0.826086957 1.47826087 -0.652173913  
 -0.695652174 1.086956522 -0.391304348

Expected Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	15.26086957	8.217391304	3.52173913	27

(fo-fe)<sup>2</sup>/fe

---

0.91614022 2.164481251 0.064949007

2 ราย	6.217391304	3.347826087	1.434782609	11
3 ราย	2.826086957	1.52173913	0.652173913	5
มากกว่า 3 ราย	1.695652174	0.913043478	0.391304348	3
Total	26	14	6	46

0.790817878 0.815358554 0.222661397

0.241471572 1.436024845 0.652173913

0.285395764 1.293995859 0.391304348

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	9.274774608
$p$ -Value	0.158704424
Do not reject the null hypothesis	

Expected frequency assumption

is violated.

Service

Observed Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	15	11	6	32
2 ราย	11	6	1	18
3 ราย	2	3	1	6
มากกว่า 3 ราย	4	1	0	5
Total	32	21	8	61

Calculations

fo-fe

-1.786885246 -0.016393443 1.803278689

1.557377049 -0.196721311 -1.360655738

-1.147540984 0.93442623 0.213114754

1.37704918 -0.721311475 -0.655737705

Expected Frequencies				
จำนวนบริษัทที่จ้าง	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
1 ราย	16.78688525	11.01639344	4.196721311	32
2 ราย	9.442622951	6.196721311	2.360655738	18

(fo-fe)<sup>2</sup>/fe

0.190205558 2.4395E-05 0.774846311

0.256859062 0.006245121 0.784266849

3 ราย	3.147540984	2.06557377	0.786885246	6
มากกว่า 3 ราย	2.62295082	1.721311475	0.655737705	5
Total	32	21	8	61

0.418374317 0.422716628 0.057718579  
 0.72295082 0.302263856 0.655737705

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	4.592209201
<b>p</b> -Value	0.597072091
Do not reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption is violated.*

Trading

Observed Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	6	3	3	12
45 นาที	3	13	3	19
60 นาที	14	2	1	17
มากกว่า 60 นาที	2	1	0	3
Total	25	19	7	51

Calculations

---

fo-fe

0.117647059 -1.470588235 1.352941176  
 -6.31372549 5.921568627 0.392156863  
 5.666666667 -4.333333333 -1.333333333  
 0.529411765 -0.117647059 -0.411764706

Expected Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	5.882352941	4.470588235	1.647058824	12
45 นาที	9.31372549	7.078431373	2.607843137	19
60 นาที	8.333333333	6.333333333	2.333333333	17

(fo-fe)<sup>2</sup>/fe

---

0.002352941 0.48374613 1.111344538  
 4.28004128 4.953777633 0.058970957  
 3.853333333 2.964912281 0.761904762

มากกว่า 60 นาที	1.470588235	1.117647059	0.411764706	3
Total	25	19	7	51

0.190588235 0.012383901 0.411764706

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	19.0851207
<b>p</b> -Value	0.004022267
Reject the null hypothesis	

Expected frequency assumption  
is violated.

Tour

Observed Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	16	8	4	28
45 นาที	6	3	1	10
60 นาที	3	2	1	6
มากกว่า 60 นาที	1	1	0	2
Total	26	14	6	46

Calculations

fo-fe		
0.173913043	-0.52173913	0.347826087
0.347826087	-0.043478261	-0.304347826
-0.391304348	0.173913043	0.217391304
-0.130434783	0.391304348	-0.260869565

Expected Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	15.82608696	8.52173913	3.652173913	28
45 นาที	5.652173913	3.043478261	1.304347826	10
60 นาที	3.391304348	1.826086957	0.782608696	6
มากกว่า 60 นาที	1.130434783	0.608695652	0.260869565	2

(fo-fe)^2/fe		
0.001911132	0.031943212	0.033126294
0.021404682	0.000621118	0.071014493
0.045150502	0.016563147	0.060386473
0.015050167	0.251552795	0.260869565

Total	26	14	6	46
-------	----	----	---	----

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	0.809593581
<b>p</b> -Value	0.991813966
Do not reject the null hypothesis	

Expected frequency assumption

is violated.

Service

Observed Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	12	8	4	24
45 นาที	11	7	2	20
60 นาที	5	4	1	10
มากกว่า 60 นาที	4	2	1	7
Total	32	21	8	61

Calculations

fo-fe		
-0.590163934	-0.262295082	0.852459016
0.508196721	0.114754098	-0.62295082
-0.245901639	0.557377049	-0.31147541
0.327868852	-0.409836066	0.081967213

Expected Frequencies				
ระยะเวลารอ	ขนาดของธุรกิจ			Total
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	
30 นาที	12.59016393	8.262295082	3.147540984	24
45 นาที	10.49180328	6.885245902	2.62295082	20
60 นาที	5.245901639	3.442622951	1.31147541	10
มากกว่า 60 นาที	3.672131148	2.409836066	0.918032787	7
Total	32	21	8	61

(fo-fe) <sup>2</sup> /fe		
0.027663934	0.008326828	0.230874317
0.024615779	0.001912568	0.14795082
0.011526639	0.090241998	0.07397541
0.029274005	0.069700011	0.007318501

Data	
Level of Significance	0.05
Number of Rows	4
Number of Columns	3
Degrees of Freedom	6

Results	
Critical Value	12.59157742
Chi-Square Test Statistic	0.723380811
<b>p</b> -Value	0.993972513
Do not reject the null hypothesis	

*Expected frequency assumption*

*is violated.*

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค ไฟใต้สตูดิโอ, 2548.

กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542 (น.28).

บัญญัติ จุลนาพันธุ์และคณะ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533 (น.572 - 573).

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, 2545 (น.26,249).

ประยูร บุญประเสริฐ. การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2515  
(น.3-5).

พิมล ศรีวิกรม. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

วินัส พีชวณิชย์ และสมจิต รัตนชัยกุล. สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519 (น.54 – 61).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ S.M.Circuit Press , 2535.

สุรักษ์ บุญนาค. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 12, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์วัฒนาพานิช, 2533 (น.7).

สุวิมล ตีรกานันท์. รศ.ดร. การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางปฏิบัติ.  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ 91 มหาวิทยาลัย, 2546 (น.38 – 39).

เสรี วงษ์มณฑา. รศ.ดร. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2541.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2534 (น.3).

เอกสารอื่นๆ

ไทยแลนด์ เอลโลเพจเจส. รายชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ทุกประเภทธุรกิจในประเทศไทยปี.  
2548 เล่ม 1 และ 2.

Books

Krehbriel Berenson Levine, Basic Business Statistics Concepts and Application.

Ninth Edition. New Jersey : Pearson Education, Inc., 2004 .

Leonard, L. Beery and A. Parasuman, Marketing Service. New York : The Free Press A

D i v i s i o n o f M a c m i l l a n , I n c . , 1 9 9 1 .

Website

[www.dbd.go.th/thai/statistics](http://www.dbd.go.th/thai/statistics).

[www.goldenmind.co.th](http://www.goldenmind.co.th).

[www.thailandpost.com](http://www.thailandpost.com).