

ปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

ฤทธิกุล คำสายพรม¹ และ ปรีชา วรรัตน์ไชย²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (2) ศึกษาลักษณะและพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม และ (3) ศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 353 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและพฤติกรรมการจัดส่งสินค้ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 พิจารณาจากผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจรูปแบบต่างกัน มีระยะเวลาดำเนินงานหรือมียอดขายแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยด้านองค์กร (บริษัทผู้ให้บริการ) และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการมีอิทธิพลตัดสินใจจัดซื้อมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีระบบการขนส่งที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและรองรับการขนส่งสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มากขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจจัดซื้อ; บริการด้านโลจิสติกส์; โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

¹บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล, จังหวัดนครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: rittikul@hotmail.com

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Factors Affecting the Decision on Choosing Logistics Service of Industrial Factory in Nakhon Pathom Province

Rittikul Khamsaiprom¹ and Preecha Wararatchai²

Abstract

A study of Factors affecting the decision on choosing logistics service of industrial factory in Nakhon Pathom province. The objectives were to (1) To study the factors influencing the purchasing decision of the factories in Nakhon Pathom province. (2) To study the characteristics and behaviors of entrepreneurs who affect purchasing decisions of industrial factories in Nakhon Pathom province. (3) To study the importance of factors affecting purchasing decision of industrial plants in Nakhon Pathom province. The instrument used to collect data was the questionnaire and statistics used for data analysis were frequency, percentage, Mean and standard deviation (*SD*)

The research found that Personal factors include age, education, average monthly income. Factors affecting the decision on choosing logistics service of industrial factory in Nakhon Pathom province. Characteristics of entrepreneurship and delivery behavior were significantly correlate at the .05 level with different types of entrepreneurs. Have different operating periods or sales. The purchase decision of the factory in Nakhon Pathom province is different. The corporate factor. The service providers and the factors affecting the relationship between users and service providers have the most influence on purchasing decisions. In addition, logistic providers with transport systems that are consistent with the operator is business and support a variety of carriers will affect the decision to hire a service provider.

Keywords: purchasing decisions; logistics services provider; Industrial Factory in Nakhon Pathom Province

¹ Master of Business Administration Program, College of logistics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University 111/3-5 Moo 2 Tambon Klonyong, Phutthamonthon District, Nakhonpathom 73170, Thailand
E-mail: rittikul@hotmail.com

² Lecturer of Business Administration Program, College of logistics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสถานการณ์ปัจจุบันของตลาดโลกนั้น องค์การจำเป็นต้องมีการจัดซื้อขององค์กรที่ดี การจัดซื้อขององค์กร (organizational purchasing) เป็นกิจกรรมและกระบวนการที่มีความสำคัญในเชิงกลยุทธ์ที่ธุรกิจต่างให้ความสำคัญและพยายามพัฒนาให้สามารถแข่งขันในโลกยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ได้ การจัดซื้อขององค์กรมักดำเนินการโดยบุคคลมากกว่าหนึ่งคนในรูปแบบไม่เป็นทางการที่เรียกว่า “ศูนย์การซื้อ” (buying center) ดังนั้น ฝ่ายจัดซื้อจึงมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การบริหารและควบคุมข้อมูลต่างๆ และประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรที่ต้องการซื้อและบริษัทผู้ขายหรือซัพพลายเออร์ การจัดซื้อจึงมีบทบาทสำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่จำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพและปริมาณในระยะเวลาที่จำกัด ระบบโลจิสติกส์เป็นกระบวนการของกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบไปยังโรงงานเพื่อทำการผลิต การขนส่งสินค้าสำเร็จรูปหรือสินค้าคงคลังไปเก็บไว้ที่คลังสินค้าจนถึงการขนส่งไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า ในแต่ละกิจกรรมจะประกอบด้วยกิจกรรมย่อยต่างๆ เช่น การผลิตวัตถุดิบ การสั่งซื้อวัตถุดิบและขนส่งวัตถุดิบมายังผู้ผลิตก่อนที่จะผ่านกระบวนการผลิตจนเป็นชิ้นส่วน หรือส่วนประกอบที่พร้อมจะส่งให้โรงงานต่อไป นอกจากนี้ ธุรกิจด้านโลจิสติกส์ยังเป็นธุรกิจประเภทบริการ (Service Business) ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศ ซึ่งทุกองค์กร ไม่ว่าจะอยู่ในภาคเอกชน รัฐบาลหรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร ต้องมีการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบสิ่งของใช้ อุปกรณ์และบริการต่างๆ มาเพื่อใช้ในกิจการของตนเอง เพื่อช่วยให้องค์กรเกิดประโยชน์และบรรลุเป้าหมายอย่างสูงสุด

จังหวัดนครปฐมมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสูงถึง 3,116 โรงงาน เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ห่าง

กรุงเทพฯ เพียง 56 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวมถึงเป็นเส้นทางหลักลงสู่ภาคใต้ของประเทศไทย จึงทำให้ภูมิศาสตร์ทางการคมนาคมได้เปรียบจังหวัดอื่นๆ ที่ใกล้เคียง อันเป็นเหตุผลให้ผู้ประกอบกิจการโรงงานสนใจเข้ามาตั้งโรงงานมากขึ้น รวมถึงเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการขนส่ง

ด้วยความเป็นโลกาภิวัตน์ส่งผลทำให้ภาคอุตสาหกรรมต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้า, บริการ, เงิน และแรงงานระหว่างกันทำให้อุตสาหกรรมในแต่ละภูมิภาคสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรได้ง่ายขึ้น เป็นปัจจัยเร่งให้การแข่งขันทางการค้าทวีความรุนแรงมากขึ้น ขณะเดียวกันพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับการมาตรฐานที่สูงขึ้น ทำให้ทุกธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้อยู่รอดและเติบโตได้

การสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนากลยุทธ์การจัดซื้อจัดหา (Procurement) เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นเพราะไม่ได้มุ่งเน้นแค่เรื่องต้นทุนเท่านั้น แต่ยังมองไปถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแล้วใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ดังกล่าวให้ได้ ประโยชน์กันทุกฝ่าย (win-win) ตลอดทั้งโซ่อุปทาน และยังเป็นกิจกรรมที่สำคัญในโซ่อุปทานที่มีผลต่อความสำเร็จโดยรวมขององค์กรได้ หนึ่งในกลยุทธ์เพื่อรักษาและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันคือการพิจารณาคัดเลือกซัพพลายเออร์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในกระบวนการจัดซื้อทางธุรกิจ และเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความสำคัญในการช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและช่วยในการลดต้นทุนขององค์กรได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการคัดเลือกซัพพลายเออร์จะมีความสำคัญแต่การตัดสินใจเลือกซัพพลายเออร์ก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศไทยซึ่งมีองค์กรธุรกิจที่

ผลิตสินค้าและบริการที่ต้องพึ่งพาซัพพลายเออร์จำนวนมาก

ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม โดยพิจารณาจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านข้อมูลของผู้ประกอบการ และ 2) ปัจจัยการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งผลวิจัยที่ได้อาจเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการใหม่ๆ ที่มีความประสงค์จะเข้ามาประกอบกิจการในธุรกิจด้านการขนส่ง และกระจายสินค้าเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินการต่อไป

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การตัดสินใจซื้อขององค์กร คือกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์กร เพื่อกำหนดลักษณะความต้องการซื้อสินค้าและบริการ การบ่งชี้ การประเมินผลและการเลือกตราสินค้า ตลอดจนพิจารณาผู้เสนอขายสินค้าต่างๆ (ปณิศา มีจินดา, 2553) ซึ่งลักษณะของการซื้อขององค์กรจำเป็นต้องพิจารณาจากส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7Ps

ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Payne, 1993) ประกอบด้วยปัจจัยที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดส่วนตลาดของธุรกิจบริการส่วนประกอบแต่ละส่วนของส่วนประสมการตลาดจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และต้องสอดคล้องกัน เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป ประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านองค์กร เช่น สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แล้ว ส่วนผสมการตลาดและบริการยังมีส่วนประกอบที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือ บุคลากร (people) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้าง การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

(Physical evidence & presentation) เช่น การสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กร สร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการประทับใจ

นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและวัฒนธรรมองค์กร (อิทธิพลจากภายนอก (External influences) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อขององค์กร เช่น ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ กลุ่มลูกค้า จุดหมายปลายทางของสินค้าที่จัดส่ง ความถี่ในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ (ปณิศา มีจินดา, 2553) รวมถึงระดับความต้องการซื้อของลูกค้าที่เป็นองค์กรและความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรนั้น ภาวะเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ลักษณะการแข่งขัน ขนาดของธุรกิจ กิจกรรมการตลาดและกิจกรรมอื่นๆ ของหน่วยธุรกิจ (Kotler, 1997)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะและพฤติกรรมของผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยมุ่งศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้ ประชากรของงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 3,181 โรงงาน (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนครปฐม, 2559) กำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยอาศัยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane โดยการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (วิชิต อ้วน, 2550) จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 353 โรงงาน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างของโรงงาน เพื่อให้มีการกระจายของข้อมูลมีความหลากหลายและทั่วถึง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์จำนวน 3 ท่าน โดยผู้เชี่ยวชาญจะมีคุณสมบัติด้านคุณวุฒิหรือประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์โดยตรง 15 ปีขึ้นไป เพื่อพิจารณาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยามศัพท์ (Index of item objective congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถามจากค่า IOC ที่ คำนวณได้ข้อคำถามทุกข้อคำถามมีค่าช่วง 0.65-1.00 และนำแบบสอบถามไปปรับปรุงและนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30

ตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ในจังหวัดราชบุรี มาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.77 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คั่นคว่า และการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จากผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างของโรงงาน ในเขต จังหวัดนครปฐม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม มีลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

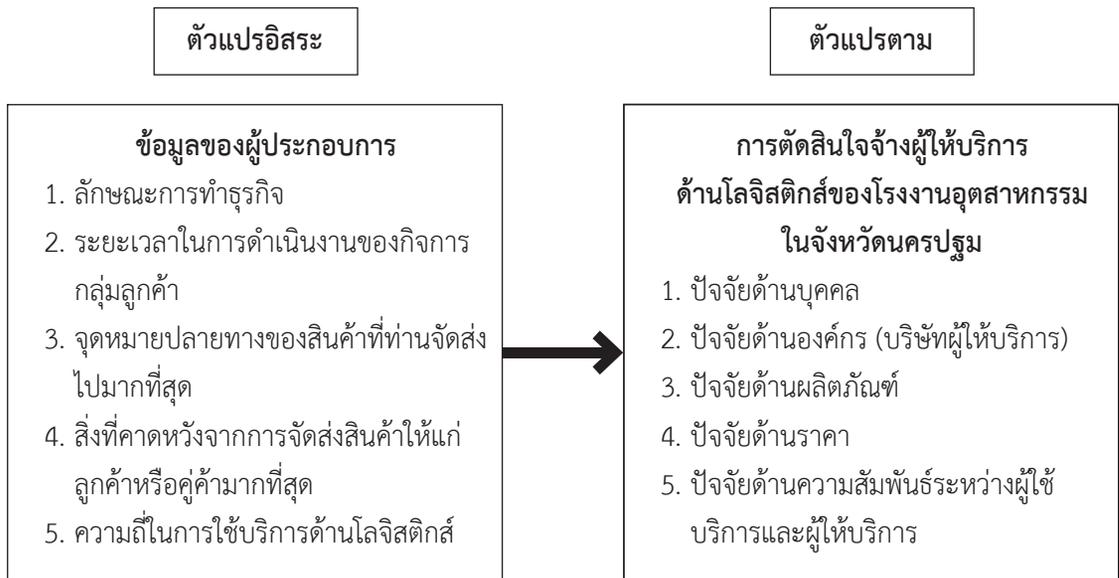
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้แบบออกเป็นขั้นตอน ได้แก่ การประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Fre-

quency) และร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ย Mean (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation (SD) ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้ศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ ข้อมูลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ดัดแปลงจาก Webster and Wind (1972), Sheth (1973), Lau et al. (1999)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

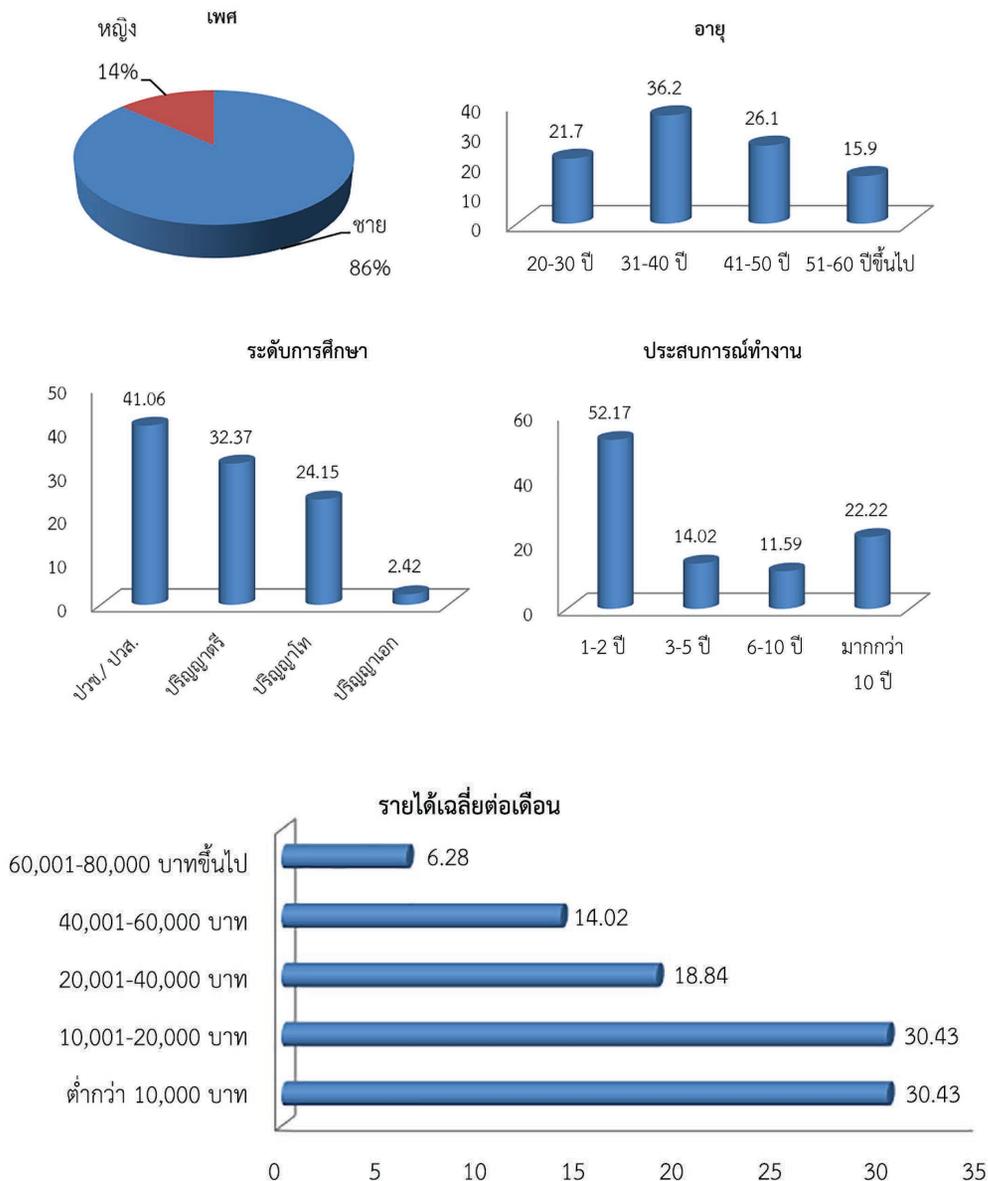
1. ทราบถึงพฤติกรรมการณ์การซื้อขององค์กรในระบบโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม
2. ผู้ประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรม (ซัพพลายเออร์) สามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในงานจัดซื้อ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม” ผู้ศึกษาวิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบการขยายตามลำดับ มีผลดังนี้

ตอนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคล โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์

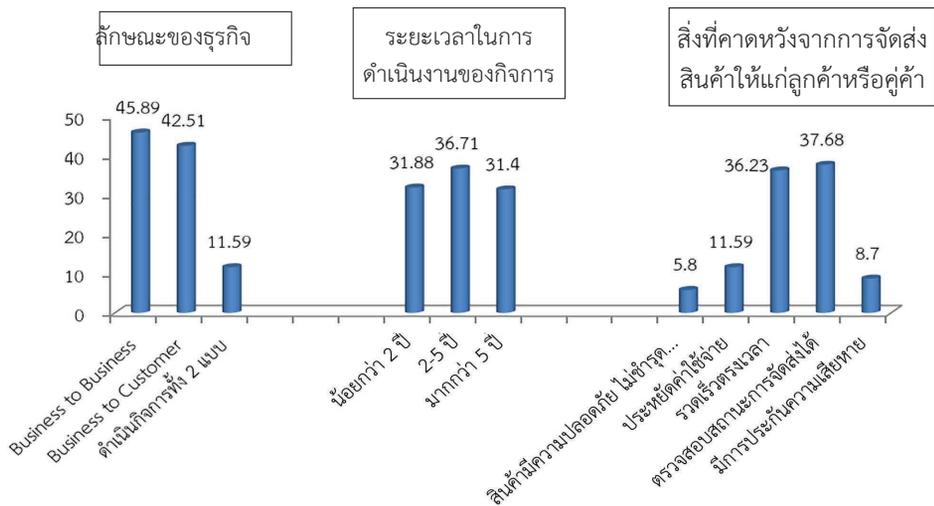


ภาพ 2 ข้อมูลทั่วไป แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์

จากภาพ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 86.50 และเพศร้อยละ 13.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.20 มีระดับการศึกษาที่ระดับ ปวช./ปวส. ร้อยละ 41.06

มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1-2 ปี ร้อยละ 52.17 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 30.43

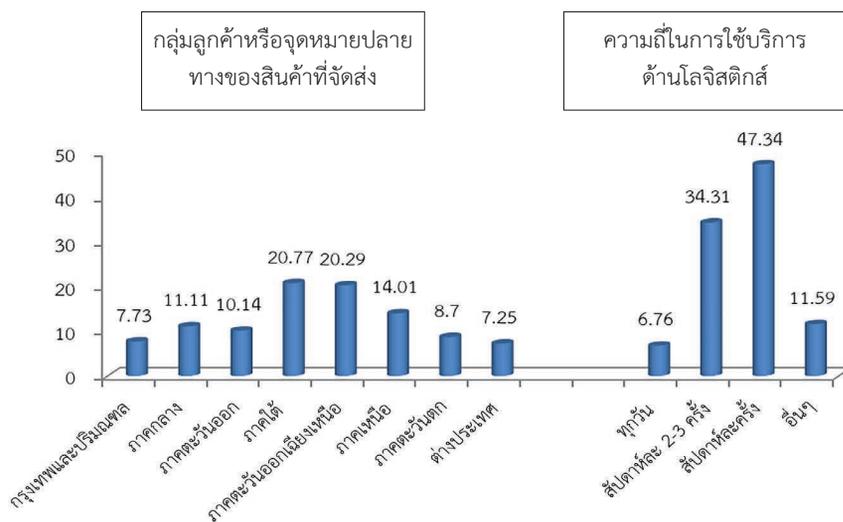
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท



ภาพ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เป็นค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ และสิ่งที่คาดหวังจากการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือคู่ค้า

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจลักษณะ Business to Business ร้อยละ 45.89 Business to Customer ร้อยละ 42.51 และดำเนินกิจการทั้ง 2 แบบ ร้อยละ 11.59 มีระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ 2-5 ปี ร้อยละ 36.71 น้อยกว่า 2 ปี ร้อยละ 31.88 และมากกว่า 5 ปี จำนวน 65 คน ร้อยละ 31.40 เมื่อ

พิจารณาสิ่งที่คาดหวังจากการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือคู่ค้ามากที่สุด คือ การตรวจสอบสถานะการจัดส่งได้ ร้อยละ 37.68 การจัดส่งรวดเร็วตรงเวลา ร้อยละ 36.23 ประหยัดค่าใช้จ่าย คิดเป็น 11.59 มีการประกันความเสียหายร้อยละ 8.70 และสินค้ามีความปลอดภัยไม่ชำรุดเสียหายร้อยละ 5.80 ดังแสดงในภาพ 3



ภาพ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท แสดงเป็นค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตาม กลุ่มลูกค้าหรือจุดหมายปลายทางของสินค้าที่จัดส่ง และสิ่งที่คาดหวังจากการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือคู่ค้า

จากภาพ 4 พบว่า กลุ่มลูกค้าหรือจุดหมายปลายทางของสินค้าที่จัดส่งไปมากที่สุด อยู่ภาคใต้ ร้อยละ 20.77 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 20.29 ภาคเหนือ ร้อยละ 14.01 ภาคกลาง ร้อยละ 11.11 ภาคตะวันออก ร้อยละ 10.14 ภาคตะวันตก ร้อยละ 8.70 กรุงเทพฯและปริมณฑล ร้อยละ 7.73 และต่างประเทศ ร้อยละ 7.25 และมีความถี่ในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์อยู่ที่สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 47.34 สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 34.31 และอื่น ๆ คิดเป็น 11.59 และใช้บริการด้านโลจิสติกส์ทุกวัน ร้อยละ 6.76

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ และปัจจัยด้านระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า สินค้าอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุดเสียหาย หรือสูญหาย เป็นปัจจัยอันดับแรกๆ ที่ผู้ประกอบการจะพิจารณาตัดสินใจจัดซื้อ รองลงมา ได้แก่ การบริการเหมาะสมกับสินค้า/บริการของบริษัท การดูแลสินค้าระหว่างขนส่ง ผู้รับได้รับสินค้าในเวลาที่กำหนด ขั้นตอนการรับฝากมีความสะดวก และอำนวยความสะดวกเหมาะสม และคุณภาพของสินค้า (ตาราง 1)

ตาราง 1

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (บริษัทผู้ขายบริการ)	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ขั้นตอนการรับฝากมีความสะดวก และอำนวยความสะดวกเหมาะสม	4.23	0.82	มาก
2. การบริการ ดูแลสินค้าระหว่างขนส่ง	4.48	0.84	มาก
3. การบริการเหมาะสมกับสินค้า/บริการของบริษัท	4.49	0.84	มาก
4. ผู้รับได้รับสินค้าในเวลาที่กำหนด	4.29	0.84	มาก
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า	4.71	0.83	มากที่สุด
6. สินค้าอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุดเสียหาย หรือสูญหาย	4.64	0.85	มากที่สุด
7. คุณภาพของสินค้า	4.19	1.06	มาก
รวม	4.43	0.45	มาก

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม การอัตราค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ และการมีอัตราค่าบริการคิดเป็นสัดส่วนที่ต่ำเมื่อเทียบกับมูลค่าสินค้าของผู้ใช้บริการนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่

ผู้ให้บริการพิจารณาเป็นอันดับต้น การตั้งราคาที่สูงจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่พิเศษ ตรงกับความต้องการและการตั้งราคาที่สูงเกินไปอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (ตาราง 2)

ตาราง 2

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านราคา (บริษัทผู้ขายบริการ)	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. มีอัตราค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	4.61	0.92	มากที่สุด
2. อัตราค่าบริการคิดเป็นสัดส่วนที่ต่ำเมื่อเทียบกับมูลค่าสินค้าของท่าน	4.58	0.79	มากที่สุด
3. การตั้งราคาที่สูงเกินไปอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของท่าน	4.35	0.9	มาก
4. การตั้งราคาที่สูงจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่พิเศษ ตรงกับความต้องการของท่าน	4.41	0.82	มาก
รวม	4.49	0.86	มาก

สรุป และอภิปรายผล

ลักษณะและพฤติกรรมของผู้ประกอบการ เช่น ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ กลุ่มลูกค้าหรือจุดหมายปลายทางของสินค้าที่ส่งมากที่สุด สิ่งที่คาดหวังจากการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือคู่ค้ามากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ มีผลการตัดสินใจจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ มีการแบ่งแยกหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงานที่ชัดเจน ผู้ใช้บริการจะมีความรู้สึกอบอุ่นและสบายใจกับการใช้บริการ ลักษณะองค์กรผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ มีความสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและองค์กรผู้ใช้บริการจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการ ซึ่ง กาญจนสีตา โฆษิตธัญญสิทธิ์ และ ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2559) กล่าวว่าลักษณะองค์กรผู้ใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการที่เปลี่ยนแปลงตามไป นี้เป็นเพราะหากลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการมีการแบ่งแยกหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงานชัดเจน จะรู้สึกอบอุ่นและสบายใจกับการใช้บริการ ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ที่เลือกใช้งานอยู่ รวมทั้ง

มีความคิดว่าหากลักษณะองค์กรผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีความสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจ และองค์กรผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการแบ่งแยกหน้าที่อย่างเหมาะสมแล้ว จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ

ปัจจัยด้านองค์กร (บริษัทผู้ให้บริการ) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ มีบริการหลังการขายที่ดี โครงสร้างของบริษัท ระดับเทคโนโลยีของบริษัท ประสิทธิภาพของบริษัท การบริหารจัดการภายในของบริษัทผู้ให้บริการ และมีรายละเอียดข้อเสนอของบริษัทขาย รวมทั้งการปรับแนวคิดลักษณะการบริหารงานใกล้เคียงสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจและองค์กรผู้ใช้นั้นๆ จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ Dale, Douglas & Michale (2004) ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการใช้บริการ สัญชาติ ขนาดขององค์กร การมีเทคโนโลยีของบริษัทที่ทันสมัย การมีประสิทธิภาพความสัมพันธ์

ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งผู้ให้บริการมีความคิดเห็นว่าบริษัทต่างชาติสร้างความมั่นใจในการดำเนินงานมากกว่า อาจจะเป็นผลมาจากผู้ใช้บริการมองว่าบริษัทต่างชาติมีการดำเนินงานที่ระบบมากกว่า มีการแบ่งหน้าที่การทำงานชัดเจน มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ซึ่งน่าจะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในด้านบุคลากร การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การบริการได้ดี

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ ได้แก่ การสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจระหว่างกัน พฤติกรรมที่ผ่านมาของทั้งสองฝ่าย ระยะเวลาที่พึ่งพากันและกัน และความผูกพันระหว่างกัน เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์, 2558) ทั้งนี้การส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับผู้ใช้บริการด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดการกล้าคิดและกล้าทำงานด้วยกันมากขึ้น การทำงานด้วยความโปร่งใสส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค จะเห็นว่าการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบผู้บริโภคของบริษัท นั่นคือการสร้างความมั่นใจและความอบอุ่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการว่าทุกครั้งที่ใช้บริการจะเป็นไปอย่างถูกต้องและเที่ยงตรง นอกจากนี้บริษัทยังมีการปลูกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมในการทำงานด้วยความสุจริต เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกดีและประทับใจในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พร้อมทั้งยังได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้ตัดสินใจใช้บริการอีกด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการและการบริการ ได้แก่ มีเครือข่ายครอบคลุมสามารถให้บริการได้ทั่วประเทศ มีการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการบริการ เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีชื่อเสียง มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ และเป็นผู้นำด้านบริการโลจิสติกส์ มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดการข้อร้องเรียนที่ทันสมัย ใสใจ และยินดีให้บริการ ทั้งนี้การ

บริการที่อำนวยความสะดวกและพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ทางการต้อนรับที่ดี จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สอดคล้องกับ ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภรณ์กุลลีลาศรีศิริ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านการบริการและคุณภาพการบริการ เกี่ยวกับประสบการณ์ขนส่ง/กระจายสินค้าของผู้ประกอบการ มีผลต่อการตัดสินใจจ้างบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อผู้ใช้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการให้บริการด้านการขนส่งที่ตรงตามเวลา มีกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อที่ชัดเจนตามความต้องการ รวมทั้งมีการบริการที่อำนวยความสะดวกหลังการขาย และเมื่อผู้ใช้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ทางการต้อนรับที่ดี มีมารยาท จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยการพิจารณาจากการมีอัตราค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ อัตราค่าบริการคิดเป็นสัดส่วนที่ต่ำเมื่อเทียบกับมูลค่าสินค้า การตั้งราคาการขนส่งที่สูงเกินไปจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ หรือหากผู้ประกอบการขนส่งจำเป็นต้องตั้งราคาที่สูงขึ้นจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่พิเศษหรือตรงกับความต้องการ อันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ราคามีอิทธิพลต่อการซื้อที่ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อผู้ใช้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีราคาค่าขนส่งที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ รวมทั้งหากมีการตั้งราคาที่สูงเกินไปอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ หรือหากผู้ใช้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีการตั้งราคาที่สูง

จะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะบางประการที่พิเศษหรือตรงกับความต้องการ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ หรือพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการซ้ำ เพราะในปัจจุบันนี้

ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การขนส่งโลจิสติกส์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะได้เข้าใจถึงการรับรู้และความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการมากขึ้น

2. ศึกษาความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการ เพราะความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และทำให้ทราบถึงแนวโน้มของตลาดในธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา นิสิตธัญญสิทธิ์ และชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2559). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 11(1), 139-157.
- ชนิภรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์. (2558). ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค. ค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1285/1/chanipom.iams.pdf>.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- วิจิต อุอ้าน. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภรณ์ ลีลาศรีศิริ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 4(2), 1-7
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนครปฐม. (2559). รายงานประจำปี 2558-2559 จังหวัดนครปฐม. ค้นจาก <http://www.dbd.go.th/nakhonpathom/main.php?filename=index>
- Dale,S., Douglas, M., & Michale, A. (2004). The process development and commercialization process. *International Journal of Logistics Management*, 15(1), 43-56.
- Frederick, E., Webster, JR. & Yoram, W. (1972). A General model for Understanding Organizational buying behavior. *Journal of marketing*, 36(2), 12-19
- Kotler, P. (1997). *Marketing management : Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: A simon & Schuster.
- Payne, A. (1993). *The Essence of Services Marketing*. Hertfordshire: Prentice- Hall
- Sheth, J. N. (1973). A model of industrial buyer behavior. *Journal of Marketing*, 37, 50-65.