

Received: February 4, 2018
Revised: October 1, 2018
Accepted: April 19, 2019

อิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

อนุช นามภิญโญ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาอิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล 2) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล 3) ศึกษาอิทธิพลของประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล ใช้แบบสอบถามโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบความสัมพันธ์ เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ ข้อมูลในภาคสนามสำหรับการวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมจากลูกค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่ จังหวัดปริมณฑล จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ พบว่า 1) อิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้าไม่ส่งผลทางบวกที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล 2) อิทธิพลของลักษณะการกระจายสินค้าการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล และ 3) อิทธิพลของประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่; การจัดการลักษณะการกระจายสินค้า; ประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้า
ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
111/3-5 หมู่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล, จังหวัดนครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: anuch.na@ssru.ac.th

The Influence of the Distributing Character Management and Servicing Efficiency in Large Retail Business's Logistics Effecting Satisfaction for Customers in the Vicinity Areas

Anuch Nampinyo¹

Abstract

The purpose of this research was 1) To study the management of the distribution of large retail businesses effecting the satisfaction of customers in the vicinity areas. 2) To study the management of the distributing character of large retail businesses effecting the satisfaction of customers in the vicinity areas and 3) To study the efficiency of the servicing logistics of large retail businesses effecting the satisfaction of customers in the vicinity areas. The statistics used in the analysis were the descriptive Statistics and Inferential Statistics Pearson's Correlation-test of variance calculated by using frequency, mean, standard deviation and percentage and multiple regression analysis. Data were collected from 400 customers in metropolitan area overall the five adjacent provinces of Nakhon Pathom, Pathum Thani, Nonthaburi, Samut Prakan, and Samut Sakhon.

The finding showed that the influence of characteristics of distribution and performance of goods transport services of discount store to the customer satisfaction in metropolitan area but the influence of the influence of distribution management didn't affected positively to the customers satisfaction at the statistically significant level of 0.05.

Keywords: Large Retail Business; distribution character management; Servicing Efficiency.

Type of Article: Research Article

¹ Logistics and Supply Chains College, Suansunandha Rajabhat University,
111/3-5 Moo 2, Tombol Khlongyoung, Bhuddamonthn District, Nakhonprathom Province 73170, Thainald
E-mail: anuch.na@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ห้างสรรพสินค้า ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่เห็นอยู่ทั่วไป ร้านค้าปลีกในยุคปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบของการกระจายสินค้า การขนส่งงานบริการเพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันแรงบีบและแรงอัดในการปรับตัวเพื่อการแข่งขันแตกต่างจากคู่แข่ง และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จากสถานการณ์ด้านการแข่งขันที่มีความรุนแรงเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าดังกล่าวจึงเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในระบบบริหารและจัดการร้านค้าที่สำคัญที่ทำให้เกิดรูปแบบการขนส่ง การตั้งศูนย์กระจายสินค้า เป็นหัวใจสำคัญในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง การสร้างคุณค่าในการบริการ การคัดเลือกสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ไม่ให้เกิดสินค้าขาดสต็อกหรือมีสินค้าในคลังสินค้า การจัดเรียงสินค้าที่เป็นหมวดหมู่และมีสินค้าครบตามหมวดหมู่และทราบจำนวนสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหวเพื่อลดปริมาณและการจัดเก็บสินค้าที่มีการเคลื่อนไหว การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการจัดการเพื่อให้มีสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค การควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้า จึงเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงต้นทุนของกิจการ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนการจัดเก็บ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ ทำให้เกิดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูง ร้านขายส่งจึงจำเป็นต้องตั้งแหล่งกระจายสินค้าให้ใกล้แหล่งขาย เพื่อลดต้นทุนรวม

ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) การขนส่งมีคุณภาพต้องพัฒนาให้มีมาตรฐาน และประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่งเพื่อเป็นการป้องกันปัญหาสินค้าขาดแคลนทำให้สูญเสียโอกาสทางการขาย การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วย 1. ความรวดเร็วทันเวลา และทันต่อความต้องการมีความสดและมี

คุณภาพเหมือนกับสินค้าของแหล่งผลิตป้องกันการขนส่งที่ไม่ทันเวลาสูญเสียโอกาสทางการขาย

2. การประหยัด ในต้นทุนการขนส่งและประหยัดในราคาค่าบริการ ต้นทุนในการขนส่งต่ำ การเรียกเก็บอัตราค่าบริการที่ลดลงด้วยอันจะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียอัตราค่าบริการโดยสารหรือค่าระวางด้วย จึงเกิดประสิทธิภาพการขนส่ง 3. ความปลอดภัย จากการสูญเสียหรือเสียหายของสินค้า ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ระบบการขนส่ง ผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียและเสียหาย ไม่ให้เกิดปัญหาการขนส่งในทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ 4. ความสะดวกสบาย แก่ผู้ใช้บริการ หรือความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการในยานพาหนะจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมการเคลื่อนย้ายไม่เกิดปัญหา 5. ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา มีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง เวลาที่จะออกเดินทางจากต้นทางเวลาที่เดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทางเวลาที่ผ่านจุดที่สำคัญต่างๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจของลูกค้าเกิดความพึงพอใจไม่เสียความรู้สึก จะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่าเป็นประสิทธิภาพ ทั้งหมดนี้จึงเป็นทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสถานประกอบการ และแนวทางในการปรับปรุงงานบริการคุณภาพทั้งการจัดการด้านคุณภาพสินค้าและการจัดการคุณภาพงานบริการด้านการขนส่งและการตั้งศูนย์และบริหารศูนย์กระจายสินค้า ปัจจัยนี้ยังคงเป็นความสำคัญของผู้ประกอบการในการลดเวลาและค่าใช้จ่าย ต้นทุน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความยั่งยืนและความมั่นคงให้ผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการบริหารจัดการในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์รวมของสินค้าอุปโภค บริโภคที่มีความหลากหลายโดยการเพิ่มมูลค่ากระบวนการบริหารศูนย์กระจายสินค้าต้องใช้พนักงาน อุปกรณ์เครื่องมือยก อาคาร สถานที่ คลังสินค้าที่ได้

มาตรฐานและพอเพียงเพื่อให้เกิดความสามารถรองรับลูกค้าที่ต้องการระบบการขนส่งที่ทั่วถึงและทันสมัย เพื่อป้องกันปัญหา ลดปัญหา และสามารถสร้างความได้เปรียบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในฐานะผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง สามารถลงทุนดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบตามความต้องการได้ตลอดเวลา การบริการขายสินค้าด้วยเครื่องอัตโนมัติ (Vending Machines) หรือรูปแบบการบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบันและคาดว่าจะมีการเติบโตสูงในอนาคตการประกอบกิจการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเมืองอื่นๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเมือง ทั้งในเรื่องการขนส่งสินค้า การเดินทางของประชาชนในการไปเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการกิจกรรมดังกล่าวนับเป็นปัจจัยในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่แม้ว่าการประกอบกิจการธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่งจะสามารถดำเนินการได้อย่างเสรี แต่เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม หรือการเอาเปรียบผู้บริโภค และธุรกิจก็สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตประกอบกิจการตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร และกฎหมายผังเมือง การศึกษาเรื่องการค้าปลีก การค้าส่ง และการค้าปลีก-ค้าส่งขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดปริมณฑล จำเป็นต้องทบทวน ศึกษา และทำความเข้าใจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์และข้อกำหนดทางกฎหมายต่างๆ ทั้งกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า และข้อกำหนดผังเมืองรวมที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องมีการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การค้าปลีก-ค้าส่งที่เป็นปัจจุบันโครงการพื้นที่ค้าปลีกมีรูปแบบที่มีการขยายตัวค่อนข้างมากโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครรอบนอก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการ

ขยายตัวโครงการที่อยู่อาศัยจำนวนมาก ตามประเด็นที่กำหนดแสดงภาพรวมของธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สมาคมผู้ค้าปลีกไทย) จัดขึ้นอุตสาหกรรมค้าปลีกครึ่งปีแรกเติบโตเพียง 2.81% ผลจากยอดขายปลีกไตรมาส 2 ผ่นตัวลงกำลังซื้อกระจุกตัวกรุงเทพฯ และหัวเมืองท่องเที่ยว ล้นซบตัวขึ้นไตรมาส 4 ดันทั้งปีโต 3-3.2% เนื่องจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งจับจ่ายใช้สอยของผู้มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง แต่ตรงข้ามในต่างจังหวัดมีอัตราหนี้สินสูงและมีผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ ฉะนั้นเพื่อให้สามารถวางแผนการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องที่เหมาะสมเชื่อมโยงกันระหว่างกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศและจังหวัดปริมณฑลซึ่งเป็นเขตอิทธิพลของกรุงเทพมหานคร (สำนักผังเมือง, กองนโยบายและแผนงาน: การค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร, 2559) ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจุบันมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและพื้นที่จำกัด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าไว้ในเขตปริมณฑล ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยอิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยอิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล

3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้า ลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีแนวคิดด้านจัดการการกระจายสินค้าโดยการกระจายสินค้า และการบริหารจัดการการกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งของผู้บริโภค อุปโภค หรือที่เราเรียกว่า “ลูกค้าคนสุดท้าย”

แนวคิดด้านจัดการสินค้าให้ตรงกับปริมาณที่ต้องการ ในจำนวนที่ถูกต้อง และในความเร็วที่ต้องการของลูกค้าโดยผ่านกระบวนการของการกระจายสินค้า ทำเลที่ตั้ง การจัดการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) การจัดการวัสดุ (Material Handling) การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) และกิจกรรมกระบวนการฯ โดยการนำหลักในการบริหารจัดการมาใช้ในระบบและกระบวนการจัดการสินค้า

แนวคิดด้านการกระจายสินค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายต่อครั้งต่อต้นทุน แหล่งข้อมูลระบบสารสนเทศ แหล่งข้อมูล ในการกระจายสินค้า และการบริหารจัดการการกระจายสินค้าแนวคิดด้านลักษณะของการกระจายสินค้า (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ, 2536) เป็นการดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา

การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้า และการดำเนินคำสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในเวลา ที่ถูกต้อง (at the Right Time) และในสถานที่ที่ถูกต้อง (to the Right Place) ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด (at the Least Cost) และในปริมาณที่ถูกต้อง (in the Right Quantity)

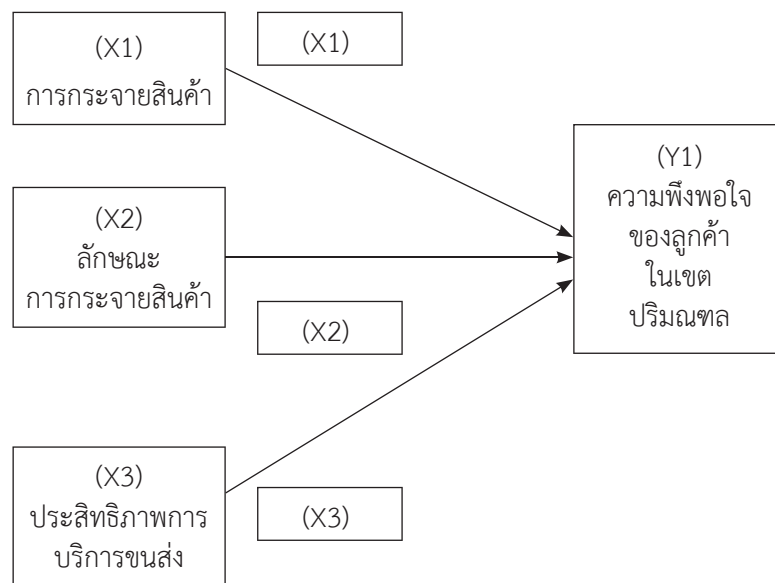
แนวคิดด้านประสิทธิภาพการขนส่งตามหลัก การขนส่งถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้อง ประกอบด้วย ความรวดเร็ว การประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความแน่นอนเชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา

แนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า (ณัฐวิภา, 2552) ความพึงพอใจ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความคิด ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคล มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่บุคคลได้รับตามที่คาดหวัง เป็นความรู้สึกทางบวก ดังนั้น ความพึงพอใจย่อมเป็นความรู้สึกที่ดีที่ขึ้นชอบพอใจ หรือประทับใจ ที่สัมผัส

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระคือการจัดการการกระจายสินค้า ลักษณะการกระจายสินค้า ตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่อิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้า ลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

ประกอบตัวแปรอิสระ คือการจัดการการกระจายสินค้า (X1) ลักษณะการกระจายสินค้า (X2) ประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้า (X3) คือความพึงพอใจของลูกค้า ตัวแปรตาม (Y1) คือความพึงพอใจของลูกค้า



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. การจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล
2. การจัดการลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล
3. ประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตปริมณฑลจำนวน 5 จังหวัด ใช้วิธี

การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพราะผู้วิจัยไม่มีอิทธิพลในการเลือกตัวอย่างตามที่ต้องการได้ ต้องเลือกตามเงื่อนไข และสถานการณ์แวดล้อมที่เป็นอยู่และผู้ที่เป็นตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษาเท่านั้นเมื่อไม่ทราบขนาดประชากร และจำนวนประชากรมีจำนวนมากมหาศาล กรณีไม่ทราบประชากร (Zikmund, 2003, p. 427)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.50)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ a/2 ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว ได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและความเหมาะสม ผู้ศึกษาจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คนในครั้งนี้จึงทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม เพื่อการวิจัยอิทธิพลการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริณทลการวิจัยครั้งนี้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามการวิเคราะห์การหาค่า IOC และค่าความเชื่อมั่น Reliability ค่า Try- out ได้ เท่ากับ 0.79 โดยรายละเอียดขอบเขตดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซื้อสินค้าจากเขต ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้าปริณทล จำนวน 4 ข้อ ด้านระบบการจัดการ ด้านการจัดการคลังสินค้า ด้านการจัดการสินค้า ด้านความสะดวกรวดเร็ว

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะการกระจายสินค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านความรวดเร็ว ด้านการขนส่ง ด้านการกระจาย ด้านครอบคลุมภูมิศาสตร์

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านความรวดเร็ว ด้านขนส่ง ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านความแน่นอน

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริณทล จำนวน 4 ข้อด้านภาพรวมที่ท่านพึงพอใจ มีระบบการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการ บริการสร้างความประทับใจให้แก่ท่าน

ส่วนที่ 6 เป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัยอิทธิพลการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริณทลประกอบตัวแปรอิสระคือการจัดการการกระจายสินค้า ลักษณะการกระจายสินค้า ตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในพื้นที่ปริณทล จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างบังเอิญ 400 ตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลายวิธี ใช้วิธีวิจัยประเภทของการวิจัยเชิงปริมาณ และการพรรณนาวิจัยเชิงความสัมพันธ์ (Correlation Research) อธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาโดยแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบ Pearson's Correlation สถิติในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ การวิจัยครั้งนี้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามการวิเคราะห์ ได้ เท่ากับ 0.79

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม โดยรายละเอียดขอบเขตดังนี้

การแปลผลความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ย แปลระดับดังนี้ (Best & Kahn,1993)

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ มีจำนวน 5 ข้อ แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
ส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 เป็น แบบสอบถามแบบสำรวจ ปลายปิด	4.21-5.00	พอใจมากที่สุด
	3.41-4.20	พอใจมาก
	2.61-3.40	พอใจปานกลาง
	1.81-2.60	พอใจน้อย
	1.00-1.80	พอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตาราง 1

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดปริณทล

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	301	75.00
หญิง	99	25.00
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	55	12.00
20-30 ปี	95	25.00
31-40 ปี	241	60.50
41-50 ปี	9	2.50
51-60 ปี	0	0
61 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	400	100.00
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	81	18.00
ปริญญาตรี	55	16.00
ปริญญาโท	255	64.00.00
สูงกว่าปริญญาโท	9	2.00
รวม	400	100.00

ตาราง 1

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดปรินมทล (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดปรินมทล		
นครปฐม	104	25.50
นนทบุรี	256	64.00
ปทุมธานี	22	4.50
สมุทรปราการ	6	3.00
สมุทรสาคร	6	3.00
รวม	400	100.00

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของอิทธิพลของการจัดการ ลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปรินมทล ส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 75.00 และอายุ 31-40 ปี เป็นร้อยละ 60.50 การศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 64.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เป็นร้อยละ 67.00 และส่วนใหญ่จังหวัดนนทบุรี และปรินมทล คิดเป็นร้อยละ 64.00 แสดงว่าผลของการวิจัยอิทธิพลของการจัดการ ลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปรินมทล

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลการจัดการการกระจายสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจ

การจัดการการกระจายสินค้า	$\bar{X}$	SD	อันดับ	แปล
1. ด้านระบบการจัดการ	4.17	.38	4	มาก
2. ด้านการจัดการคลังสินค้า	4.20	.40	2	มาก
3. ด้านการจัดการสินค้า	4.19	.39	3	มาก
4. ด้านความสะอาดสวยงาม	4.85	.35	1	มากที่สุด
รวม	4.35	.38		มาก

ระดับการจัดการการกระจายสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปรินมทล โดยภาพรวม มีการจัดการคุณภาพสินค้าในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า การจัดการการกระจายสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปรินมทล โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือด้านความสะอาดสวยงามร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีระบบการคัดเลือก

สินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีลำดับความพึงพอใจน้อยสุด คือ ด้านระบบการจัดการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

มีการจัดการการกระจายสินค้าอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ

ตาราง 3

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติลักษณะการกระจายสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจ

ลักษณะของการกระจายสินค้า	$\bar{X}$	SD	อันดับ	แปล
1. ความรวดเร็ว	4.79	.40	3	มากที่สุด
2. การขนส่ง	4.75	.42	4	มากที่สุด
3. ระบบการกระจายสินค้า	4.80	.39	2	มากที่สุด
4. ครอบคลุมภูมิศาสตร์	4.89	.30	1	มากที่สุด
รวม	4.80	.37		มากที่สุด

ระดับอิทธิพลลักษณะการกระจายสินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล โดยภาพรวม มีลักษณะของการกระจายสินค้าในความพึงพอใจสูงสุด คือครอบคลุมภูมิศาสตร์ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ช่องทางการกระจาย

สินค้าที่ครอบคลุม และรวดเร็ว ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยมีลำดับความพึงพอใจน้อยสุด คือ การขนส่ง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีระบบการขนส่งสินค้า ที่มีประสิทธิภาพ

ตาราง 4

การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการขนส่งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจ

ประสิทธิภาพการขนส่ง	$\bar{X}$	SD	อันดับ	แปล
1. ด้านความรวดเร็ว	4.94	.23	3	มากที่สุด
2. ด้านการขนส่ง	4.94	.23	4	มากที่สุด
3. ด้านความปลอดภัย	4.93	.25	5	มากที่สุด
4. ด้านความสะดวกสบาย	4.96	.19	2	มากที่สุด
5. ด้านความเชื่อถือได้	4.97	.17	1	มากที่สุด
รวม	4.94	.16		มากที่สุด

ระดับประสิทธิภาพการขนส่งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล โดยภาพรวมโดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่ท่าน

ใช้บริการมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือโดยมีลำดับความพึงพอใจน้อยสุด คือ ด้านความปลอดภัยระบบการจัดการของเสียหายและลดการสูญเสียของสินค้า ที่มีความต้องการของผู้บริโภค

ตาราง 5

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล

ลักษณะของการกระจายสินค้า	$\bar{X}$	SD	อันดับ	แปล
1. ภาพรวมที่ท่านพึงพอใจ	4.98	.12	4	มากที่สุด
2. ระบบการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	5.00	.00	1	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึก ว่า ที่ท่าน	5.00	.00	2	มากที่สุด
4. สร้างความประทับใจ	5.00	.00	3	มากที่สุด
รวม	4.98	0.03		มากที่สุด

ระดับความพึงพอใจลูกค้าของร้านค้าปลีกประเภทขายส่ง โดยภาพรวมโดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่ท่านใช้บริการ มีระบบการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และท่านรู้สึก ว่า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ท่านใช้บริการ สามารถตอบ

สนองความต้องการด้านสินค้าของท่านได้ และร้านค้าปลีกที่ท่านใช้บริการสร้างความประทับใจให้แก่ท่าน และท่านจะกลับไปใช้บริการซ้ำ ส่วนโดยมีลำดับความพึงพอใจน้อยสุด คือ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่ท่านใช้บริการ มีภาพรวมที่ท่านพึงพอใจ

ตาราง 6

การทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ($n = 400$)

correlations				
	ZSAT	ZX1	ZX2	ZX3
ZX1	.378	1.000		
ZX2	.142		1.000	
ZX3	.000*			1.000

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจ

การจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทางบวก มีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .378 มีความ

สัมพันธ์ระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทางบวก มีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .142 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ลูกค้าในเขตปริมณฑลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทางบวก มีค่าความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (r)

เท่ากับ .000 ไม่มีความสัมพันธ์เลยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 7

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร ($n = 400$)

ตัวแปร	B	Std	Beta	t	sig.
1.(X1)	.004	.004	.036	.948	.344
2.(X2)	-.012	.004	-.120	-3.043	.002*
3.(X3)	.116	.007	.684	17.450	.000*

$R=.662$, Adjusted $R^2=0.434$, $SEE=0.02289$, $F=103.066$, $Sig=0.000$ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 พบว่า อิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้า ลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .662 และสามารถรวมอธิบายความแปรผันของอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (t 1.96 ได้ร้อยละ 40.4 ($R^2=0.434$) โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\text{สมการ } Y1 = a + 0.004(X1) - 0.012(X2) + 0.116(X3) \\ (.948) \quad (-3.043) \quad (17.450)$$

ความพึงพอใจให้ลูกค้า ($Y1$) = $a + 0.004$ (การจัดการการกระจายสินค้า ($X1$) - 0.012 (ลักษณะการกระจายสินค้าสินค้า ($X2$) + 0.116 (ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า ($X3$))

สมการพยากรณ์อธิบายได้ดังนี้

$$Y1 = 0.036(X1) - 0.120(X2) + 0.684(X3) \\ (.948) \quad (-3.043) \quad (17.450)$$

ความพึงพอใจให้ลูกค้า ($Y1$) = 0.036 (การจัดการการกระจายสินค้า ($X1$) - 0.012 (ลักษณะการ

กระจายสินค้าสินค้า ($X2$) + 0.684 (ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า ($X3$))

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นจริง

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่เป็นจริง

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่เป็นจริง

อภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาการจัดการการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล

พบว่าอิทธิพลของการจัดการการกระจายสินค้าไม่ส่งผลทางบวกที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล มีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .378 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลการจัดการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นจริง สอดคล้องกับ อร่าม พิมพ์ผกา, ศักดิ์ชาย รักการ, ปพน สีหอมชัย และอนัญญา จินดาวัฒนะ (2557)

ผลการศึกษาจากการคำนวณจากทฤษฎีแล้วพบว่า มีสินค้าจำนวน 24 รายการมีต้นทุนสูงและยังไม่ควรนำเข้ามาจำหน่ายในขณะนี้ซึ่งจะต้องหาทางจำหน่ายออกจากคลังสินค้าโดยเร็ว เพื่อจะลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า การดูแลรักษา และยังทำให้บริษัทเสียโอกาสในการขายสินค้า รวมถึงยังสามารถมีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าเพิ่มมากขึ้นด้วย แนวทางในการแก้ไขปัญหาจะต้องปรึกษาฝ่ายออกแบบเพื่อให้ออกแบบให้มีสินค้าลงในกรอบการออกแบบทำการแปรสภาพสินค้าเพื่อประกอบกับอะไหล่ให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่อุปกรณ์มาประกอบและขาย รวมกันเป็นชุดใหญ่และให้ทำการตรวจสอบสินค้า ตรวจสอบสินค้าเกี่ยวกับอายุการใช้งานของสินค้า และตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เช่น สี สนิม สดท้ายทำการเจรจาต่อรองเพื่อขอคืนสินค้าให้กับซัพพลายเออร์หรือเพื่อแลกกับสินค้าที่มีความต้องการในตลาด ปัจจุบันนำเข้ามาจำหน่ายแทน ผลการดำเนินการในระยะเวลา 10 เดือน พบว่ามีต้นทุนสินค้าคงคลังเฉลี่ยลดลงร้อยละ 38 (วิทยา สุหฤตดำรง และต่อศักดิ์ กิจชัยนุกุล, 2543) การจัดการกระจายสินค้าต้องพิจารณาในภาพรวมของระบบโลจิสติกส์ ในด้านเครือข่ายการปฏิบัติงาน การจัดการกระจายสินค้า ต้องกำหนดคลังสินค้าให้สามารถเชื่อมโยงการปฏิบัติงานเข้ากันอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองเป้าหมายของระบบโลจิสติกส์ จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่กำลังเผชิญอยู่ในการนำเสนอคุณค่า ของสินค้าสู่ลูกค้าหรือองค์กรธุรกิจจะสำเร็จได้เกิดจากระบบการจัดการกระจายสินค้า และกลยุทธ์การจัดการกระจายสินค้า

ขององค์กรที่ดี ดังนั้นต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับ การปฏิบัติงานของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือ อุตสาหกรรมอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการวางแผนที่สำคัญ คือ ต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ลูกค้าสนใจ นำมากำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายการจัดการกระจายสินค้าเป็นสำคัญ กลยุทธ์การกระจายสินค้า จะเป็นผลมาจากการกำหนดกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานโดยในแต่ละอุตสาหกรรมหรือแต่ละผลิตภัณฑ์ มีด้านการกำหนดเครือข่ายของคลังสินค้า และขั้นตอนการกระจายสินค้าที่เหมาะสม การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า (Distribution Requirement Planning: DRP) การกระจายสินค้าควรพิจารณาลักษณะเครือข่ายของคลังสินค้าที่สามารถครอบคลุมลูกค้าใน พื้นที่ต่างๆ ในการจัดการต้องมีวิธีการช่วยในการตัดสินใจ การวางแผน และการควบคุม การ ปฏิบัติงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

2. เพื่อศึกษาการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑลผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ.142 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่เป็นจริง สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ (2536) เรื่องการกระจายสินค้า (Physical Distribution) การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับ

ลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้า และการดำเนินการสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในเวลาที่ถูกต้อง (at the Right Time) และในสถานที่ที่ถูกต้อง (to the Right Place) ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด (at the Least Cost) และในปริมาณที่ถูกต้อง (in the Right Quantity) สอดคล้องกับแลมเบิร์ต (Lambert, Stock & Ellran, 1998) โลจิสติกส์ (Logistics) เป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเคลื่อนย้ายการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้าระหว่างผลิตสินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องดำเนินไปจากแหล่งจัดหาไปสู่จุดบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยต้นทุน ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) การพัฒนาการขนส่งนั้นมุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่งแล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้ประกอบด้วยความเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการต่างๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันต่อความต้องการมีความสดและมีคุณภาพเหมือนกับสินค้าและบริการที่แหล่งผลิต ความการประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องทำให้เกิดการประหยัดใน ต้นทุนการขนส่งและประหยัดใน ราคาค่าบริการ ผู้ประกอบการกิจการขนส่งต้องพยายามให้ต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่ำแล้ว การเรียกเก็บอัตราค่าบริการก็ลดลงด้วยอันจะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียอัตราค่าบริการโดยสารหรือ ค่าระวางด้วย ดังนั้นความประหยัดถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ความปลอดภัยจากการสูญเสียหรือเสียหายของสินค้า ตลอดจนความปลอดภัยของยาน

พาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย สำคัญมากสำหรับระบบการขนส่ง ซึ่งถือได้ว่าผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียและเสียหาย ในทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ หรือความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการ เช่น ยานพาหนะ จะต้องมียุทธศาสตร์อำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) การขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีกำหนด ในการเดินทางที่แน่นอน เชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา มีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง เวลาที่จะออกเดินทางจากต้นทางเวลาที่เดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทาง เวลาที่จะผ่านจุดที่สำคัญ จะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ

3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทางบวก มีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .000 ไม่มีความสัมพันธ์เลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล มีความสัมพันธ์ที่เป็นจริง สอดคล้อง ลิปดา ถนอมทรัพย์ (2551) กับได้ศึกษาการพัฒนาตัวชี้วัดประสิทธิภาพการขนส่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็ก เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะทั่วไป ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็กเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการขนส่งของผู้ประกอบการ

ในอุตสาหกรรมเหล็ก เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพ การขนส่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็ก ส่วนใหญ่ธุรกิจเป็นบริษัท (มหาชน) จำกัด มีเงินลงทุนตั้งแต่ 200 ล้านบาทขึ้นไป มีพนักงานอยู่ระหว่าง 501-1,000 คน มีรถบรรทุกอยู่ระหว่าง 41-60 คัน และมีพนักงานขับรถบรรทุกสินค้าระหว่าง 41-60 คน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็ก ให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพการขนส่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเงินมากที่สุด ส่วนลูกค้าด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้ และการเติบโตอยู่ในระดับมาก เปรียบเทียบประสิทธิภาพการขนส่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเหล็ก จำแนกตามประเภทของกิจการขนาดการลงทุน จำนวนพนักงานของกิจการพบว่า ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน แต่รายได้แตกต่างกัน ในด้านมุมมองการเรียนรู้และการเติบโต สอดคล้องกับชานันต์ กล้าหาญ, ศุภวัศ เลิศชนะพิพัฒน์, สุภารัตน์ สุวรรณโชติ และอารี สิริคงสุข (2559) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่งโลจิสติกส์ของการเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดนครปฐม: คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศึกษาวิเคราะห์วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการขนส่ง และการวิเคราะห์คุณค่ากิจกรรมในกระบวนการขนส่ง ทั้งกระบวนการทำงานและกระบวนการลำเลียง สอดคล้องกับชนิกรณ์ เอี่ยมสกุลรัตน์ (2557) ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ การวางแผนและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ การทำงานด้วยความโปร่งใส การบูรณาการภายใน ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี และการยืดหยุ่นในการทำงานนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคสอดคล้องกับ Phimphe Zamounty (2556) การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมิน

ขีดความสามารถของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนน ในนครหลวงเวียงจันทน์ (สปป.ลาว) จากทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจายสินค้าสรุปได้ว่าการกระจายสินค้า การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับกิจการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้า และการดำเนินการคำสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาและวิจัยเรื่องอิทธิพลของการจัดการลักษณะการกระจายสินค้าและประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเขตปริมณฑล ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ควรให้ความสำคัญด้านการจัดการการกระจายสินค้าโดยการดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า กิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้าและการดำเนินการคำสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจและด้านลักษณะการกระจายสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเขตปริมณฑลการจัดการลักษณะการกระจายสินค้า และประสิทธิภาพการบริการการขนส่งสินค้าโดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในขณะเดียวกันสินค้ามีมาก ต้นทุนสูงและยังไม่ควรนำเข้ามาจำหน่าย ในขณะนี้ซึ่งจะต้องหาทางจำหน่ายออกจากคลังสินค้า

โดยเร็ว เพื่อจะลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า การดูแลรักษา และยังทำให้บริษัทเสียโอกาสในการขายสินค้า รวมถึงยังมีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าเพิ่มมากขึ้นด้วย แนวทางในการแก้ไขปัญหาจะต้องปรึกษาฝ่ายออกแบบเพื่อให้ออกแบบให้มีสินค้าลงในการออกแบบทำการแปรสภาพสินค้าเพื่อประกอบกับอะไหล่ให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่อุปกรณ์มาประกอบและขายรวมกันเป็นชุดใหญ่และให้ทำการตรวจสอบสินค้าตรวจสอบสินค้าเกี่ยวกับอายุการใช้งานของสินค้า และตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ทำการเจรจาต่อรองเพื่อขอคืนสินค้าให้กับซัพพลายเออร์หรือเพื่อแลกกับสินค้าที่มีความต้องการในตลาดปัจจุบันเข้ามาจำหน่ายแทน ผลการดำเนินการมีต้นทุนสินค้าคงคลังเฉลี่ยลดลง

ด้านประสิทธิภาพการบริการขนส่งสินค้าของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อความพึงพอใจให้ลูกค้าในเขตปริมณฑล เกี่ยวกับกิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้าและการดำเนินคำสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในเวลาที่ถูกต้อง และในสถานที่ที่ถูกต้อง ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด และในปริมาณที่ถูกต้อง การขนส่งที่รวดเร็วจะสามารถทำให้สินค้าและบริการต่างๆ ไปสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันความต้องการ มีความสดและคุณภาพเหมือนกับสินค้าและบริการจากแหล่งผลิต ด้วยความการประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวุฒิ วิทา. (2552) การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศ
กรณีศึกษาพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ธนาณัติ กล้าหาญ ศุภวิสัยเลิศชนะพัฒน์ สุดารัตน์ สุวรรณโชติ และอารี สิริคงสุข (2559) **การวิเคราะห์ต้นทุน
 การขนส่งโลจิสติกส์ของการเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดนครปฐม.** คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ
 โลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิรณธ์ เอี่ยมสกุลรัตน์. (2557). **ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
 ของผู้บริโภค.** คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. (2536). **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการช่อง
 ทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.** นนทบุรี. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัย
 ธรรมาธิราช.
- ลิปดา ถนอมทรัพย์. (2551). **การพัฒนาตัวชี้วัดประสิทธิภาพการขนส่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
 เหล็ก.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วิทยา สุทธิพิตร และต่อศักดิ์ กิจชัยนุกูล. (2543). การกระจายสินค้า: เส้นทาง การนำคุณค่าสู่ลูกค้า. *Industri
 Technology Review*, 7(78), 121-124
- สำนักผังเมือง กองนโยบายและแผนงาน (2559) **กรณีศึกษา: การค้าปลีกในกรุงเทพมหานครสมาคมผู้ค้าปลีกไทย.**
 (2560). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ <https://www.prachachat.net/uncategorized/news-16387>
- อร่าม พิมพ์ผกา, ศักดิ์ชาย รักการ, ปพน สีหอมชัยและอนัญญา จินดาวัฒน์ (2557) **ศึกษาการลดต้นทุน
 สินค้าคงคลัง: กรณีศึกษา บริษัทติดตั้งและจำหน่ายระบบดับเพลิง หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์มหา
 บัณฑิต.** การจัดการงานวิศวกรรมบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 เกษมบัณฑิต.
- Phimpho Zamounty. (2556). **การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินขีดความสามารถ ของผู้ประกอบการขนส่ง
 สินค้าทางถนน ในนครหลวงเวียงจันทน์ (สปป.ลาว).** การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหา
 บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์ คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ambert, D. M., Stock, J.R., & Ellran, L. M. (1998). **Supply chain and logistics.** Management:
 McGraw-Hill.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). **Research in education** (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer
 expectations of service. *Journal of the academy of marketing science*, 21(1), 1-12.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service
 quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.