

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทางโลจิสติกส์ในการกระจายสินค้าเครื่องมือผ่าตัดใหญ่ในประเทศไทย” ซึ่งในแนวทางการศึกษาเรื่องดังกล่าวนี้ มีการมุ่งเน้นศึกษาในแต่ละทศวรรษที่ต่างกันไปในแง่มุมมองทางด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น ด้านวิศวกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งแต่ละด้านดังกล่าวจะมีมุมมองที่ต่างกัน ซึ่งอาจทำให้วิธีการ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ออกมาอาจต่างกันด้วย แต่ถึงอย่างไรก็ดี ในการมองในแง่มุมที่ต่างกันเหล่านี้ น่าจะเป็นประโยชน์ที่จะทำให้เข้าใจเรื่องโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวางได้ถ่องแท้มากยิ่งขึ้น สำหรับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) ทฤษฎีและแนวคิดการศึกษาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 2) ความพึงพอใจ 3) คุณภาพการบริการทางโลจิสติกส์ 4) ทฤษฎีทางด้านเศรษฐมิติ และ 5) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

คำว่า “โลจิสติกส์” และ “ห่วงโซ่อุปทาน” อาจกล่าวได้ว่ามีความหมายแทบจะแยกกันไม่ออก แต่มีความแตกต่างกันอยู่ โดยมีความหมายพอสังเขปดังนี้

2.1.1 โลจิสติกส์

โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายทั้งไปและกลับ (Forward and Reverse Logistics) โดยครอบคลุมถึงการเก็บรักษาสินค้า การให้บริการ และการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่อุปสงค์สุดท้ายของการบริโภค (ค่านายอภิปรัชญาสกุล, 2546)

นอกจากนี้โลจิสติกส์ยังหมายถึงการจัดการลำเลียงสินค้าเพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายโดยรวมในการกระจายสินค้าต่ำที่สุด โดยกิจกรรมดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและไปสิ้นสุดในจุดที่มีการบริโภคสินค้านั้น หรือเป็นกระบวนการในการจัดการวางแผน การจัดสายงานและควบคุมกิจกรรมทั้งในส่วนที่มีการเคลื่อนย้ายและไม่มีการเคลื่อนย้ายเพื่อการอำนวยความสะดวกของกระบวนการไหลของสินค้า การจัดการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ ข้อมูล การเงินระหว่าง

ผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งภายในและภายนอก และเกี่ยวข้องกับกาที่สินค้าถูกส่งกลับคืน โดยปัจจุบัน ความรู้ทางด้านนี้เป็นศาสตร์ในการวางแผนและจัดการหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการ ในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็น โครงสร้างการวางแผนทางธุรกิจสำหรับการบริหารจัดการกับวัตถุดิบบริการการไหลของข้อมูล และเงินทุน (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2547)

จากที่กล่าวมาในขั้นต้นจะเห็นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในขอบข่ายการกระบวนการ โลจิสติกส์ประกอบด้วย งานบริการลูกค้า การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของโรงงาน คลังสินค้า การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์ การจัดซื้อจัดหา การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ การดำเนินการกับคำสั่งซื้อ การออกแบบ การพัฒนา การ เก็บรักษา การบำรุงรักษา การกระจาย การขนถ่าย การควบคุมทางวัตถุ การก่อสร้าง การดำเนินงาน การนำเสนอ การควบคุมที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การควบคุมค่าใช้จ่าย การควบคุมสินค้า สำเร็จรูป การจัดการ โลจิสติกส์ย้อนกลับ (อาทิเช่น การจัดการสินค้าคืน) การจัดการกับช่องทางจัด จำหน่าย การจัดการการจราจรและการขนส่ง การจัดการกิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2547)

ดังนั้นอาจจะสรุปได้ว่ากิจกรรมด้าน โลจิสติกส์แบ่งออกได้เป็นกิจกรรมต่าง ๆ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) กิจกรรมหลักและ 2) กิจกรรมสนับสนุน ดังนี้ (กระทรวงคมนาคม, 2548)

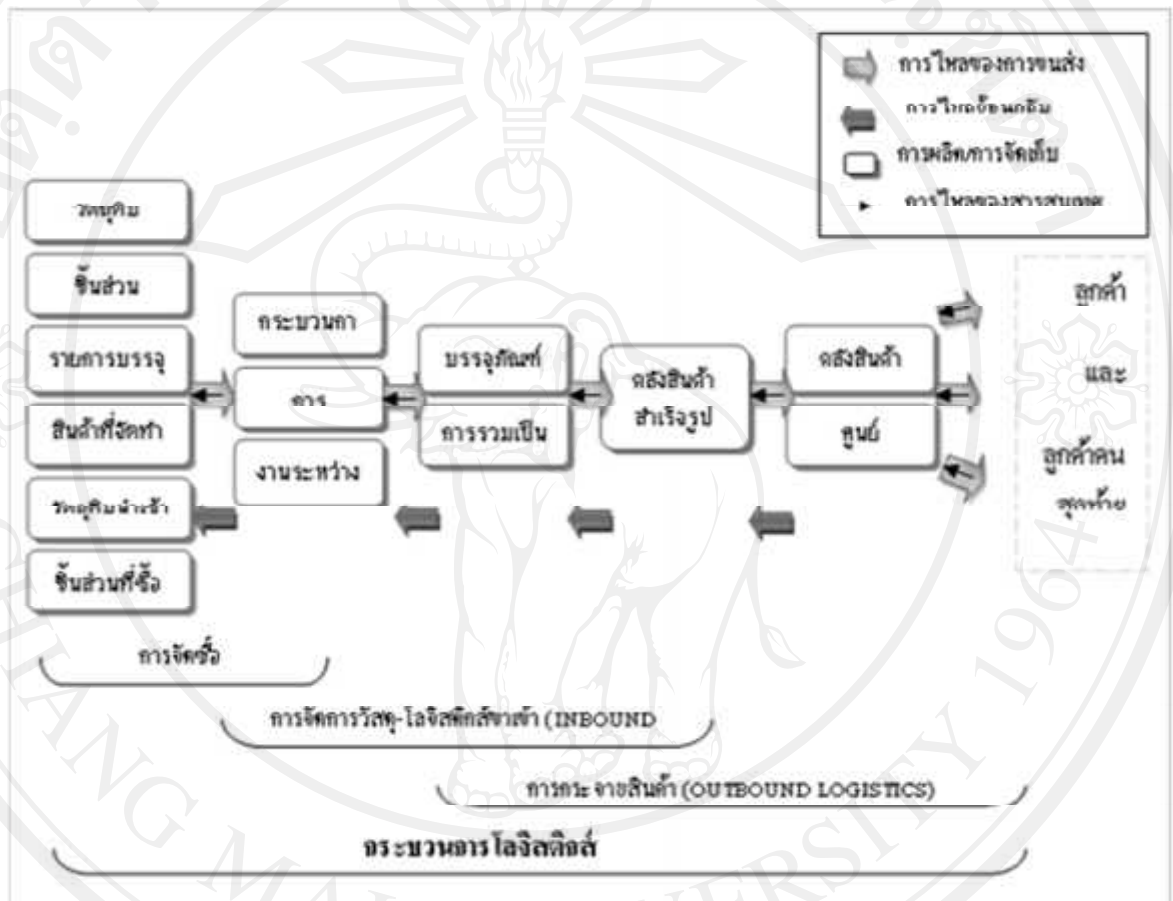
กิจกรรมหลัก (Main Activities) ได้แก่

- ระบบการขนส่ง (Transportation)
- การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
- ขบวนการสั่งซื้อ (Order Processing)
- การจัดการด้านข้อมูล (Information Management)
- การจัดการด้านการเงิน (Financial Management)

กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ได้แก่

- การบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management)
- การจัดการควบคุมวัสดุในการผลิต (Material Handling)
- การจัดซื้อ (Purchasing)
- การบรรจุหีบห่อ (Packaging)
- การบริหารความต้องการของสินค้า (Demand Management)

โลจิสติกส์สามารถแบ่งกระบวนการหลัก ๆ ได้ 3 กระบวนการ คือ 1) การจัดซื้อ 2) การจัดการวัสดุขาเข้า (Inbound Logistics) 3) การกระจายสินค้า (Outbound Logistics) โดยทุกกิจกรรมต้องทำงานอย่างต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันเป็นกระบวนการ ซึ่งจะควบคุมการไหลของวัสดุและสินค้าผ่านกิจกรรมโลจิสติกส์จากผู้ขายปัจจัยการผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กระบวนการด้านโลจิสติกส์

ที่มา: Bowersox and Closs (1996)

นอกจากนี้แล้วกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ยังมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจหลายแนวทาง ดังนี้ (ยูทซศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2550)

1. ช่วยให้ธุรกิจเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการด้านโลจิสติกส์และจัดการห่วงโซ่อุปทาน
2. ทำให้ธุรกิจปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญในการสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ

3. ช่วยเพิ่มอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่สำหรับลูกค้า เมื่อต้องการบริโภคหรือนำไปใช้ผลิตด้วยต้นทุนที่ธุรกิจกำหนดไว้

4. ช่วยลดระยะเวลาดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยให้กระบวนการผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ช่วยเสริมสร้างอำนาจแข่งขันของธุรกิจเข้าด้วยกันให้เกิดการประสานงานกันต่อเนื่องในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

เนื่องจากในการติดต่อสื่อสาร การบริการลูกค้า การสั่งซื้อ การคาดการณ์ความต้องการ การจัดซื้อ หรือแม้กระทั่งการบริหารสินค้าคงคลัง ฯลฯ กิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้ล้วนแล้วเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการโลจิสติกส์ ซึ่งการบริหารจัดการกิจกรรมเหล่านี้ที่ดีก็เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าซึ่งสำคัญที่สุด และยึดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักสำคัญ สำหรับการวัดผลในกิจกรรมดังกล่าวเป็นการทำทุกวิถีทางเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจทั้งทางด้านการผลิตต้นทุน การเพิ่มความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอความหลากหลายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์ของลูกค้าที่แตกต่างกันได้นั่นเอง (กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุฒิ และคณะ, 2546)

2.1.2 ห่วงโซ่อุปทาน

หมายถึง กิจกรรมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการจัดซื้อกับการตลาดในการค้ายุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นการค้าไร้พรมแดน ซึ่งแตกต่างจากโลจิสติกส์ในภาวหน้าที่อาณาบริเวณของตลาด โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการผลิตและมีเป้าหมายที่ชัดเจน เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือ ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการที่ช่วยสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการที่นำมาซึ่งความสามารถการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไป (Handfield & Nichols, 2009)



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างพื้นฐานของห่วงโซ่อุปทาน
ที่มา: พลอยพิม ศัลยพงษ์ (2550)

กิจกรรมภายในห่วงโซ่อุปทานจะแตกต่างกันไปในแต่ละส่วนของห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานในแต่ละส่วนในการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะประกอบไปด้วยกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม ดังนี้ (ปวีณา เชาวลิทวงศ์, 2548)

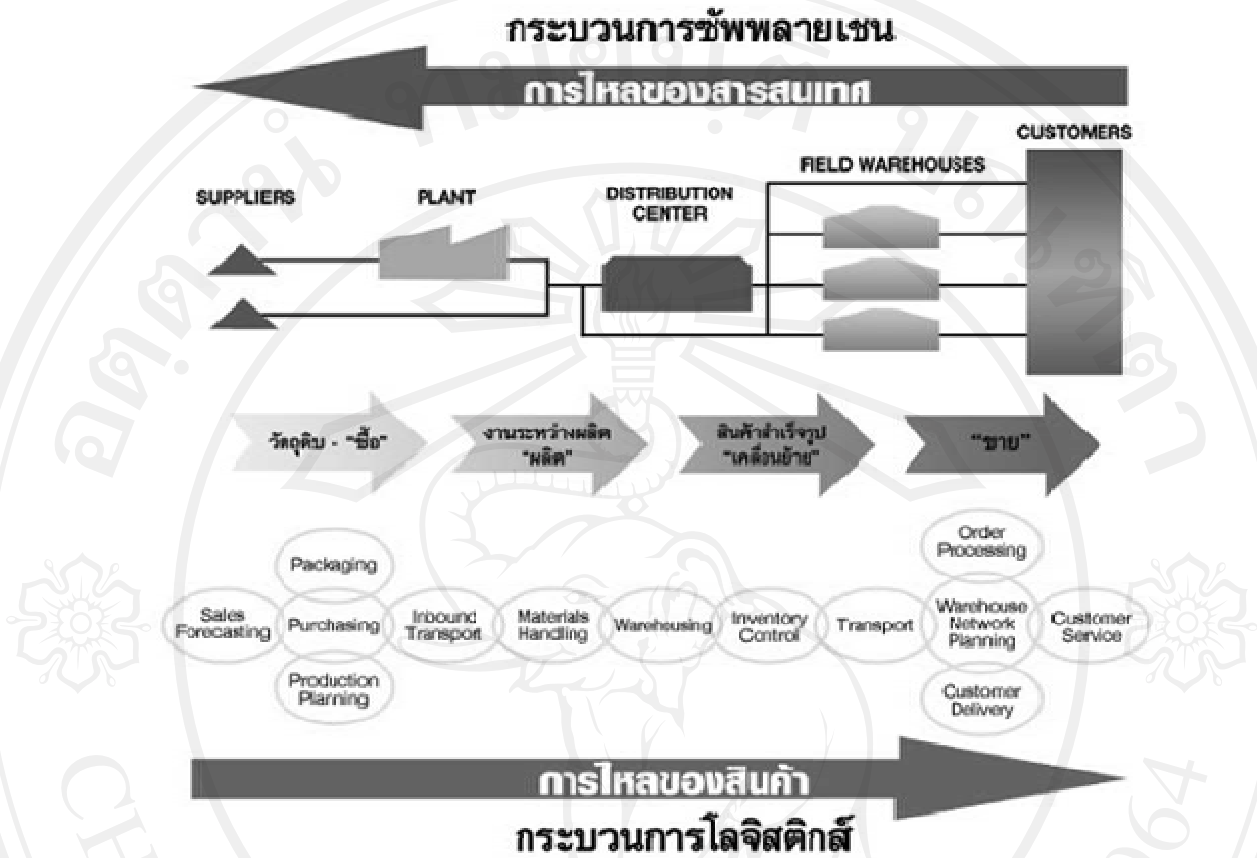
- การจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมเพื่อการจัดหาวัตถุดิบเพื่อป้อนเข้าสู่หน่วยต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะส่งผลต่อการผลิตในแง่ของต้นทุนและคุณภาพในการผลิต โดยในการจัดหาวัตถุดิบจะต้องตรงความต้องการของหน่วยต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทาน มีราคาที่เหมาะสม แหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ และจัดหาได้ในระยะเวลาที่กำหนด เป็นต้น

- การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมที่ส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิต เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีส่วนในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ในแง่ของการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังส่วนต่าง ๆ

- การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าจากหน่วยหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานไปยังอีกหน่วยหนึ่ง

- การจัดเก็บ (Warehousing) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ ประกอบไปด้วย การแบ่งแยก การจัดประเภท การแบ่งบรรจุ การคัดเลือก การปิดฉลาก เป็นต้น โดยเกี่ยวข้องในเรื่องของการประหยัดต้นทุนการผลิตเมื่อผลิตมาก ๆ และการรองรับความต้องการลูกค้าที่ไม่คงที่อีกด้วย

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้รวมถึง โรงงาน ทุกฝ่าย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดส่งสินค้า หรือการบริการจากผู้ขายปัจจัยการผลิต (ผู้ขายของผู้ขาย) ลูกค้า (ลูกค้าของลูกค้า) ซึ่งปัญหาหลักที่ก่อให้เกิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ สินค้าคงคลัง เพราะมีไว้เพื่อรองรับความไม่แน่นอนในห่วงโซ่อุปทาน การปรับปรุงพัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับสินค้าที่ต้องการ ในเวลาที่ถูกต้อง และมีปริมาณตามที่กำหนดไว้ โดยเสียค่าใช้จ่ายรวมตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ต่ำ ซึ่งจะมีผลให้องค์การธุรกิจ หมุนเวียนเงินสดได้รวดเร็ว มีกำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งตัวลูกค้า และธุรกิจ ดังแสดงในภาพที่ 2.3 (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2547)



ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทาน

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างโลจิสติกส์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โลจิสติกส์จะควบคุมการไหลของวัสดุ และสินค้าผ่านกิจกรรมโลจิสติกส์ต่าง ๆ จากผู้ขายปัจจัยการผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ส่วนการจัดการห่วงโซ่อุปทานมักจะเน้นการไหลของสารสนเทศย้อนกลับจากผู้บริโภคคนสุดท้ายมายังผู้ขายปัจจัยการผลิต กล่าวคือโลจิสติกส์เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับองค์กรต่าง ๆ โดยตรง ซึ่งจะไม่มีความเสี่ยงหรือเอกสารที่ยุ่งยากมากนัก ส่วนห่วงโซ่อุปทานเป็นการทำงานร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ที่มีกฎเกณฑ์แตกต่างกัน จึงต้องมีข้อตกลงที่ซับซ้อนระหว่างองค์กรเกิดขึ้น เช่น รายการสินค้า ราคา คุณภาพ การเก็บเงิน การตรวจสอบข้อกำหนดระหว่างองค์กร โดยกิจกรรมต่าง ๆ นั้นจะมีการขับเคลื่อนเป็นแบบพลวัต เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานเป็นห่วงโซ่ที่เป็นปฏิสัมพันธ์กันแบบบูรณาการอย่างแท้จริง จะเห็นได้ว่า หน้าที่หลักของโลจิสติกส์จึงเป็นกระบวนการที่มีกิจกรรมที่เน้นการส่งต่อของสินค้าและบริการ จึงเป็นกิจกรรมที่เน้นเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย (Moving) การให้ ได้มาซึ่งวัตถุดิบและการ

กระจายซึ่งสินค้าและบริการจนถึงผู้รับหน่วยสุดท้าย โดยทั้งโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานก็ล้วนมีไว้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดและเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน (Core Competency) ดังนั้นทางโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานจะมีความสัมพันธ์กันและโดยข้อเท็จจริงก็ยากที่จะแยกจากกัน (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2547; ธนิต โสรัตน์, 2550)

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เนื่องจากความพึงพอใจเป็นเรื่องที่มีความหมายอย่างกว้างขวาง จึงได้มีผู้ให้คำนิยามของความพึงพอใจไว้หลาย ๆ ด้าน ดังนี้

ความพึงพอใจหรือความพอใจ หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น (Morse, 1953)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีก็就会有ความพึงพอใจมาก ในทางกลับกันอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวัง โดยขึ้นอยู่กับความตั้งใจในสิ่งนั้นๆ ว่าจะมีมากหรือน้อยแค่ไหนนั่นเอง (วิรุฬ พรรณเทวี, 2542)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีคุณภาพ (คมิต ดวงหัตถ์, 2537)

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น (Good, 1973)

ความพึงพอใจ หมายถึง การลดความเครียดของผู้ทำงานให้น้อยลง ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลงความพอใจจะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พอใจจะเกิดขึ้น (Morse, 1953)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามหน่วยงานหรือองค์กร (Strauss and Sayless, 1960)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความสุข ความสบายที่ได้รับจากการทำงาน ความสุขที่ได้รับจากการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานและทัศนคติที่ดีต่องาน (Applewhite, 1997)

ความพึงพอใจ เป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึก ในด้านบวกหรือลบของคนที่มีต่อลักษณะต่าง ๆ ของงาน รวมทั้งงานที่ได้รับมอบหมาย การจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Schermerhorn, 1984)

ความพึงพอใจกับทัศนคติ เป็นคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันมากจนสามารถใช้แทนกันได้โดยให้คำอธิบายความหมายของทั้งสองคำนี้ว่า หมายถึง ผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ (Vroom, 1990)

จากแนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ยังเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

1) การกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจ

สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจสามารถเกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (คณิต ดวงหัตถ์, 2537)

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ
2. สภาวะทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนอง ความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจและสภาวะการเป็นอยู่ร่วมกัน เป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

2) การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจ เป็นเรื่องที่เปรียบเทียบได้กับความเข้าใจทั่ว ๆ ไป ซึ่งปกติจะวัดได้โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถาม มีเครื่องมือที่ต้องการจะใช้ในการวิจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ตามวิธีที่ดีที่สุดแม้ว่าจะมีการวัดอยู่หลายแนวทางแต่การศึกษาความพึงพอใจอาจแยกตามแนวทางวัดได้ 2 แนวคิดดังนี้ (หทัยรัตน์ ประทุมสูตร, 2542)

1. วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล เช่น ที่ทำงาน ที่บ้านและทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิต การศึกษาตามแนวทางนี้จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการที่จะวัดและเปรียบเทียบ

2. วัดได้โดยแยกออกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงาน การนิเทศงานเกี่ยวกับนายจ้าง

ดังนั้น จากความพึงพอใจที่อาจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น แต่ถ้าหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการอาจทำได้ดังนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534)

1. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

2. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลาย โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือ จากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้ เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ เป็นต้น

3. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

อย่างไรก็ดี การวัดความพึงพอใจต่อบริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ซึ่งในการเลือกใช้วิธีใดๆจะต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ความสะดวก จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้มากที่สุด

3) การใช้ประโยชน์จากทฤษฎีความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารมีจุดกำเนิดมาจากสภาวะทางจิตใจและสังคมที่มาจากความต้องการ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งสารอื่น ซึ่งนำไปสู่รูปแบบต่าง ๆ ของการมีโอกาสดูสารจากผู้รับสารจากสื่อมวลชนและก่อให้เกิดผลที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสาร อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ผ่อนคลายความเครียด ค้นหาความรู้หรือเอาประโยชน์ใดประโยชน์หนึ่ง เป็นการศึกษา กระบวนการรับสารซึ่งมีความแตกต่างไปจากการศึกษาในอดีตที่เน้นศึกษาเรื่องอิทธิพล ของสื่อมวลชนต่อผู้รับสาร วิธีการนี้เป็นการศึกษาว่าผู้รับสารใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหา ความพึงพอใจเพื่อบรรลุความต้องการของตน (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1983) ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อหรือผู้รับสารมี ดังนี้ (Katz et al., 1983)

1. สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (Social and Psychological Origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป
2. ความต้องการและความคาดหวังการใช้สื่อของผู้รับสาร (Need Expectation of the Mass Media) ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนอง ความพึงพอใจได้แตกต่างกัน

แนวทางการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจให้ความหมาย สำคัญกับการเลือก การรับรู้ และการตอบสนองต่อสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก หัวใจสำคัญ ของข้อตกลงพื้นฐานตามทฤษฎีนี้คือ ผู้รับสารรู้ตัวอยู่เสมอและเป็นผู้เลือกสรรช่องทาง และเนื้อหาที่ต้องการด้วยตนเอง (McQuail, 1994)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการศึกษาที่เน้นเรื่องความสำคัญ ของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนเองต้องการอะไร และสารอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ดังนั้น ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (Katz et al., 1983)

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น มนุษย์มีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้น เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำอย่างไรเป้าหมายหากเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ แน่แน่นอน หรือเรียกว่า Goal-oriented Activity โดยผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งทิศทางที่บุคคลเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นเกิดจากความต้องการของบุคคลเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูก

แปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่ผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

2.3 ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ในแง่แนวคิดทางวิชาการ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น โดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยถ้าหากผู้รับบริการได้รับการบริการตามที่คาดหวังแล้ว จึงจะกล่าวได้ว่าการบริการมีคุณภาพ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1988) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทางด้านคุณภาพหลายท่านได้ให้ความหมายซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

คุณภาพ (Quality) คือ “คุณสมบัติต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัว สินค้าเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยังต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของพนักงาน ด้วย ต้องจัดสถานะของการทำงานให้ผู้ทำงานมีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจ ทั้งไม่มีมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และต้องทำได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำ” (เกษม พิพัฒน์ปัญญาคุณ, 2541 หน้า 1)

คุณภาพ คือ “ลักษณะความดี ลักษณะประจำตัวบุคคล หรือสิ่งของ กล่าวคือเน้นระบบและการบริการคุณภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งลักษณะประจำของสิ่งของ (สินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการ) กับเน้นระบบ บริหารทรัพยากรบุคคล” (ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และคณะ, 2545 หน้า 22)

คุณภาพ หมายถึง สถานะหรือสภาวะที่แสดงออกถึงคุณลักษณะหรือประโยชน์ซึ่งมักใช้ความพึงพอใจหรือความประทับใจเป็นตัววัด ซึ่งมีลักษณะการวัดแบบอัตวิสัย (สุรชาติ ณ หนองคาย, 2543)

เราสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพเป็นสิ่งที่ยากที่จะกำหนดความหมายที่ชัดเจนได้ อย่างไรก็ตามหลังจากการวิเคราะห์นิยามที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดจากหลายแห่งด้วยกัน เราสามารถหาข้อมูลข่าวสารสรุปได้ว่าขึ้นกับผู้รับบริการนั้นๆ จะเป็นผู้ตัดสินว่าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นไปตามที่ความต้องการหรือคาดหวังหรือไม่

1) การวัดคุณภาพการบริการ

เป็นการชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ นั่นคือการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

โดยใช้ตัววัดที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งตัววัดดังกล่าวได้รับความนิยมนำมาใช้ในการศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้

ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้บริการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

Ziethaml, Parasuraman, and Berry (1988) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายในอุตสาหกรรมบริการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

โดยที่พัฒนาขึ้นมาในช่วงเริ่มต้นประกอบไปด้วยตัวแปรหลัก 10 ตัวแปร เพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1988)

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์กรที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยอ่อนน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหา ต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ โดย SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ 5 มิติหลัก ประกอบด้วย (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1988; Lovelock, 1996)

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่หรือทำเลที่ตั้งของผู้จำหน่าย บุคลิกภาพภายนอกของบุคลากรที่มีลักษณะที่ดี ความทันสมัยของสินค้าที่จำหน่าย เอกสารและเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งสภาพแวดล้อมของสถานที่จำหน่าย ที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

สำหรับความเชื่อถือไว้วางใจได้ในกิจกรรมโลจิสติกส์นั้น อาจจะเป็นความพึงพอใจในด้านการส่งคำสั่งซื้อตามเวลาที่ตกลงไว้ ด้านการสอดคล้องระหว่างช่วงเวลาการตั้งชื่อจนถึงเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (Lead Time) ด้านความสามารถให้บริการในครั้งแรกที่ถูกต้อง ด้านความถูกต้องในการจัดการคำสั่งซื้อ ด้านการส่งสินค้าในสภาพที่ดีไม่เสียหาย และด้านการจัดการใบแจ้งหนี้เกี่ยวกับคำสั่งซื้อสินค้า เป็นต้น (Karpuzcu, 2006)

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

สำหรับการตอบสนองต่อลูกค้าในกิจกรรมโลจิสติกส์นั้น อาจจะเป็นความพึงพอใจในด้านการจัดส่งสินค้าได้ตามคำสั่งที่ลูกค้าต้องการ ด้านการตอบสนองต่อคำสั่งที่ไม่คาดคิดหรือเร่งด่วนได้ และด้านความเต็มใจในการตอบสนองลูกค้า เป็นต้น รวมไปถึงความยืดหยุ่นและความสะดวกในการดำเนินการให้บริการแก่ลูกค้า อาทิเช่น ความยืดหยุ่นและความสะดวกในการจัดวางสินค้า ความยืดหยุ่นและความสะดวกในวิธีการชำระเงิน และความยืดหยุ่นของสภาพการชำระเงิน เป็นต้น (Karpuzcu, 2006)

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

สำหรับความเชื่อมั่นต่อลูกค้าในกิจกรรมโลจิสติกส์นั้น อาจจะเป็นความพึงพอใจในด้านความสะดวกและรวดเร็วในการให้ข้อมูลตอบกลับ ด้านเงื่อนไขการขายที่สะดวก และด้านความรู้ที่มั่นใจโดยทั่วไปในผู้จัดจำหน่าย เป็นต้น (Karpuzcu, 2006)

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

สำหรับการรู้จักและเข้าใจลูกค้าในกิจกรรมโลจิสติกส์นั้น อาจรวมถึงความพึงพอใจในด้านความเป็นธรรมในการแจกจ่ายของในคลังสินค้าตามคำสั่งซื้อ (กรณีเกิดความขาดแคลนของสินค้า) ด้านการเสนอแนะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ตรงจุด หรือด้านคุณภาพการติดต่อสื่อสารของบุคลากรในบริษัทผู้จัดจำหน่าย อาทิเช่น ความรู้ในการติดต่อสื่อสารของพนักงาน มารยาทในการติดต่อสื่อสารของพนักงาน การให้ข้อมูลของบุคลากรที่แม่นยำในด้านระยะเวลาการให้บริการหรือการจัดส่ง และการให้ความรู้ชัดเจนเป็นที่เข้าใจได้ง่ายของพนักงานในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น (Karpuzcu, 2006)

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยหลักที่ใช้วัดคุณภาพการบริการและปัจจัยที่สังเกตได้สำหรับกิจกรรมบริการด้านโลจิสติกส์

ปัจจัยหลักที่ใช้วัดคุณภาพด้านบริการ	ปัจจัยที่สังเกตได้สำหรับกิจกรรมบริการด้านโลจิสติกส์
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)	<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่หรือทำเลที่ตั้งของผู้จัดจำหน่าย ● สภาพแวดล้อมของสถานที่จัดจำหน่าย ● บุคลิกภาพภายนอกบุคลากรของผู้จัดจำหน่าย ● ความทันสมัยของสินค้าที่จัดจำหน่าย ● เอกสารและเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักที่ใช้วัดคุณภาพด้านบริการ	ปัจจัยที่สังเกตได้สำหรับกิจกรรมบริการด้าน โลจิสติกส์
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"> ● การส่งคำสั่งซื้อในเวลาตามที่ตกลงไว้ ● การสอดคล้องตรงกันกับช่วงเวลาการสั่งซื้อ จนถึงเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (Lead time) ● ความสามารถในการให้บริการในครั้งแรกที่ถูกต้อง ● ความถูกต้องในการส่งคำสั่งซื้อ ● การส่งสินค้าในสภาพที่ดีไม่เสียหาย ● การจัดการใบแจ้งหนี้เกี่ยวกับคำสั่งซื้อ
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> ● ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ● การตอบสนองคำสั่งที่ไม่คาดคิดหรือเร่งด่วน ● ความเต็มใจในการตอบสนองลูกค้า ● ความยืดหยุ่นและความสะดวกในการดำเนินการให้บริการ เช่น การจัดวางสินค้า วิธีการชำระเงิน และสภาพการชำระเงิน
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> ● ความสะดวกและรวดเร็วในการให้ข้อมูลตอบกลับ ● เงื่อนไขการขายที่สะดวก ● ความรู้สึกมั่นใจโดยทั่วไปในผู้จัดจำหน่าย
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)	<ul style="list-style-type: none"> ● ความเป็นธรรมชาติการแจกจ่ายของในคลังสินค้าตามคำสั่งซื้อ ● การเสนอแนะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่ตรงจุด ● ความรู้ในการติดต่อสื่อสารของบุคลากร ● มารยาทในการติดต่อสื่อสารของบุคลากร ● การให้ข้อมูลของบุคลากรที่แม่นยำในด้านระยะเวลาการให้บริการ และการจัดส่ง ● การให้ความรู้ชัดเจนเป็นที่เข้าใจง่ายของพนักงานในการติดต่อสื่อสาร

ที่มา : Zeithaml, Parasuraman and Berry (1988); Karpuzcu (2006); Lovelock (1996)

2.4 ทฤษฎีทางด้านเศรษฐมิติ

แบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometric Models) เป็นแบบจำลองที่เป็นการผสมผสานวิชาเศรษฐศาสตร์ สถิติ และคณิตศาสตร์เข้าด้วยกัน จากนั้นนำไปกำหนดค่าหรือสร้างความสัมพันธ์ทั้งหลายขึ้นมา โดยการสร้างสมการทางคณิตศาสตร์อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเศรษฐกิจในรูปแบบที่ควรจะเป็น และสามารถนำไปใช้คาดคะเนหรือประมาณการณ์ เหตุการณ์ในอนาคตได้ โดยอาศัยวิธีการทางสถิติและเครื่องคอมพิวเตอร์ ในการกำหนดค่าของตัวที่ต้องการคาดคะเน (สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545)

2.4.1 แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

เป็นแบบจำลองที่ตัวแปรตาม (Dependent variable: Y) มีสองค่า คือ 0 กับ 1 ในขณะที่ตัวแปรต้น (Independent Variable: X) จะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous) หรือตัวแปรที่มีสองค่า (Dummy) ก็ได้ แบบจำลองนี้ยังใช้ได้หากค่า Y มีมากกว่าสองค่าซึ่งจะเรียกว่า Multinomial Logit (Greene, 1997 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2549)

จากแบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้นที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งมีข้อบกพร่องค่อนข้างมากโดยเฉพาะที่จะทำให้ค่าประมาณความน่าจะเป็นอยู่ในช่วง 0 ถึง 1 เท่านั้น เราจึงนำแบบจำลองโลจิท (Logit Model) มาใช้ในการประมาณค่าแทน ซึ่งได้ค่าประมาณของตัวแปรตามอยู่ในช่วง 0-1 แบบจำลองโลจิทนี้เป็นอีกแบบจำลองหนึ่งซึ่งมีคุณสมบัติคล้าย ๆ กับแบบจำลองโพรบิท ต่างกันแต่เพียงข้อสมมติเกี่ยวกับลักษณะการแจกแจงของตัวตลาดเคลื่อน u เท่านั้น (Greene, 1997 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2549)

จากการแจกแจงแบบโลจิสติกส์ (Logistic Distribution)

$$\begin{aligned} \text{prob}(Y = 1) &= \frac{e^{\beta'x}}{1 + e^{\beta'x}} \\ &= \Lambda(\beta'x) \end{aligned} \quad (2.1)$$

โดยที่ $\Lambda(\cdot)$ คือ ฟังก์ชันการแจกแจงสะสมแบบโลจิสติกส์ (Logistic Cumulative Distribution Function) และ $\beta' = l \times k$ เวกเตอร์ของพารามิเตอร์

จากแบบจำลองความน่าจะเป็น (Probability Model)

$$E(y|x) = 0[1 - F(\beta'x)] + 1[F(\beta'x)] \quad (2.2)$$

เราจะได้ว่า

$$\begin{aligned}\frac{\partial E(y|x)}{\partial x} &= \left\{ \frac{dF(\beta'x)}{d(\beta'x)} \right\} \beta \\ &= f(\beta'x)\beta\end{aligned}\quad (2.3)$$

โดยที่ $f(\cdot)$ ฟังก์ชันความหนาแน่น (Density Function) ซึ่งสอดคล้องกับฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (Cumulative Distribution) $F(\cdot)$ สำหรับการแจกแจงแบบโลจิสติกส์ (Logistic Distribution)

$$\begin{aligned}\frac{d \wedge(\beta'x)}{d(\beta'x)} &= \frac{e^{\beta'x}}{(1+e^{\beta'x})^2} \\ &= \wedge(\beta'x)[1-\wedge(\beta'x)]\end{aligned}\quad (2.4)$$

เพราะฉะนั้นในแบบจำลองโลจิสติก จะได้ว่า

$$\frac{\partial E[y|x]}{\partial x} = \wedge(\beta'x)[1-\wedge(\beta'x)]\beta \quad (2.5)$$

(Greene, 1997 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2549)

สำหรับตัวประมาณค่า Berndt, Hall, Hall และ Huasman (1974) นั้น ในกรณีของแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) (ซึ่งแตกต่างจากกรณีของแบบจำลองโพรบิต (Probit Model))

$$B = \sum_i (y_i - \wedge_i)^2 x_i x_i' \quad (2.6)$$

โดยที่ B เป็นการคำนวณเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมเกี่ยวเชิงเส้นกำกับ (Asymptotic Covariance Matrix) วิธีหนึ่ง

$$\text{จาก } \hat{f} = \hat{\wedge}(1-\hat{\wedge}) \quad \text{โดยที่ } \hat{f} = f(\hat{\beta}'x) \quad \text{และ } \hat{\wedge} = \wedge(\hat{\beta}'x)$$

$$\text{จะได้ } \frac{d\hat{f}}{dz} = (1-2\hat{\wedge}) \left(\frac{d\hat{\wedge}}{dz} \right) = (1-2\hat{\wedge}) \hat{\wedge}(1-\hat{\wedge}) \quad (2.7)$$

$$\text{โดยที่ } z = x'\hat{\beta}$$

เมื่อจัดพจน์ (Terms) ต่างๆ เข้าด้วยกันจะได้

$$\text{Asy. var}[\hat{y}] = [\wedge(1-\wedge)]^2 [I + (1-2\wedge)\beta x'] v [I + (1-2\wedge)x\beta'] \quad (2.8)$$

(Greene, 1997 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2549)

2.4.2 แบบจำลองโพรบิท (Probit Model)

แบบจำลองโพรบิท (Probit Model) คือ แบบจำลองหนึ่งที่เป็นทางเลือกสำหรับการนำมาใช้แทนแบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้น เพราะไม่มีจุดอ่อนเหมือนกับแบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้น ซึ่งจะสังเกตได้จากสมการดังนี้ (อารี วิบูลย์พงศ์, 2549)

$$\begin{aligned} y_i^* &= \beta_1 + \beta_2 x_{i2} + u_i \\ &= x_i' \beta + u_i \end{aligned} \quad (2.9)$$

เมื่อ y_i^* ไม่สามารถสังเกตได้นั้น

ในขณะที่ $y = \begin{cases} 0 \\ 1 \end{cases}$ ซึ่งจะเป็นค่าที่สังเกตได้จาก $y_i^* > 0$

$$p(y_i = 1 | x_i) = G(x_i, \beta) \quad (2.10)$$

สมการ $G(x_i, \beta)$ ควรจะมีค่าระหว่าง (0,1) เท่านั้น ซึ่งหากำหนดให้ $G(x_i, \beta) = F(x_i, \beta)$ และ $F(x_i, \beta)$ ก็ควรมีค่าระหว่าง (0,1) เช่นกัน ถ้าเลือกการแจกแจงของ $F(x_i, \beta)$ ให้อยู่ในรูปของการแจกแจงปกติมาตรฐาน (Standard Normal) ทั้งนี้ฟังก์ชัน $F(x_i, \beta)$ จะสามารถเขียนได้ดังนี้

$$F(x_i, \beta) = F(w) = \Phi(w) = \int_{-\infty}^w \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{1}{2}u_i^2\right) du \quad (2.11)$$

โดยที่ Φ คือ Cumulative Distribution Function (CDF) of Standard Normal Distribution

จากสมการข้างต้นนี้เรียกว่า แบบจำลองโพรบิท (Probit Model) ซึ่งคำว่า Probit นั้นย่อมาจากคำว่า Probability และมี CDF ดังสมการ

$$\begin{aligned} E(y_i | x_i) &= 1 \cdot p(y_i = 1 | x_i) + 0 \cdot p(y_i = 0 | x_i) \\ &= p(y_i = 1 | x_i) = x_i' \beta \end{aligned} \quad (2.12)$$

โดยที่ p คือความน่าจะเป็นที่ $y_i = 1$

$1-p$ คือความน่าจะเป็นที่ $y_i = 0$

ในกรณีที่เลือกการแจกแจงให้สมการ

$$F(x_i, \beta) = F(w) = \Phi(w) = \int_{-\infty}^w \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{1}{2}u_i^2\right) du \quad (2.13)$$

สรุปก็คือ แบบจำลองทั้งสองมีความแตกต่างโดยหากเลือกการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Normal Distribution) ก็จะได้แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) หากเป็นการแจกแจงแบบโลจิตมาตรฐานหรือการแจกแจงแบบโลจิสติกส์ (Standard Logit or Logistic Distribution) ก็จะได้แบบจำลองโลจิต (Logit Model) (Soderbom, 2009; อารี วิบูลย์พงศ์, 2549)

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐวุฒิ จันทร์เกษม (2547) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานบริการ บริษัท แอควานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ณ สำนักงานบริการ โดยรวมอยู่ระดับพึงพอใจมาก ซึ่งลูกค้าให้ความพึงพอใจในการมาใช้บริการ ด้านการให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์จัดอยู่ในอันดับที่ 1 โดยให้ความพึงพอใจมากกับพนักงานพูดจาสุภาพและแสดงมารยาทที่ดีต่อลูกค้า ให้ความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เป็นลำดับที่ 2 โดยมีความพึงพอใจมากกับสำนักงานบริการมีความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงและปลอดภัยมีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับที่ 3 โดยมีความพึงพอใจมากกับพนักงานให้บริการตั้งแต่เวลาเปิดทำการถึงเวลาปิดทำการของสำนักงานบริการ

ผลจากการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติ T-test และ F-test ปรากฏว่ามีความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ณ สำนักงาน ระหว่างประเทศ สถานภาพรายได้ เจลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการแต่สำหรับอายุ การศึกษา อาชีพ และช่วงเวลาในการใช้บริการไม่มีความแตกต่างกัน

ไพฑูรย์ วรรณเดชสถิตวงศ์ และนิภวิศน์ ฤทธิรงค์ (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทรับจัดการขนส่ง และความพึงพอใจในบริการที่ผู้ส่งออกได้รับ ซึ่งจากการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของไทยที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ประกอบกับการติดต่อสื่อสารที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจการกระจายสินค้ามีการเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมการขนส่งเป็นไปอย่างสะดวกสบายขึ้น และเริ่มมีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษา จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรับจัดการขนส่งคือ ความถูกต้องของเอกสารและการให้ข้อมูลเรื่องราคาที่ทันสมัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างไม่พึงพอใจในบริการการรับขนส่งสินค้ามากที่สุด คือ เรื่องของการมีส่วนลดซึ่งหากพิจารณาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจภายหลังจากได้รับบริการ สำหรับ ปัจจัยส่วนลดนั้นน้อยกว่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าสองเท่าของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวัง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องของส่วนลด โดยที่ผู้ให้บริการการรับขนส่งสินค้าในปัจจุบันที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการอยู่ ยังไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการในส่วนนี้ได้ ซึ่งยังห่างจากสิ่งที่คาดหวังอยู่มากพอสมควร ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างคาดหวังไว้ว่า หากใช้บริการของบริษัทจัดการขนส่งแล้ว บริษัทจัดการขนส่งควรมีการให้ส่วนลดบ้างแต่ในทางปฏิบัติพบว่าผู้ประกอบการรับขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้ หรืออาจจะให้ส่วนลดไม่สูงตามที่กลุ่มตัวอย่างได้คาดหวังไว้จึงส่งผลให้ปัจจัยเรื่องของ ส่วนลดมีค่าเฉลี่ยที่มีผลต่างมากที่สุด ส่วนปัจจัยรองลงมาได้แก่เรื่องของความรวดเร็วของการส่งสินค้า ความถูกต้องของเอกสาร สามารถจัดส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการดูแลสินค้าได้ ตามลำดับ แต่ก็มีปัจจัยบางปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพอใจ หลังจากที่ได้รับบริการ โดยเฉพาะเรื่องของสถานที่ตั้งสะดวกเข้าถึงได้ง่าย

ดวงพรรณ กริชชาญชัย (2550) ศึกษาเรื่อง โครงการวิจัยและพัฒนาการจัดการด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานต้นแบบในอุตสาหกรรมบริการ โรงพยาบาล เพื่อทบทวนและศึกษาปัจจัย ที่มีผลต่อการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของ โรงพยาบาลในปัจจุบัน เพื่อตรวจสอบถึง ประสิทธิภาพของกระบวนการทางธุรกิจหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยตรงกับความสามารถในการส่งมอบบริการให้กับลูกค้าภายใต้กรอบความคิดการจัดการโซ่อุปทาน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษากระบวนการไหลของผู้เข้ารับบริการและกระบวนการทางธุรกิจภายในโรงพยาบาล โดยเลือกศึกษาหอผู้ป่วย 1 แผนกและการบริหารจัดการทรัพยากรของโรงพยาบาลที่สั่งซื้อจากผู้ผลิตภายนอก โดยเลือกศึกษาทรัพยากรระบบและการวิเคราะห์ระบบปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่า จากการสั่งซื้ออุปกรณ์ปัจจุบันยอดสั่งซื้อไปที่ผู้ผลิตมิได้สะท้อนมาจากยอดใช้หรือยอดจ่ายจริงให้กับผู้ป่วย ณ จุดขายแต่มาจากยอดการจ่ายยาให้กับห้องยาจริง หากใช้ยอดใช้จริง ณ จุดขายได้จะทำให้การคำนวณระดับสินค้าในคลัง (Safety Stock Level) และจุดการสั่งซื้อเพิ่ม (Reorder Point) แม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้ต้องพิจารณาจากความต้องการใช้ยา (Demand) ของผู้ป่วย และการจัดการสั่งซื้อยาที่คลังยา เนื่องจากการตัดสินใจเบิกยาจากคลังยาอยู่ที่เภสัช โดยพิจารณายอดยาในคลังยาทุกเช้าจากยอดตัด (Stock on Hand) ที่เบิกแต่ละวัน ดังนั้นทำให้การเบิกยาให้คลังยาใช้มิได้สะท้อนมาจากยอดการใช้จริง ส่งผลให้การคำนวณยอดใช้แต่ละเดือนของคลังยาและการสั่งซื้อยาคลาดเคลื่อนสูง โดยมีข้อเสนอแนะในการคำนวณการสั่งซื้อที่เหมาะสมสำหรับการบริการจัดการ

กระจายยาโดยเลือกยาต้นแบบ 6 ชนิดในการศึกษา มาจัดทำระบบสารสนเทศต้นแบบเชื่อมการไหลของข้อมูลการใช้ยาจากห้องยา คลังยา และการจัดซื้อ

วรากรณ์ ทองเก่ง (2551) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์การขนส่งทางบกด้วยโลจิสติกส์แบบลีน (Lean) ของกลุ่มสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของบริษัทที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านดังกล่าวของกลุ่มสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือพนักงานกลุ่มสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทยจำนวน 134 บริษัท โดยใช้ตารางการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สถิติทดสอบโดยวิธีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product-moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพื้นฐานบริษัทของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการมีจำนวนเท่ากัน วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี จำนวนพนักงานบริษัทมีมากกว่า 100 คนขึ้นไป ประเภทธุรกิจส่วนใหญ่เป็นประเภทการค้า/บริการ อายุของธุรกิจ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11-30 ปี กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประสิทธิภาพในการพบว่า ด้านความปลอดภัย ด้านความแน่นอนเชื่อถือได้ ด้านการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งทางบกด้วยโลจิสติกส์แบบลีนคือ ด้านความรวดเร็วและระยะเวลา ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท และด้านพนักงานผู้ให้บริการ

เอกลักษณ์ กู้เกียรติวงศ์ (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมน้ำมันพืช เพื่อศึกษาสภาพการจัดการทางด้านโลจิสติกส์ของฝ่ายผลิตที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันของบริษัทอุตสาหกรรมผู้ผลิตสินค้าประเภทน้ำมันพืช และเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตในการศึกษาเฉพาะกิจกรรมด้านการผลิตที่เกิดขึ้นภายในบริษัทผู้ผลิตน้ำมันพืช โดยภาพรวมของการศึกษาผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ วิธี Quick Scan Method มาเพื่อวิเคราะห์โครงสร้างภายในขององค์กร กระบวนการผลิต ตลอดจนการเชื่อมโยงการทำงานในแต่ละแผนกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตซึ่ง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการสัมภาษณ์ และการรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้ออกมาทำการวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

จากการศึกษาพบว่า การไหลของข้อมูลในโซ่อุปทานภายในบริษัทในส่วนของการผลิตยังไม่มี ความต่อเนื่อง ขาดการประสานอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงกับทางด้านการวางแผน การผลิต การจัดส่ง รวมไปถึงเรื่องของการบริหารงานหรือควบคุมการทำงาน เป็นเหตุให้เกิดความ สูญเสียทางธุรกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้น ในการพัฒนาโซ่อุปทานของบริษัทต้องมีการจัดการใน กระบวนการที่สำคัญ 4 ด้าน คือ การวางแผน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การผลิต และการจัดส่ง เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันในการปฏิบัติงาน

2.6 ช่องว่างขององค์ความรู้

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่ามีผู้ที่ได้ศึกษาวิจัยในเรื่องของความ พึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทาง โลจิสติกส์ที่เกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์บ้างเล็กน้อย ซึ่งจาก การศึกษาที่ผ่านมาจะเน้นศึกษาถึงผลิตภัณฑ์อย่างอื่นที่ไม่ได้มีความสำคัญเท่าเครื่องมือผ่าตัด ใหญ่ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการช่วยเหลือชีวิตผู้ป่วย แต่คนส่วนใหญ่อาจมองข้ามและไม่ได้ ให้ความสนใจเท่าที่ควร ซึ่งหากสังเกตเพียงแค่งานวิจัยภายในประเทศไทยแล้วการศึกษาเกี่ยวกับการ กระจายสินค้าเครื่องมือผ่าตัดใหญ่ก่อนข้างเป็นเรื่องที่ใหม่ และยังไม่มียานวิจัยชิ้นใดที่ได้ ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทาง โลจิสติกส์ในการกระจาย สินค้าเครื่องมือผ่าตัดใหญ่ในประเทศไทย ดังนั้นจึงทำให้น่าเชื่อถือได้ว่างานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัย ชิ้นแรกที่ได้ทำการศึกษาเรื่องดังกล่าว ส่วนเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทาง โลจิสติกส์การกระจายสินค้าที่ผ่านมานั้น ยังไม่ได้ มีการใช้แบบจำลอง โลจิท (Logit Model) และแบบจำลองโพรบิท (Probit Model) เป็นเครื่องมือใน การวิจัยอย่างแพร่หลายมากนัก

2.7 สรุป

สำหรับในบทนี้ได้ได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทาง โลจิสติกส์ในการกระจายสินค้า เครื่องมือผ่าตัดใหญ่ในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ 5 ประเด็นหลัก 1) ทฤษฎีและแนวคิด การศึกษาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน 2) ความพึงพอใจ 3) คุณภาพการบริการทาง โลจิสติกส์ 4) ทฤษฎีทางด้านเศรษฐมิติ และ 5) เอกสารวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในบทต่อไปจะกล่าวถึง ระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้