บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการขนส่ง

ความหมายของการขนส่ง (Definition of transportation)

ความหมายของการขนส่ง ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน คำว่า “ขน” หมายถึง การเอาสิ่งของจำนวนมาก บรรทุกหรือหาบหามด้วยอาการใด ๆ ก็ตาม จากแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง คำว่า “ส่ง” หมายถึง การยื่นให้ ยื่นให้ถึงมือ พาไปให้ถึงที่คำว่า “ขนส่ง” หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วยการขนและส่ง

ความหมายของการขนส่ง ตามพจนานุกรมไทยคำว่า “ขน” หมายถึง การนำเอาของมาก ๆ จากที่แห่งหนึ่งไปไว้ในอีกแห่งหนึ่งคำว่า “ส่ง” หมายถึง การยื่นให้ถึงมือ พาไปให้ถึงที่คำว่า “ขนส่ง” หมายถึง ธุรกิจเนื่องด้วยการนำไปและนำมา หรือขนและส่ง

ความหมายของการขนส่ง ตามสารานุกรมไทยคำว่า “การขนส่ง” หมายถึง การเคลื่อนที่ของมนุษย์ สัตว์ สิ่งของ จากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามความประสงค์ของมนุษย์

ความหมายของการขนส่ง ตามพระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ.2547 ได้บัญญัติ นิยามศัพท์ในมาตรา 4 ว่าการขนส่ง หมายความว่า การลำเลียงหรือเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของด้วยเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง เครื่องอุปกรณ์การขนส่งนี้ หมายถึง ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง รวมทั้งเครื่องทุ่นแรงด้วยและในพระราชบัญญัติเดียวกันนี้ยังได้แบ่งลักษณะของการประกอบการขนส่งออกเป็น

- การขนส่งสาธารณะ หมายความว่า การขนส่งเพื่อสินจ้างโดยไม่จำกัดเส้นทาง

- การขนส่งประจำทาง หมายความว่า การขนส่งเพื่อสินจ้างตามเส้นทางที่กำหนด

- การขนส่งส่วนบุคคล หมายความว่า การขนส่งเพื่อกิจการค้าของตนเอง

- การรับจัดขนส่ง หมายความว่า การรับจ้างรวบรวมข้อมูล หรือสิ่งของและจัดให้บุคคลอื่นทำการขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ในความรับผิดชอบของผู้จัดส่ง

- ความหมายของการขนส่ง ตามความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ คำว่า การขนส่ง เป็นกิจกรรมทางด้านเศรษฐศาสตร์อย่างหนึ่ง ที่จะจัดให้มีการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่ง

ไปยังอีกที่หนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

- การขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคล สัตว์ หรือสิ่งของต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ตามความประสงค์และเกิดอรรถประโยชน์ตามต้องการ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2550, หน้า 19)

ประเภทของการบริการ ขนส่ง การบริการขนส่งโดยทั่วไป สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ใหญ่ ๆ คือ

ก. การขนส่งทางบก

ข. การขนส่งทางน้ำ

ค. การขนส่งทางอากาศ

จากประเภทใหญ่ ๆ นั้น ทั้ง 3 ประเภทนี้ แบ่งตามลักษณะของเส้นทางหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการขนส่งแล้วสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ การขนส่งทางถนน การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางท่อ การขนส่งในลักษณะอื่น ๆ

ประเภทของการขนส่ง

ปัจจุบันผู้ใช้บริการสามารถเลือกประเภทของการขนส่งได้ทั้งหมด 5 ทางคือทางน้ำ (Waste) รถไฟ(Train) รถบรรทุก (Truck) ทางอากาศ (Air) หรือทางท่อส่ง (Pipeline) ซึ่งการขนส่งแต่ละประเภทมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบแตกต่างกันไป การที่ผู้ใช้บริการจะเลือกขนส่งสินค้าจากการขนส่งประเภทไหนขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าที่จะทำการขนส่ง การบริการที่ลูกค้าต้องการและต้นทุนในการใช้บริการขนส่งสินค้าสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ได้แก่

1. การขนส่งทางน้ำ ส่วนมากใช้ขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก และเป็นสินค้าที่ไม่สูญเสียง่าย เช่น ถ่านหิน เหล็ก แร่ การขนส่งทางน้ำเป็นการขนส่งที่ราคาถูกที่สุด แต่ก็ใช้เวลานานที่สุด

2. การขนส่งทางรถไฟ ใช้ขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมากเช่นกัน สินค้ามักจะมีมูลค่าต่ำเมื่อเทียบกับน้ำหนัก เช่น ถ่านหิน ทราย หรือผลิตผลทางการเกษตร ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นรถพ่วง พ่วงไปกับขบวนรถไฟ รถพ่วงนี้สามารถออกแบบให้เหมาะสมกับสินค้าได้ เมื่อไปถึงสถานีปลายทางแล้วจะเปลี่ยนรถพ่วงไปพ่วงเข้ากับรถบรรทุกแล้วนำส่งไปยังลูกค้าได้ จึงไม่ต้องมีการโยกย้ายสินค้า ทำให้ประหยัดไปได้ส่วนหนึ่ง การขนส่งทางรถไฟนับว่าเป็นการขนส่งในราคาประหยัด แต่เป็นการขนส่งที่ไม่ค่อยยืดหยุ่น เพราะไม่สามารถส่งไปยังจุดหมายปลายทางได้ ส่งไปถึงแค่สถานีหนึ่งเท่านั้น และส่วนมากจะค่อนข้างช้าด้วย จึงไม่ค่อยนิยมกันมากนัก

3. การขนส่งโดยรถยนต์หรือรถบรรทุก เป็นการขนส่งที่สามารถยืดหยุ่นได้มากที่สุด และเป็นการขนส่งที่ค่อนข้างรวดเร็ว จึงเป็นการขนส่งที่นิยมมากที่สุด

4. การขนส่งทางอากาศ เป็นการขนส่งที่รวดเร็วที่สุด และแพงที่สุด ดังนั้นจึงมักส่งสินค้าที่มีมูลค่าสูง สินค้าที่สูญเสียง่าย เช่น ดอกไม้ ผลไม้ มีบริษัทหลายแห่งที่ใช้การขนส่งทางอากาศในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าด่วนในภาวะฉุกเฉินเพราะบริษัทดังกล่าวจะได้ประโยชน์ความนิยมของลูกค้า มีผู้ชำนาญในการขนส่งกล่าวว่า ถ้าหากเป็นการขนส่งที่มีระยะทางมากกว่า 500 ไมล์ แล้ว ขนส่งทางอากาศจะมีความประหยัด

5. การขนส่งทางท่อ นิยมใช้ในการขนส่งน้ำมัน เช่น ในตะวันออกกลางใช้ส่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ เป็นการขนส่งที่ประหยัดชนิดหนึ่ง แต่เหมาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น (ปรียา วอนขอพร, 2534, หน้า 106)

ประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง (Efficiency of transportation)

การพัฒนาการขนส่งได้มุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติดังรายละเอียดดังนี้

1. รวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็ว สามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วทันเวลา และทันต่อความต้องการ มีความสดและมีคุณภาพเหมือนกันกับสินค้าและบริการ ที่แหล่งผลิตนอกจากนี้ผู้ที่เดินทางไปในที่ต่าง ๆ ก็ต้องการความรวดเร็วเช่นเดียวกัน เช่น การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การขนส่งสิค้าและบริการบางประเภท เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความรวดเร็วของการขนส่งในการเดินทางเป็นสำคัญ ดังนั้นการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะต้องมุ่งไปที่ความรวดเร็วในการเดินทางเป็นสำคัญ

2. ประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องทำให้เกิดการประหยัด ซึ่งอาจจะหมายถึงสองลักษณะคือ เกิดความประหยัดในต้นทุนการขนส่งและประหยัดในราคาค่าบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจการขนส่งก็ต้องพยายามให้ต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่ำแล้วการเรียกเก็บอัตราค่าบริการก็จะลดลงด้วย จะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในอัตราค่าบริการโดยสารหรือค่าระวางด้วย ดังนั้นความประหยัดจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

3. ปลอดภัย สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการขนส่ง คือ ความปลอดภัยของผู้โดยสารและความปลอดภัยจากการสูญเสียหรือเสียหายของสินค้าและค่าบริการต่าง ๆ ตลอดจนความปลอดภัยของวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนส่งด้วย ถือได้ว่าสำคัญมากสำหรับระบบการขนส่ง

ซึ่งผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียและเสียหายทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ ตลอดจนความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร

4. สะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบายของผู้โดยสาร หรือความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการก็ตาม ในด้านของผู้โดยสารนั้นจะต้องได้รับความสะดวกสบายในการเดินทาง เช่น อุปกรณ์ในการขนส่งทุกประเภท จะต้องอยู่ในสภาพที่ดีและใช้การได้ในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร ส่วนในด้านสินค้าและบริการจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมที่นำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที กล่าวได้ว่า การขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

5. ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา ถือเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งสำหรับการขนส่ง เพราะการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะต้องมีกำหนดเวลาในการเดินทางที่แน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา จะต้องมีกำหนดเวลาในการเดินทางไว้อย่างแน่นอน มีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง เวลาที่จะออกเดินทางจากต้นทาง เวลาที่จะเดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทาง เวลาที่จะผ่านจุดที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีระบุไว้ และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2550, หน้า 34 – 36)

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การขนส่งและกลยุทธ์โลจิสติกส์ (Transport and logistics strategy)

การขนส่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญของกระบวนการโลจิสติกส์ เพราะในปัจจุบันค่าน้ำมันเชื้อเพลิงได้ถีบตัวสูงขึ้น ซึ่งกลยุทธ์โลจิสติกส์คำนึงถึงส่งต่อไปนี้ตลาดที่ให้บริการขอบเขตผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการในตลาดความต้องการลูกค้าวิธีการ เวลา สถานที่ในกระบวนการการผลิตปริมาณสต๊อกที่เก็บไว้จำนวนผู้ขายปัจจัย การผลิตวิธีการ เวลา และสถานที่ผลิตสต๊อกสถานที่จัดเก็บสต๊อกวิธีการ และเวลาในการเคลื่อนย้ายสต๊อกสต๊อกในที่นี้ หมายถึง วัตถุดิบ งานระหว่างการผลิต งานประกอบย่อย และสินค้าสำเร็จรูป ขณะที่การจัดการขนส่งมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการ ต้องกำหนดโครงสร้างให้มีประสิทธิผล

Logistics and supply chain management หมายถึง การบริหารจัดการขบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม และการกระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ หรืออาจ

รวมถึงการบริการ ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันถือว่าเป็นขบวนการหนึ่งในการบริหารจัดการโซ่อุปทาน

การจัดการโลจิสติกส์ คือการบริหารกระบวนการไหลของสินค้า/บริการหรือวัตถุดิบ จากจุดเริ่มต้น (Points of origin) ไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าหรือวัตถุดิบนั้นๆ The Council of logistics Management ได้ให้คำนิยามวิชาชีพด้านโลจิสติกส์ ไว้ว่า "กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการเคลื่อนย้าย และการจัดเก็บ สินค้า ละบริการ ตลอดจนข้อมูลต่างๆ จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค"

นิยามของคำว่า“โลจิสติกส์”

มีผู้ให้คำนิยามของโลจิสติกส์ไว้มากมายต่อไปนี้คือตัวอย่างของคำนิยามของโลจิสติกส์ โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการโซ่อุปทาน เพื่อช่วยในการวางแผนการสนับสนุนการควบคุมการไหลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และเก็บรักษาสินค้าบริการและสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับข้อมูลจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า กระบวนการในการวางแผนการนำเสนอ และ การควบคุมการไหลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการเก็บสินค้าบริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นในการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของการบริโภค เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งคำนิยามนี้จะรวมถึงการเคลื่อนย้าย ทั้งภายในและภายนอก และการที่สินค้าถูกส่งกลับคืนโครงสร้างการวางแผนทางธุรกิจสำหรับการบริหารจัดการกับวัตถุดิบ การบริการ การไหลของข้อมูลและเงินทุน ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่มีความซับซ้อน การติดต่อสื่อสาร และกระบวนการควบคุมให้ตรงกับความต้องการในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน ศาสตร์ในการวางแผนและจัดการการเคลื่อนย้าย และบำรุงรักษากองกำลัง ซึ่งการดำเนินงานประกอบด้วย การออกแบบ การพัฒนา การเก็บรักษา การเคลื่อนย้าย การกระจาย การบำรุงรักษา การขนถ่าย และ การควบคุมทางวัตถุ และการให้สวัสดิการด้านสุขภาพแก่บุคลากรการก่อสร้าง การบำรุงรักษาการดำเนินงานและการควบคุมสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการต่าง ๆ การจัดซื้อจัดหา การบำรุงรักษา การกระจาย และการแทนที่คนและวัตถุดิบ กระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และการควบคุมการไหลที่มีประสิทธิภาพ การไหลอย่างมีประสิทธิผล ด้านค่าใช้จ่าย การเก็บรักษาวัตถุดิบ การเก็บสินค้าคงคลังระหว่างผลิต สินค้าสำเร็จรูป และ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปสู่ผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ศาสตร์ของการวางแผน การจัดองค์กร และกิจกรรมการจัดการต่าง ๆ ที่มีผลต่อการผลิตและการให้บริการ ศาสตร์ในการวางแผนและการนำเสนอ และ การใช้ทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของระบบ การวางแผน การจัดซื้อจัดหา การขนส่ง การสนับสนุน การบำรุงรักษา

โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนการดำเนินการเพื่อควบคุมประสิทธิภาพการไหลเวียนสินค้า/บริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การจัดการคลังสินค้า บริหารต้นทุน การขนส่ง ห่วงโซ่แห่งคุณค่า ไปจนถึงจุดที่มีการใช้งานหรือถึงมือผู้บริโภค

ส่วนการจัดการซัพพลายเชน (Supply chain management) หมายถึง การจัดการในส่วนของกระบวนการที่เกิดขึ้น ระหว่างผู้ผลิต (ผู้ให้บริการ) กับผู้ขายปัจจัยผลิต (ซัพพลายเออร์) เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต อันนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรของกิจการได้ในที่สุด โดยกระบวนการนี้จะเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อ (Procurement) การผลิต (Manufacturing) การจัดเก็บ (Storage) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) การจัดจำหน่าย (Distribution) ตลอดจนการขนส่ง (Transportation) ซึ่งมีผลสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

โดยสรุปแล้วกล่าวได้ว่า โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการการจัดการซัพพลายเชน ที่จะช่วยในการวางแผน สนับสนุน การควบคุมการไหลของกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าจากจุดเริ่มต้น ไปสู่จุดสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

กิจกรรมหลักในการจัดการโลจิสติกส์ประกอบด้วย งานบริการลูกค้า การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงาน คลังสินค้า การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์ การจัดซื้อจัดหา การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ การดำเนินการกับคำสั่งซื้อ การขนของและการจัดส่ง การจัดการรับคืนสินค้า การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า คลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง การจราจรและการขนส่ง กิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการรักษาความปลอดภัย

บทบาทหน้าที่ของการขนส่ง (Roles of transport)

การขนส่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบกระจายสินค้า ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานในทุกธุรกิจ ที่ผ่านมาธรรมชาติในการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยจะใช้แรงงานเป็นหลัก จะเน้นการจัดการและควบคุมการทำงานขอนตน ถึงอย่างไรก็ตามการที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าตลอดเวลา ในเชิงสนับสนุนทั้งในการปฏิบัติการทั่วไปและการจัดการขนส่ง เพื่อส่งผลให้ระดับการปฏิบัติการเป็นตัวขับเคลื่อนระบบ ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะส่งผลในด้านบวกมากกว่าด้านลบ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาการวางแผนและการจัดการเชิงปฏิบัติการ ถ้าเทียบกันส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในหน้าที่กระจายสินค้า การขนส่งจะ

เกี่ยวข้องกับต้นทุนและการบริการ รองจากกิจกรรมคลังสินค้า

ลักษณะทั่วไปของการขนส่ง

ลักษณะทั่วไปของการขนส่งมีดังนี้

1. วิวัฒนาการของการขนส่ง
2. วัฏจักรชีวิตของการขนส่ง
3. ขอบเขตและหน้าที่ของการขนส่ง
4. การพัฒนาการขนส่ง
5. ประสิทธิภาพในการขนส่ง
6. ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการขนส่ง
7. การขนส่งกับแหล่งอุตสาหกรรม

วิวัฒนาการของการขนส่ง การขนส่งได้มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแต่เดิมนั้นการขนส่งเริ่มตั้งแต่มนุษย์เราอาศัยธรรมชาติ แล้วรู้จักใช้กำลังสัตว์เป็นพาหนะในการเดินทาง รู้จักคิดประดิษฐ์อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วยจนถึงปัจจุบันนี้ ก็มีรูปแบบของการขนส่งหลายอย่างหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน เรือ หรือแม้แต่จรวด เหล่านี้ต่างก็

ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการขนส่ง

ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการขนส่ง มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เส้นทาง (Way or Route) รถยนต์ (Vehicle) อุปกรณ์ (Equipment) สถานี (Terminal) และยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะต้องพิจารณาอีก เช่น ผู้ประกอบการ (Operator or Carrier) กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ (Regulations) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เส้นทางในการขนส่ง (Way, Route) เส้นทางในการขนส่ง หมายถึง ถนน แม่น้ำ ทะเล ทางรถไฟ และอากาศ เป็นต้น ซึ่งจะมีเส้นทางที่ใช้เดินเพื่อการขนส่ง ซึ่งอาจจะเป็นเส้นทางที่สามารถมองเห็นได้ เช่น เส้นทางบนอากาศ หรือในทะเลมหาสมุทร เป็นต้น

2. รถยนต์ในการขนส่ง (Vehicle) อุปกรณ์ในการขนส่ง ในที่นี้หมายถึง รถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน เส้นท่า และอื่น ๆ ในการขนส่งนี้ อาจแบ่งออกเป็นอุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายและอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสารและอุปกรณ์เพื่อการส่งสินค้า และบริการ หรือเป็นอุปกรณ์เพื่อการขนส่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งเฉพาะ

3. อุปกรณ์ในการขนส่ง (Equipment) อุปกรณ์ที่ใช้อำนวยสะดวกในการขนส่ง หมายถึง รถยก อุปกรณ์ขึ้นสินค้า เป็นต้น แบ่งออกเป็นอุปกรณ์เคลื่อนย้าย และยกขนสินค้า

4. สถานีในการขนส่ง (Terminal) เป็นสถานที่ซึ่งใช้เป็นจุดสำหรับหยุดรับส่งผู้โดยสาร หรือสินค้าและบริการสำหรับการขนส่งแต่ละประเภท ซึ่งจะเป็นสถานีต้นทาง หรือระหว่างเส้นทาง เรียกว่า สถานีในการขนส่ง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าเรือ เป็นต้น (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2550, หน้า 38 - 39)

ความหมายของการจัดการโลจิสติกส์

การจัดการโลจิสติกส์ เป็นของกระบวนการซัพพลายเชน เพื่อช่วยในการวางแผนการ สนับสนุนการควบคุมการไหลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเก็บรักษาสินค้า บริการกับ สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง จากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นการ ลดต้นทุนในการดำเนินงาน

กลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท ตามทฤษฎีของ พอร์เตอร์ (Porter) มีกลยุทธ์ที่ใช้ 3 ลักษณะ คือ

1. ความเป็นผู้นำทางต้นทุน (Cost leadership)
2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)
3. การมุ่งเฉพาะ (Focus)

สำหรับกลยุทธ์นี้ ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมกับอุตสาหกรรม ขนาดธุรกิจ สินค้า และ วัฒนธรรมองค์กร โดยไม่ควรจะใช้พร้อมกันทั้ง 3 ลักษณะ เพราะจะทำให้ประสบปัญหาความ ขัดแย้งรุนแรงในบริษัท

การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญต่อบริษัทใน 2 แนวทาง คือ เพิ่ม รายได้ในรูปของยอดขาย และลดต้นทุนในการผลิตหรือบริการ โดยการลดต้นทุนเกิดจากการ จัดการแบบมีประสิทธิภาในการจัดเก็บและการไหลของสินค้าโดยเกิดจากทางเลือกระหว่าง กิจกรรมในระบบโลจิสติกส์ เช่น ระหว่างปริมาณ สินค้าคงคลังและการขนส่ง บริษัทต้องมีสินค้าคง คลังขั้นต่ำต้องขนส่งหลายเที่ยว การพิจารณาต้นทุนจะพิจารณาเลือกใช้กิจกรรมที่ต้นทุนต่ำกว่า และ ไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า สามารถเลือกวิธีใดวิธีหนึ่งการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การเลือกกลุ่มกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่สามารถลดต้นทุนรวมในการใช้ทรัพยากรองค์กร (5 M’s) ได้ดีที่สุดซึ่งเป็นหลักทฤษฎีทรัพยากรองค์กรประกอบด้วย

M1: Manpower ต้องใช้แรงงานแบบเต็มประสิทธิภาพ

M2: Machine รู้จักเลือกใช้อุปกรณ์ ยานพาหนะ เทคโนโลยีในระบบ โลจิสติกส์ทั้งในกระบวนการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บ

M3: Materials รู้จัดการจัดการสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่ดีที่สุดและการไหลของวัสดุต้องต่อเนื่อง

M4: Money จัดการด้านการเงินให้คุ้มกับการลงทุน และก่อให้เกิดการใช้สินทรัพย์ที่คุ้มค่า

M5: Management การจัดการให้เกิดการเพิ่มผลผลิตในองค์กร

การให้บริการลูกค้า (Customer services) การดำเนินธุรกิจนอกจากความพยายามในการเป็นผู้นำด้านต้นทุนแล้ว ไม่สามารถปฏิเสธเกี่ยวกับลูกค้าได้ เนื่องจากโลจิสติกส์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราของผลิตภัณฑ์ (Band loyalty) ในการมุ่งสนองลูกค้าในปัจจุบันจะดำเนินการผ่านปรัชญาแห่งความถูกต้อง คือ 5R มีดังนี้

1. Right quality สินค้าส่งในคุณภาพที่ถูกต้อง
2. Right quantity สินค้าส่งในปริมาณที่ถูกต้อง
3. Right place สินค้าส่งในสถานที่ที่ถูกต้อง
4. Right time สินค้าส่งในเวลาที่ถูกต้อง
5. Right price สินค้าส่งในราคาที่เหมาะสม

ดัชนีวัดผลความสำเร็จการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

เมื่อกลุ่มธุรกิจใดก็ตามมีการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบแล้ว จะต้องจัดทำรายงานผลเป็นรายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร โดยแสดงดัชนีชี้วัดผลสำเร็จที่สำคัญที่บ่งบอกผลการดำเนินงานจริงเทียบกับเป้าหมายที่ต้องการได้ ดัชนีชี้วัดที่สำคัญอย่างน้อยที่สุดควรประกอบได้ด้วยดัชนีต่าง ๆ ดังนี้

อัตราใช้ประโยชน์จากทรัพยากร (Resource utilization) ได้แก่ แรงงาน เครื่องจักร การผลิต อุปกรณ์ประกอบการผลิต พื้นที่จัดเก็บในคลังสินค้า ทรัพยากรทางการขนส่ง เป็นต้น เพราะเมื่อทำการจัดการโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น Bullwhip effect จะน้อยลง ปริมาณการสั่งย้อนขึ้นสู่กิจการต้นน้ำ (Upstream) จะแปรปรวนน้อยลง การผลิตและการส่งมอบจะราบเรียบขึ้น

การจัดสรรพทรัพยากรสามารถจัดสรรให้พอดีกับอัตราการใช้งานจริงได้ดีกว่า และบริหารการใช้ทรัพยากรได้ง่ายกว่า

ระดับสินค้าคงคลัง (Inventory levels) เหตุผลเดียวกันในเรื่อง Bullwhip effect ที่ความต้องการแปรปรวนสูง ประกอบกับไม่มีการจัดการสารสนเทศแบบบูรณการ จึงจำเป็นต้องกำหนดระดับสินค้าคงคลังหรือวัตถุดิบไว้สูงเกือบทุกบริษัทในโซ่อุปทาน ดังนั้นการจัดการโซ่อุปทานในแนวทางบูรณการจะลดสินค้าคงคลังของแต่ละรายและรวมทุกรายลงได้มาก

อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง (Inventory turns) หมายถึง จำนวนรอบปีที่สินค้าคงคลังที่จัดเก็บในคลังสินค้าทั้งหมดหมุนเวียนผ่านคลังสินค้า เช่น ถ้าสินค้าสำเร็จรูปคงคลังเฉลี่ยตลอดเท่ากับ 1,000,000 บาท ใน 1 ปี มีการขายสินค้าสำเร็จรูปได้ 10,000,000 บาท อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลังเท่ากับ 10,000,000/1,000,000 = 10 รอบต่อปี หรือระยะเวลาเฉลี่ยที่สินค้าคงคลังอยู่ในสต็อกเท่ากับ 12/10 = 1.2 เดือน เมื่อเกิดการจัดเก็บสินค้าคงคลังน้อยลงขณะที่ปริมาณการขายยังคงเท่าเดิม ส่งผลให้อัตราหมุนเวียนสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ตัวเลขนี้บ่งบอกให้ทราบว่ากิจการได้เสียต้นทุนจากการมีสินค้าคงคลังไปมากเท่าไร

ค่าเฉลี่ยเวลาการนำสั่ง (Average cumulative order cycle time) เวลานำสั่ง หมายถึงช่วงเวลานับตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าไปจนถึงลูกค้าได้รับสินค้าจนครบถ้วน เมื่อมีการเชื่อมโยงสารสนเทศภายในโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบ ทุกกิจการสามารถทราบความต้องการที่แม่นยำและรวดเร็ว สามารถวางแผนการทำงาน จัดทรัพยากร และประสานงานให้เป็นไปตามความต้องการร่วมของโซ่อุปทานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ดังนั้นจะสามารถผลิต ส่งมอบได้เร็วขึ้นทำให้เวลานำการสั่งลดลง

อัตราการส่งมอบตรงเวลา (% On-time deliveries) เป็นผลเกิดตามมาจากการลดเวลานำการสั่งและการประสานงานให้เกิดแผนงานร่วมกัน ลดความผิดพลาดล่าช้า จะส่งผลให้เกิดอัตราการส่งมอบตรงกำหนดมากขึ้น

ต้นทุนโลจิสติกส์ (Logistics costs) คือ ต้นทุนด้านคลังสินค้า การขนส่งและ (Order fulfillment) การวัดต้นทุนเหล่านี้ต้องเก็บข้อมูลบัญชีต้นทุนแยกให้ชัดเจน เพื่อเป็นบัญชีบริหารสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 6 ดัชนีวัดเหล่านี้สามารถชี้ให้เห็นถึงการปรับปรุงการจัดการโซ่อุปทานได้อย่างชัดเจนเป็นดัชนีวัดผลสำเร็จที่เป็นความต้อนการของธุรกิจจริง ๆ ถ้าสามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานให้ดัชนีเหล่านี้มีค่าดีตามเป้าหมายก็สามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจและของโซ่อุปทานได้อย่างมาก (วิโรจน์ พุทธวิถี, หน้า 2547)

นอกจากนี้วิทยา สุหฤทดำรง (2546, หน้า 212-215) ได้เสนอตัววัดสมรรถนะหลักของโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย

สมรรถนะในการจัดส่งสินค้า (Delivery performance) ลูกค้าเป็นองค์ประกอบหลัก ในการจัดการโซ่อุปทาน และสมรรถนะในการจัดส่งเป็นตัววัดที่สำคัญของสมรรถนะอุปทานทั้งหมด สมรรถนะของการจัดส่งสามารถวัดได้ในรูปแบบของวันเวลาที่จัดส่งจริงเปรียบเทียบกับวันที่กำหนดส่งถึงมือลูกค้า ดังนั้นองค์ประกอบของสมรรถนะของการจัดส่งมี 2 อย่าง คือ

อัตราการเติมเต็มคำสั่งซื้อ (Order fill rate) ซึ่งถูกกำหนดด้วยค่าเปอร์เซ็นต์ของคำสั่งซื้อที่จัดส่งจากคลังสินค้าภายใน 24 ชั่วโมง

การส่งตรงต่อเวลา (On time delivery) ซึ่งถูกกำหนดเป็นสัดส่วนของคำสั่งที่จัดส่งไปยังลูกค้าก่อนหรือตรงเวลา

สมรรถนะของการเติมเต็มคำสั่งซื้อ (Order fulfillment performance) เป็นตัวชี้วัดตัวที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสมรรถนะของการจัดส่ง เวลานำของการเติมเต็มคำสั่งซื้อ นับจากวันเวลาเฉลี่ยจากวันเวลาที่คำสั่งซื้อจนถึงวันเวลาที่ลูกค้าได้รับของจากคำสั่งซื้อนั้น จากมุมมองของลูกค้าไม่เพียงแต่ต้องการให้มีเวลานำที่สั้นแต่ต้องมีความน่าเชื่อถือด้วย จึงทำให้ลูกค้าพอใจและนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่แนบแน่น ถึงแม้ว่าลักษณะสำคัญของเวลานำทั้งสองชนิด (สั้นที่สุดและน่าเชื่อถือ) จะมีต้นทุนที่แตกต่างกัน

การเติมเต็มคำสั่งซื้อสมบูรณ์ (Perfect order fulfillment) การเติมเต็มคำสั่งซื้อสมบูรณ์นี้ก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับสมรรถนะการจัดส่งเช่นกัน แต่จะเป็นตัวแทนของเกณฑ์การวัดที่เข้มข้นที่สุด ตัวชี้วัดนี้จะดูมีการส่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ถูกเวลา ถูกสถานที่ เพราะคงจะมีแต่การเติมเต็มที่สมบูรณ์เท่านั้นที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

การตอบสนองของโซ่อุปทาน (Supply chain responsiveness) ตัวชี้วัดนี้ถูกกำหนดด้วยความสามารถของโซ่อุปทานที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด โซ่อุปทานจะต้องตอบสนองการเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนดเพื่อที่จะให้แน่ใจในความสามารถในการแข่งขัน ตัวชี้วัดนี้จะวัดความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแผนหรือแม้กระทั่งโครงร่างของเครือข่ายโซ่อุปทาน

ความยืดหยุ่นของการผลิต (Production flexibility) เป็นตัวชี้วัดที่เป็นเกณฑ์การวัดที่สำคัญของการตอบสนองของโซ่อุปทาน ความยืดหยุ่นของการผลิต ถูกกำหนดเป็น 2 แนวทาง คือ การลดหรือการเพิ่มในการผลิต

ต้นทุนการจัดการโลจิสติกส์รวม (Total logistics management cost) ประสิทธิภาพของโลจิสติกส์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับโซ่อุปทานที่ประสบผลสำเร็จในฐานะที่มีหลายบริษัทเป็นหุ้นส่วนที่จะต้องมาประสานรวมกันเป็นหนึ่งเดียว ต้นทุนการจัดการโลจิสติกส์ต่อรายได้ทั้งหมดจะต้องถูกควบคุมเพราะว่ามีผลต่อความสามารถในการทำกำไร

รอบเวลาของวงจรเงินสด (Cash to cash cycle time) ระยะเวลาของวงจรเงินสด คือ เวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยของเงินที่ใช้ในการสั่งซื้อวัตถุดิบและเงินนั้นไหลกลับมาสู่บริษัทในรูปของรายได้ ตัวชี้วัดนี้ประกอบด้วยผลรวมของ 3 องค์ประกอบ คือ จำนวนวันของสินค้าคงคลังบวกจำนวนของวันของการขายลบด้วยคาบเวลาของการจ่ายเงิน โดยเฉลี่ยสำหรับวัตถุดิบ

จำนวนวันของวัตถุดิบคงคลัง (Inventory days or Supply) ตัวชี้วัดนี้จะใช้วัดว่าจำนวนคงคลังถูกผลิตเร็วแต่ไหนแล้วขายไปให้กับลูกค้า การเพิ่มขึ้นของจำนวนวัดของวัสดุคงคลังชี้ให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของวัสดุคงคลัง หรือการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ผสมด้วยคาบเวลาที่ยาวนานขึ้น

จำนวนรอบของสินทรัพย์ (Asset turn) จำนวนรอบของสินทรัพย์เป็นตัวชี้วัดกิจกรรมทางด้านการเงิน หาจากจำนวนรายได้หารด้วยจำนวนสินทรัพย์ทั้งหมด จำนวนรอบของสินทรัพย์จะเป็นตัววัดประสิทธิผลของบริษัทในการดำเนินงานของสินทรัพย์ทั้งหมด ตัวชี้วัดเหล่านี้กำหนดยอดขายต่อสินทรัพย์ จำนวนรอบของสินทรัพย์ควรจะถูกตรวจสอบอย่างระมัดระวัง มีการอ้างกันว่าตัวชี้วัดเหล่านี้จะแปรเปลี่ยนไปในอุตสาหกรรมที่ต่างกัน (วิทยา สุหฤทดำรง, 2546, หน้า 212-215)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ในส่วนนี้จะนำเสนอความหมาย และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

1. ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer's satisfaction)

ลูกค้าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจการให้บริการ ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้า จึงเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ หากกิจการใดสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้ นั่นหมายถึงกิจการนั้นสามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมให้เกิดการซื้อขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีรายได้และมีกำไร ธรกิจบริการจึงจำเป็นต้องใส่ใจกับลูกค้าเป็นพิเศษถึงทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดและระดับความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อบริการของตนทั้งในแง่บวกและลบ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้วิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของบริษัทผู้ส่งออกที่มีต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับความหมายของความพึงพอใจ ได้มีผู้ให้ความหมายในแง่ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมารวบรวมเอาไว้ดังนี้

2. ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมากจากความรู้สึกภายในของบุคคล เมื่อบุคคลมีความต้องการ หรือความคาดหวังในบางสิ่งบางอย่าง เช่นสินค้า หรือบริการ ความต้องการ หรือความคาดหวังนั้นจะเป็นตัวไปกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรม การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ความต้องการ หรือความคาดหวังนั้นได้รับการตอบสนอง และเป็นผลให้เกิดความพึงพอใจ ในที่นี้จะขอกล่าวถึงทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ได้แก่

2.1 ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of need)

Maslow (Maslow, 1954, pp. 99-100) กล่าวว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุด ดังนั้นจึงเป็นไปไม่ได้ที่จะทำให้ความต้องการของมนุษย์แต่ละคนได้รับความพึงพอใจ เพราะมนุษย์แต่ละคนมีลำดับชั้นของความต้องการแบ่งเป็นขั้น ๆ กล่าวคือเมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ได้แก่

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด ได้แก่ อาหาร น้ำ ยา รักษาโรค เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย

2) ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or safety needs) เป็นความต้องการที่จะให้ตนเองได้รับความปลอดภัย ความมั่นคง และปราศจากความเจ็บปวดเป็นอิสระจากอันตรายต่าง ๆ

3) ความต้องการด้านความรัก หรือความผูกพัน (Affiliation or acceptance needs) ความต้องการด้านนี้เกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคม เมื่อความต้องการทางกาย และความต้องการความมั่นคงปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจึงจะมีความต้องการทางด้านมิตรภาพ ความรักและการเป็นเจ้าของเกิดขึ้น

4) ความต้องการทางด้านการมีชื่อเสียง และการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการในด้านอำนาจ การมีชื่อเสียง เกียรติยศ

5) ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคล ในขั้นนี้บุคคลจะมีความรู้สึกยอมรับตัวเอง และปรารถนาในเรื่องความสันโดษ

2.2 ทฤษฎีการจูงใจ ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีความพึงพอใจที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ Maslow โดยระบุว่าความต้องการของมนุษย์มีอยู่ 3 ขั้นหรือ 3 กลุ่มคือ

1) ความต้องการด้านการคงอยู่ หรือด้านการดำรงชีวิต (Existence needs) ได้รวมเอาความต้องการด้านร่างกาย และความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัยของทฤษฎี Maslow เข้ามาไว้ด้วยกัน ความต้องการนี้ถือว่าเป็นความต้องการขั้นต่ำ ตัวอย่างของความต้องการด้านนี้ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำ การจ่ายค่าจ้าง สภาพการทำงาน

2) ความต้องการด้านการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Relatedness needs) ความต้องการด้านนี้ได้รวมเอาความต้องการด้านความรัก และความต้องการด้านการเป็นเจ้าของของทฤษฎีของ Maslow เข้ามาไว้ด้วยกัน ความต้องการขั้นนี้ถือเป็นความต้องการลำดับถัดมา ตัวอย่างของความต้องการด้านนี้ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3) ความต้องการด้านความเจริญก้าวหน้า (Growth needs) ความต้องการขั้นนี้ได้ รวมเอาความต้องการด้านชื่อเสียง และความต้องการด้านความสำเร็จสมหวังในชีวิตเข้าไว้ด้วยกัน ความต้องการด้านนี้ถือเป็นความต้องการลำดับสูงสุด

2.3 ทฤษฎี 2 ปัจจัย ของ Herzberg (Herzberg ‘s two factor theory)

1) ปัจจัยรักษา (Maintenance factors) หรือปัจจัยอนามัย (Hygince factors) เป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พึงพอใจ หรือความรู้สึกในทางลบ กับงานที่ปฏิบัติ และเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่พวกคนงานทำงาน ประกอบด้วย นโยบาย และการบริหารงาน การนิเทศงาน เงินเดือน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน และสภาพการทำงาน ปัจจัยเหล่านี้ไม่ใช่เป็นสิ่งจูงใจ แต่จะเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นเพื่อป้องกันไม่ให้คนไม่พอใจในงานที่ทำอยู่เท่านั้นเอง

2) ปัจจัยการจูงใจ (Motivator factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิผลในการสร้างความพึงพอใจหรือความรู้สึกในทางบวก กับงานที่ปฏิบัติ และเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานที่ปฏิบัติ บุคคลจะได้รับการจูงใจ หรือแรงจูงใจ ด้วยปัจจัยเหล่านี้ ประกอบไปด้วย ความสำเร็จในงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า

จากทฤษฎีที่กล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับระดับความต้องการของบุคคล และความต้องการของบุคคลมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ซึ่งถ้าบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการตามการคาดหวังของตนแล้ว บุคคลนั้นจึงจะมีความพึงพอใจ (Herzberg, Mausner, & Synderman, 1959, pp. 101)

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า นับเป็นเป้าหมายอันสำคัญที่สุดที่ธุรกิจการบริการต้องการ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อการให้บริการของธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการ หรือความคาดหวังของลูกค้าผู้รับบริการได้นั่นเอง ตัวอย่างความต้องการของผู้รับบริการ ได้แก่ ความต้องการความสะดวกสบาย, ความต้องการความรวดเร็ว ไม่สามารถรอได้, ความต้องการความถูกต้อง, ความ

ต้องการความทันสมัย เป็นต้น ความพึงพอใจในการบริการนั้นเป็นสิ่งที่สร้างได้ยาก เนื่องจากคุณภาพของการบริการนั้นขึ้นอยู่กับพนักงานผู้ให้บริการซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และตามสถานการณ์ ทำให้มีความแตกต่างกับคุณภาพของสินค้าที่เมื่อพัฒนาขึ้นมาแล้วจะอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นจึงมีปัจจัยหลายประการที่มีส่วนในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ คือ

1) ผู้ให้บริการว่ามีความรู้ความสามารถ ความพร้อมทางด้านร่างกาย และอารมณ์เพียงใดในขณะให้บริการ

2) ผู้รับบริการแต่ละคนว่ามีความต้องการ และความคาดหวังสำหรับบริการแตกต่างกันอย่างไร

3) สภาพแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อากาศ แสงแดด สถานที่ให้บริการ สถานภาพทางด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจซึ่งให้บริการแก่ลูกค้าจะต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดย

(1) การเรียนรู้ และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า โดยเริ่มต้นจากการระบุให้ได้ว่าลูกค้าของเราคือใคร พวกเขาต้องการอะไร ตลอดจนเข้าใจถึงความคาดหวัดของลูกค้า

(2) การทำการตลาดภายใน หมายถึง การจัดโปรแกรม และการฝึกอบรมสัมมนาสำหรับบุคลากรในองค์กร ก่อนจะช่วยให้พนักงานมีทัศนคติ และจิตใจที่พร้อมจะให้บริการตลอดจนมีความรู้ความชำนาญ และทักษะในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน การดูแลพนักงานเกี่ยวกับสวัสดิการและสภาพความเป็นอยู่ทั่ว ๆ ไป รวมถึงผลตอบแทน และรางวัลจูงใจต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

(3) การควบคุมคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total quality management : TQM) เป็นการให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพในทุกระบบ และทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน เพื่อยกระดับองค์กรให้ได้มาตรฐาน ดังนั้น TQM จึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (กุณฑลี รื่นรมย์ สาวิกา อุณหนันท์ และเพลินทิพย์ โกเมศโสภา, 2547, หน้า 99 – 103)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทการต์ ก้อนทองคำ (2549) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 โดยใช้เทคนิค AHP และเพื่อศึกษาน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้ให้บริการลำดับที่ 3 ของกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ และรายเล็ก 10 รายโดยผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ในตัวต่อได้เกณฑ์ปัจจัยของการคัดเลือก 3PL ทั้งหมด 6 ปัจจัย คือ 1) ราคา 2) ความหลากหลายของการให้บริการ 3) เกี่ยวกับตัวผู้ให้บริการ 4) คุณภาพการให้บริการ 5) การใช้ข้อมูลและคำแนะนำ 6) การตามงานและแก้ปัญหา และให้บริษัท 3PL 3 บริษัท

ธนวุฒิ นาคหวัง (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการขนส่งสินค้าโดยมุ่งเน้นที่จะลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่งสินค้า และทำการเปรียบเทียบระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของกระบวนการขนส่งสินค้า โดยนำหลักการ แนวทางการบริหารและการจัดการโลจิสติกส์มาใช้ในการพิจารณาต้นทุนฐานกิจกรรม และทำการเริ่มการศึกษากระบวนการทางธุรกิจของบริษัท ลักษณะของบริษัท ข้อมูลในการขนส่ง และข้อคิดเห็นในการขนส่งสินค้าของลูกค้า โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้วิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมทั้งก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง ซึ่งพบว่าการขนส่งสินค้าไปศูนย์กระจายสินค้าของลูกค้าที่วังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในกระบวนการขนส่งสินค้าทั้งประเภทรถบรรทุก 18 ล้อ และ 10 ล้อ ลดลงร้อยละ 31.6 ในส่วนของการขนส่งสินค้าไปศูนย์กระจายสินค้าของลูกค้าบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในกระบวนการขนส่งสินค้าทั้งประเภทรถบรรทุก 18 ล้อ และ 10 ล้อ ลงลงร้อยละ 14.9 ในส่วนแบบสอบถามผลที่ได้รับจากลูกค้า ปัจจัยที่มีผลดีขึ้นคือ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และเวลาที่ใช้ในการเดินทาง มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากระดับความพึงพอใจปานกลางเกณฑ์ 3 ไปสู่ระดับความพึงพอใจมากอยู่ที่เกณฑ์ 4

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ผลิตทั้งรายใหญ่และรายเล็กให้น้ำหนักปัจจัยในอันดับที่เหมือนกัน คือ ปัจจัยราคา เป็นอันดับ 1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการเป็นอันดับ 2 ปัจจัยด้านความหลากหลายของการให้บริการเป็นอันดับที่ 3 และปัจจัยการให้ข้อมูลและคำแนะนำเป็นอันดับที่ 6 ส่วนปัจจัยที่เหลือกกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่จะให้อันดับ 4 ,5 เป็นปัจจัยการเกี่ยวกับตัวผู้ให้บริการและการตามงานและการตามงานและแก้ปัญหา ส่วนกลุ่มผู้ผลิตรายเล็กจะให้อันดับ 4,5 เป็นปัจจัยการตามงานและการแก้ปัญหา เกี่ยวกับตัวผู้ให้บริการ ส่วนผลของการคัดเลือกผู้ให้บริการลำดับที่ 3 ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่และรายเล็ก เลือก 3PL1 เหมือนกัน และมีการตรวจสอบความสอดคล้อง Ci / Ri ของกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่เท่ากับ0.0566 และรายเล็กเท่ากับ 0.0700 ซึ่งทั้งคู่ได้ค่าน้อยกว่าน 0.10 อย่างมากดังนั้นผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้องสูง

สนธยา คุณปลื้ม (2542) ได้ศึกษาเรื่อง นโยบายด้านการคมนาคมขนส่งของประเทศไทย : ศึกษากรณีแผนหลักการขนส่ง พ.ศ. 2540 – 2549 พบว่า สาระสำคัญของแผนหลักการขนส่ง พ.ศ. 2540 – 2549 ซึ่งประกอบไปด้วยแนวนโยบาย 10 ประการ ที่มีความสอดคล้องและครอบคลุมตามปรัชญาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540 – 2544 ซึ่งเน้นความเสมอภาคและการกระจายโอกาส คุณภาพชีวิตของประชาชน ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำแผนหลักการขนส่ง พ.ศ. 2540 – 2549 คือ กระทรวงคมนาคมยึดถือตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของตนเองเท่านั้น ไม่ได้มีการประสานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบระบบการขนส่งอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีความล่าช้าในการทำแผนและการพิจารณาอนุมัติแผนเพื่อจะได้นำไปปฏิบัติตามแผนและนโยบายต่อไป และปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของประชาชนโดยทั่วไป จะต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยวิธีประชาพิจารณ์เสียก่อน ซึ่งการจัดทำแผนหลักการขนส่งครั้งนี้ยังขาดในส่วนนี้

สันติ พงษ์โต (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการต่อการกฎหมายเศรษฐกิจของประเทศ : กรณีศึกษาด้านการขนส่งทางบก พบว่า GATT ไดวางระเบียบเกี่ยวกับการค้าบริการระหว่างประเทศไว้เพื่อให้ประทศภาคีสมาชิกถือปฏิบัติ ภายใต้เงื่อนไขของการเปิดเผย โปร่งใส และการเปิดเสรีแบบก้าวหน้าเป็นลำดับ โดยในที่สุดจะต้องเปิดเสรีโดยปราศจากข้อจำกัดเงื่อนใด ๆ นอกจากนี้ GATT จะเป็นเครื่องมือในการขยายการค้าบริการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าขึ้น ทั้งนี้ โดยเคารพต่อกฎหมายและข้อบังคับภายในของแต่ละประเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายบริการด้วย การประกอบการขนส่งทางถนนเป็นการค้าบริการรูปแบบหนึ่ง มีกิจการที่เกี่ยวเนื่องกับการขนส่งทางถนนอยู่หลายประเภท ไม่ว่าโยทางตรงหรือทางอ้อม จากการศึกษาโครงสร้างการขนส่งทางถนนและบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่ากิจการประเภทนี้ เป็นตลาดที่ปิดสำหรับคนต่างด้าวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากได้กำหนดให้ผู้ประกอบการขนส่งต้องเป็นคนไทย ถ้าต่างชาติจะมาประกอบการก็จะต้องร่วมกับคนไทยโดยเป็นนิติบุคคลที่คนไทยถือหุ้นเป็นส่วนมาก ดังนั้น เมื่อประเทศไทยได้ร่วมเป็นภาคีในความตกลงฉบับนี้แล้ว ก็จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับ GATT แต่เนื่องจากการประกอบการขนส่งทางถนนนับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องตามหลักการของ GATT โดยคำนึงถึงสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ความพร้อมในการเปิดตลาด ตลอดจนศึกษาศักยภาพของคนไทยที่จะแข่งขันกับชาวต่างชาติในการประกอบการขนส่งทางถนนด้วย

เกียรติศักดิ์ ทองรอด (2542) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า "BTS"ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้า "BTS" พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ถึง 40 ปีมีความคิดเห็นว่า พึงพอใจในการบริการของรถไฟฟ้าBTS ด้านระบบในเกือบทุกประเด็น มีเพียงประเด็นอัตราค่าบริการ และเส้นทางการให้บริการที่ยังไม่พึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่า อัตราค่าบริการสูงเกินไป และเส้นทางการให้บริการก็ยังทำได้ไม่ครอบคลุมส่วนในด้านบุคคลกรที่ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าพนักงานที่ให้บริการในทุกจุดที่ให้บริการมีความสุภาพดี และพบว่าความสุภาพของพนักงานเหล่านี้มีผลต่อปริมาณของผู้ให้บริการรถไฟฟ้า BTS ควรปรับปรุง คือ ควรมรการขยายเส้นทางเพิ่มเติม ไปยังแหล่งที่พักอาศัยของประชาชนให้ทั่วถึงยิ่งขึ้น และการจัดเก็บค่าบริการควรจะมีการพิจารณาวางแผนโครงสร้างราคาใหม่ เพื่อที่จะเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนมาให้บริการรถไฟฟ้า BTS เพิ่มมากขึ้น

นฤมล บุญกิตติ (2545) การศึกษาเรื่อง "การศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศ : ศึกษากรณี บริษัท รีเจ้นท์ ฟอร์เวิดดิ้ง เอ็กเพรส จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการใช้บริการขนส่งสินค้าในประเทศของ บริษัท รีเจ้นท์ ฟอร์เวิดดิ้ง เอ็กซ์เพรส จำกัด ด้วยการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและปัจจัยที่ใช้ในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้า

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของบริษัท รีเจ้นท์ ฟอร์เวิอดิ้ง เอ็กซ์เพรส จำกัด มีความพึงพอใจต่อการชดใช้ค่าเสียหายที่ยุติธรรมในกรณีที่ทรัพย์สินเกิดชำรุดเสียหายมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรที่ลูกค้าเคยประสบคือ สินค้าส่งไม่ทันตามกำหนด และความต้องการของลูกค้าคือ ความรวดเร็วในการขนส่งสำหรับการศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้า ความรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและความปลอดภัยของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความเหมาะสมของประเภทของสินค้า และการให้บริการของพนักงานไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

พรพรรณ เกิดในมงคล (2542) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน): ศึกษากรณี ฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์บริการการค้าต่างประเทศ แหลมฉบัง พบว่า ลูกค้าของธนาคารเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าเฉลี่ยระหว่าง 1 – 3 ปี และประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้บริการ ทั้งทางด้านสินค้าเข้าและสินค้าออกลูกค้าดังกล่าวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกการให้บริการเป็นด้าน

พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานสูงสุด รองลงมาคือด้านการบริการและด้านสถานที่ตามลำดับ โดยทางด้านสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็นคือ ความชัดเจนของป้ายแสดงรายละเอียดของการให้บริการ ความเพียงพอของสถานที่ที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการ การอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ ขณะรอรับบริการเช่น หนังสือพิมพ์ การบริการน้ำดื่ม

สรุปจากการศึกษาแนวความคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ประมวลความรู้ และแนวคิดที่ได้รับมาใช้ในการศึกษาความพึงพอใจของบริษัทผู้ส่งออกที่มีต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้นเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และความคาดหวังของบุคคล เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการของหน่วยงาน หรือองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และพบว่าความพึงพอใจของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งจากภายในตัวบุคคลเอง และปัจจัยภายนอก ความพึงพอใจจึงเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าในแต่ละครั้งของความพึงพอใจนั้นเกิดจากปัจจัยใดบ้าง เพียงแต่ทราบว่าในการกระทำใด ๆ หากบุคคลเกิดความพึงพอใจแล้ว ก็จะมีเหตุจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก แต่จะพยายามหลีกเลี่ยงการกระทำซ้ำในพฤติกรรมที่เคยทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

ฉะนั้น แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอในธุรกิจบริการ ทั้งในด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือการสร้างองค์กรแห่งการบริการ ต่างก็เป็นการกระทำเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาซึ่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจของบริษัทผู้ส่งออกที่มีต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออก ว่ามีผลกระทบต่อความพึงพอใจในบริการทั้ง 4 ด้านคือ 1) การให้บริการก่อนการจัดการขนส่งสินค้าทางทะเล 2) การให้บริการอื่นที่เกี่ยวเนื่อง 3) กลยุทธ์ทางการตลาด และ 4) อัตราค่าบริการ หรือไม่อย่างไร