รหัสบทความ SCL-114

# การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ กรณีศึกษา ร้านไม้ราชพฤกษ์

# Increasing the Efficiency of Logistics Services Case Study Ratchaphruek Wood Shop

สุธิดา ทับทิมศรี[1], นราธิป บุญประสม[2], ชัยวรพงศ์ ชูแก้ว[3*], พัชรลัย ชูแก้ว[4]
เจตน์จรรย์ อาจไสธง[5] และศศิวิมล เปียหมื่นไวย[6]
[1,2] สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
[3] สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
[4,6] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
[5] สาขาวิชาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี
E-mail: nukullogistics99@gmail.com*

Sutida Tubtimsri[1], Narathip Boonpasom[2], Chaiworaphong Chukaew[3*],
Patcharalai Chukaew[4], Jetchan Atthaisong[5] and Sasiwimon Pearmunwai[6]
[1,2] Logistics Management, Faculty of Industrial Technology, Kamphaeng Phet Rajabhat University
[3] Logistics and Supply Chain Management,
Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
[4,6] Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
[5] Management, Faculty Social Technology,
Rajamangala University of Technology Tawan-ok Chantaburi Campus
E-mail: nukullogistics99@gmail.com*

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ กรณีศึกษาร้านไม้ราชพฤกษ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ กรณีศึกษา ร้านไม้ราชพฤกษ์ 2) เพื่อทราบถึงปัญหา ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น และนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการของร้านไม้ราชพฤกษ์ 3) เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ กรณีศึกษาร้านไม้ราชพฤกษ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าของร้านไม้ราชพฤกษ์ทั้งหมด จำนวน 40 คน ซึ่งเครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎี 7R ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของร้านไม้ราชพฤกษ์, ได้ทราบถึงปัญหา ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น และนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการของร้านไม้ราชพฤกษ์, ได้กลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ สรุปผลการวิเคราะห์ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านไม้ราชพฤกษ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.35 SD=0.67), ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.33 SD=0.66), ด้านคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.32 SD=0.76)

**คำสำคัญ** : การเพิ่มประสิทธิภาพ, บริการด้านโลจิสติกส์

**Abstract**

The Research is increasing the efficiency of logistics services: case study of Ratchaphruek Wood Shop. The objectives are 1) study the level of customer satisfaction with the logistics services 2) know the problems defects occurred and used as a guideline to improve the service logistics 3) can used in formulating for increase the efficiency of logistic services by mainly focusing on customer satisfaction. The instrument used was a questionnaire to collect customer data of 40 Ratchaphruek wood stores. The research instrument was a questionnaire and analyzed using 7R theory. The results of this research will know the satisfaction of customers with the logistics service of Ratchaphruek Wood Shop, know the problems defects occurred and use it as a guideline to improve the services of Ratchaphruek Wood Shop and get to increase the efficiency of the logistics service. Summary of the analysis of customer satisfaction with Ratchaphruek Wood Shop the top 3 most satisfied customers are the customers in the high level ( $\bar{X}$= 4.35 SD = 0.67), the time side is in the high level ( $\bar{X}$= 4.33 SD = 0.66), Product quality Have a high level of average ( $\bar{X}$= 4.32 SD = 0.76)

**Keywords :** Optimization, logistics services

## 1. บทนำ

ไม้สักในอำเภอแม่สอด เป็นไม้ที่มีคุณภาพและมีลายไม้ที่สวยงามจนได้รับฉายาว่า King of timber มีความละเอียดของไม้สูง จึงทำให้ไม้สักของอำเภอแม่สอดมีราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากแต่ละต้นมีอายุมาก ทำให้ความทนทาน ซึ่งเมื่อนำมาแปรรูปเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่ทำจากไม้สัก เช่น ประตูไม้สักจะมีมูลค่าตั้งแต่บานละ 3,000 บาทไปถึง บานละหมื่นกว่าบาท ส่วนถ้าทำเป็นหน้าต่างจะมีมูลค่าประมาณ 1,000-2,000 บาท ส่วนถ้าเป็นหน้าต่างไม้สักอ่อนอยู่ประมาณบานละ 600- 800 บาท ส่วนโต๊ะไม้สักแผ่นเดียวที่เป็นที่นิยมของคนทั่วไป จะมีมูลค่าตั้งแต่ หลักแสนบาทไปจนถึงหลักหลายแสน ซึ่งมีมูลค่านำเข้าเสียภาษี ศุลกากรเป็นอันดับต้นๆ ของสินค้านำเข้าคือเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก จึงมีมูลค่าที่สูงมาก บุคคลที่มีรสนิยมจึงเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้สักเป็นส่วนใหญ่ [1]

เฟอร์นิเจอร์ร้านไม้ราชพฤกษ์ ตลาดริมเมย อ.แม่สอด จ.ตาก ได้เปิดกิจการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 ได้เปิดขายเฟอร์นิเจอร์ทั้งหน้าร้านและรับผลิตสินค้าแบบ make to order ซึ่งในปัจจุบันนั้นเกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจนี้สูง ทำให้ทางร้านเฟอร์นิเจอร์ต้องปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันที่เกิดขึ้น จึงทำให้ทางร้านเกิดปัญหาในการเข้าถึงลูกค้า ในการขายสินค้าและเกิดต้นทุนในการกักตุนสินค้าใช้เป็นจำนวนมาก รวมถึงการบริการ ทางร้านไปยังลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และเพิ่มประสิทธิภาพการขายของร้านให้เพิ่มขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นปัญหาในการเพิ่มประสิทธิภาพของร้านไม้ราชพฤกษ์ให้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ร้านไม้ราชพฤกษ์ได้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและผู้คนที่สนใจเข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ทันใจในเรื่องการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากช่องทางการเข้าถึงของลูกค้าเพื่อไปสู่ข้อเสนอแนะในการสามารถช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับทางร้าน และเพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยมาพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพขึ้น รวมทั้งให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในการวางแผนการตลาดที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้ามาเลือกใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกต่อไป

### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์
2. เพื่อทราบถึงปัญหา ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น และนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการของร้านไม้ราชพฤกษ์
3. เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ

## 2. ขอบเขตของการวิจัย

### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะทำการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบเจาะจง คือ ลูกค้าทั้งหมดของร้านไม้ราชพฤกษ์ จำนวน 40 คน

**2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นมาภายใต้กรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ

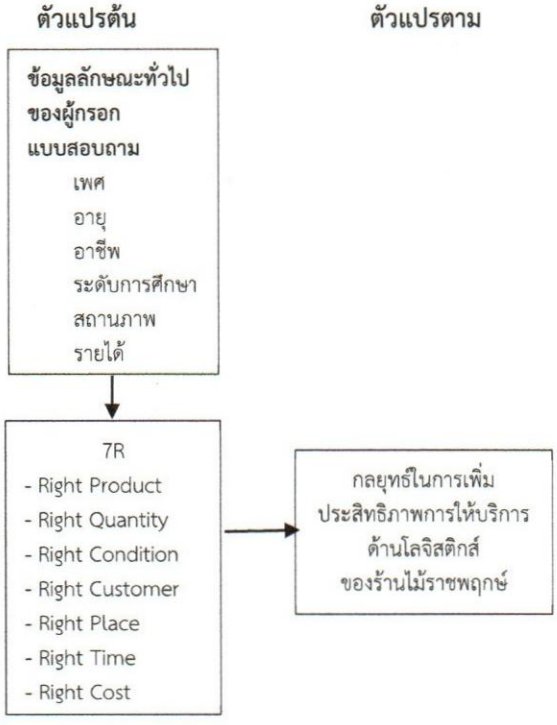
ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับของลูกค้า ลักษณะงานของร้านไม้ราชพฤกษ์ ประเภทสินค้า โดยคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check – List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะการเข้ารับบริการของลูกค้า ได้แก่ รูปแบบการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ สื่อในการรู้จักบริษัทและความถี่ในการใช้บริการ โดยคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check – list)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของร้านไม้ราชพฤกษ์ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ สินค้า (Product) จำนวนสินค้า (Quantity) คุณภาพสินค้า (Condition) ลูกค้า (Customer) สถานที่ (Place) เวลา (Time) ราคา/ต้นทุน (Cost) [2]

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้มีการปรับปรุงหรือแก้ไข [3]

**2.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย**




**2.4 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม Excel โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสเลข แล้วบันทึกโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อให้ทราบถึงระดับความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของร้าน 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การคำนวณหาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย ระดับมูลค่าการใช้บริการ ลักษณะเจ้าของกิจการ ลักษณะร้าน และ ประเภทสินค้าหลักของร้าน โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2. การคำนวณหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยประเภทการใช้บริการ ระยะเวลาการใช้บริการ สื่อที่ทำให้รู้จักร้าน และ ความถี่ที่ใช้บริการกับร้าน โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ

3 การคำนวณหาข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านราชพฤกษ์ จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) [4]

**3. ผลการวิจัย**

**ตารางที่ 1** ผลการวิจัยก่อน และหลังการปรับปรุง

| ก่อนการปรับปรุง | หลังการปรับปรุง |
|---|---|
| **1. กลยุทธ์ด้านสินค้า** | |
| ทางร้านได้รับทำสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ตามแบบที่ลูกค้าต้องการของลูกค้าแต่ละราย ที่ต้องการใช้สอยงานที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป รวมทั้งรูปแบบที่ทันสมัยให้กับลูกค้า ซึ่งทำให้จำเจอยู่กับแบบเดิมที่มีวางขายทั่วไป ทางร้านได้ผลิตสินค้าในแบบใหม่ๆ มาให้ลูกค้าได้เลือกซื้อเสมอ | ทางร้านยังคงรับทำสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักตามแบบที่ลูกค้าต้องการเพื่อเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีสินค้ารูปแบบใหม่ๆที่ทันสมัยให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น |

| ก่อนการปรับปรุง | หลังการปรับปรุง |
|---|---|
| และลักษณะสีที่ทางร้านทำนั้น มีเฉดสีของเฟอร์นิเจอร์ให้ลูกค้าเลือกมากกว่าร้านอื่น เช่น สีอ่อน สีเข้ม สีออกกลางๆ ลูกค้าส่วนมากถูกใจกับสินค้าที่ได้รับเสมอ | |
| **2. กลยุทธ์ด้านจำนวนสินค้า** | |
| ทางลูกค้าจะได้รับสินค้าตามจำนวนที่สั่งทำครบถ้วน โดยทางร้านต้องออกเอกสารหนังสือกำกับสิ่งประดิษฐ์ฯให้กับลูกค้าตรงตามจำนวน ซึ่งเป็นที่มั่นใจของลูกค้าว่าซื้อสินค้าถูกต้องตามกฎหมาย ออกเอกสารนำเข้าเสียภาษี หรือเรียกว่า อินวอยซ์ (Invoice) ทางร้านได้ผลิตสินค้าตามจำนวนที่ลูกค้าได้สั่งครบถ้วน และจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าครบตามจำนวน โดยส่งเป็นรูปภาพและติดหมายเลขของสินค้าแต่ละชิ้น เพื่อป้องกันการผิดพลาด | ทางร้านได้ปรับปรุงแก้ไขโดย หากทางร้านได้ทำสินค้าตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งทำเกินจำนวน บางชิ้นอาจจะชำรุดในระหว่างจัดส่งสินค้า ทางร้านจะได้ส่งให้ครบตามจำนวนอย่างครบถ้วน |
| **3.กลยุทธ์ด้านคุณภาพของสินค้า** | |
| ทางร้านได้คัดไม้สักที่มีอายุมากในการทำสินค้าแต่ละชิ้นให้กับทางลูกค้า โดยได้หาแหล่งไม้สักใหม่ๆ ตลอดเวลา คัดไม้สวยๆ ให้กับทางลูกค้าตามความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นขนาดหรือชนิดของงาน ทำให้มีคุณภาพของสินค้ามีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เพราะสินค้าที่ผลิตจากไม้จริง จะใช้สอยได้ยาวนาน เมื่อเปรียบเทียบราคากับวัสดุอื่น รวมทั้งการทำสี | ทางร้านยังคงคัดไม้สักที่มีอายุมากในการทำสินค้าแต่ละชิ้นให้กับทางลูกค้า เพื่อตัวสินค้าที่ได้คุณภาพขึ้น |

| ก่อนการปรับปรุง | หลังการปรับปรุง |
|---|---|
| เฟอร์นิเจอร์ทางร้านจะสอบถามความต้องการหรือให้คำแนะนำกับลูกค้าเรื่องของสี เพราะไม้แต่ละชิ้นงาน มีลักษณะต่างกัน ถ้ามีตาไม้เยอะควรเลือกสีเข้มๆเพื่อให้กลบตำหนิไม้เป็นต้น เพื่อให้อายุการใช้งานที่ทนทานและยืนยาว ทางร้านจัดทำสินค้าให้แข็งแรง ให้ได้มาตรฐานเสมอ | |
| **4. กลยุทธ์ด้านลูกค้า** | |
| ทางร้านมีความเอาใส่ลูกค้า โดยสินค้าแต่ละชิ้นที่ลูกค้าสั่งเท่านั้น ทางร้านจะคุยรายละเอียดงานกับลูกค้า ถามถึงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด สิ่งสำคัญ คือ ระยะเวลาในการจัดทำสินค้าให้ทันตามกำหนดของแต่ละงาน เนื่องจากลูกค้าบางท่านต้องการเป็นสิ่งของฝากผู้ใหญ่ หรือตกแต่งบ้านใหม่ ฉะนั้นเรื่องระยะเวลาทางร้านให้ความสำคัญมาก | ทางร้านยังคงมีความเอาใส่ลูกค้า โดยสินค้าแต่ละชิ้นที่ลูกค้าสั่งทำนั้น ทางร้านจะใส่ใจกับรายละเอียดของงานลูกค้าอยู่ และถามถึงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดอยู่เสมอ สิ่งสำคัญ คือ ระยะเวลาในการจัดทำสินค้าให้ทันตามกำหนดของแต่ละงาน ส่วนเรื่องรายละเอียดที่ลูกค้าต้องการนั้น ทางร้านยังคงเอาใจใส่เสมอ พร้อมทั้งรับฟังข้อคิดเห็น และหากเกิดปัญหาไม่ว่าจะเกิดจากฝ่ายลูกค้าเอง ทางร้านยังคงจะแก้ไขให้เสมอ การรับประกันสินค้า ทางร้านดูแลให้ หากแตกหักชำรุดที่หายจากการใช้งาน |
| **5. กลยุทธ์ด้านสถานที่** | |
| การจัดส่งสินค้าของทางร้าน เราขนส่งโดยรถส่งเฟอร์นิเจอร์ และอาจจะมี | ทางร้านได้ปรับปรุงแก้ไขโดยให้คนขับรถโทรหาลูกค้าก่อนทุกครั้ง เมื่อ |

| ก่อนการปรับปรุง | หลังการปรับปรุง |
|---|---|
| บางชิ้นที่ส่งทางพัสดุไปรษณีย์ เคอรี่ โดยทางลูกค้าแจ้งที่อยู่ไว้ชัดเจน ทำให้ไม่เกิดปัญหาในสถานที่จัดส่ง จะเกิดปัญหาเวลาไม่ค่อยตรงตามที่กำหนดไว้ เช่นลูกค้าสะดวกรับช่วงเช้า รถไปถึงช่วงสาย ลูกค้าส่วนมากจะสะดวกรับสินค้าในช่วงวันหยุดราชการเป็นส่วนใหญ่ แต่ถ้าเป็นร้านค้า หรือโรงแรมฯ จัดส่งได้ทุกวันทุกเวลา | เดินทาง นัดหมายเวลาที่สะดวกซึ่งทางผู้รับของจะได้เตรียมสถานที่ และคนรับของไว้รออย่างเหมาะสม |
| **6. กลยุทธ์ด้านเวลา** | |
| การรับทำสินค้าในแต่ละครั้ง ทางลูกค้าจะแจ้งให้ทางร้านทราบว่ามีกำหนดระยะเวลาในการทำสินค้าได้ระยะเวลาเท่าไหร่ ซึ่งทางร้านต้องคำนวณจำนวนสินค้า แล้วทำข้อตกลงเรื่องระยะเวลาในการจัดส่งให้ทันตามกำหนดเสมอ ความสารถในการจัดส่งสินค้าในแต่ละเที่ยวถึงที่หมายโดยปลอดภัย และได้ผลิตสินค้าตามที่ตกลงให้ทันต่อการใช้งานของลูกค้าในแต่ละรายได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งดูแลเรื่องการผลิตให้รวดเร็วทันใจ โดยการเพิ่มโอทีให้กับลูกน้องเพื่อที่จะผลิตสินค้าให้เร็วขึ้นด้วย | การรับทำสินค้าในแต่ละครั้งยังคงใช้วิธีที่ให้ทางลูกค้าแจ้งให้ทางร้านทราบว่ามีกำหนดระยะเวลาในการทำสินค้าได้ระยะเวลาเท่าไหร่ ซึ่งทางร้านจำเป็นต้องคำนวณจำนวนสินค้า แล้วทำข้อตกลงเรื่องระยะเวลาในการจัดส่งให้ทันตามกำหนดเสมอ ความสารถในการจัดส่งสินค้าในแต่ละเที่ยวถึงที่หมายโดยปลอดภัย และได้ผลิตสินค้าตามที่ตกลงให้ทันต่อการใช้งานของลูกค้าในแต่ละรายได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งดูแลเรื่องการผลิตให้รวดเร็วทันใจ |
| **7. กลยุทธ์ด้านราคา** | |
| เนื่องจากลูกค้าบางคนมองว่าสินค้าแต่ละร้านที่ตลาดริมเมยมีลักษณะคล้ายกัน | |

| ก่อนการปรับปรุง | หลังการปรับปรุง |
|---|---|
| แต่ทางร้านอาจจะดูราคาสูงกว่า แต่ถ้าเปรียบเทียบคุณภาพ ความละเอียดความสวยงามของสินค้าแล้วจะเห็นได้ว่าในแต่ละชนิดของทางร้านที่ไม่เหมือนร้านอื่น ซึ่งลูกค้าส่วนมากจะพึงพอใจกับสินค้าที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบราคาแล้ว ทางร้านทราบว่า ราคามีผลต่อการเลือกซื้อเป็นอย่างมาก จึงทำให้ทางร้านคัดเลือกไม้สักที่มีอายุมากคงความทนทานต่ออายุการใช้งานเพื่อให้คุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าซื้อไป | |

**4. อภิปรายผลการวิจัย**

จากผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) ด้านลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเอาใจใส่รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และการบริการที่ได้คุณภาพ ทั้งเรื่องความรู้เกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ การให้คำแนะนำและการใส่ใจดูแลต่อลูกค้า เพื่อที่จะเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น ทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านลูกค้าเกี่ยวกับเรื่องความเอาใจใส่เป็นจำนวนมาก 2) ด้านเวลา จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่องาน เนื่องจากหากทางร้านได้รับการติดต่องานจากลูกค้า ไม่ว่าจะช่องทางไหนในการสอบถามสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้า ทางร้านจะตอบคำถามของลูกค้าภายในวันนั้น ทั้งเรื่องราคาและรายละเอียดต่างๆ ซึ่งทำให้ลูกค้าพึงพอใจ มองว่าให้ความสนใจกับลูกค้ามาเป็นอันดับแรก จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจทางด้านเวลาเป็นจำนวนมาก 3) ด้านคุณภาพของสินค้า จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับเกี่ยวกับอายุการใช้งานที่ยาวนาน เนื่องจากทางร้านได้ใช้วิธีการคัดไม้สักที่มีอายุมากในการทำ

สินค้าแต่ละชิ้นให้กับทางลูกค้า โดยได้หาแหล่งไม้สักใหม่ๆ ตลอดเวลา คัดไม้สวยๆให้กับทางลูกค้าตามความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นขนาดหรือชนิดของงาน ทำให้มีคุณภาพของสินค้ามีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และความพึงพอใจด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.35 SD=0.67) ลำดับที่ 2 ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.33 SD=0.66) ลำดับที่ 3 ด้านคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.32 SD=0.76) และ 4 ลำดับที่น้อยที่สุด คือ 4) ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพอพึงใจกับราคาสินค้าตรงตามป้ายน้อยที่สุด เพราะทางร้านกำหนดราคาสินค้าโดยไม่รวมต้นทุนโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้าในราคาป้ายของสินค้า ทำให้ลูกค้า มองว่าสินค้าไม่ตรงตามป้าย ให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความมีความพึงพอใจกับราคาสินค้าตรงตามป้ายน้อยที่สุด รองลงมาเป็น 5) ด้านจำนวนสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อยเกี่ยวกับการได้รับสินค้าตามจำนวนที่ตกลง สินค้าทุกชิ้นที่ร้านจัดส่งจะถูกนับจำนวนและเขียนหมายเลขติดสินค้าในการจัดส่งทุกครั้ง ทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าครบตามจำนวนที่แต่อาจเกิดข้อผิดพลาด เป็นบางครั้งอาจมีสินค้าตกหล่นบ้าง ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจทางด้านจำนวนสินค้าน้อย เป็นส่วนใหญ่ ถัดมาเป็น 6) ด้านสินค้า จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพอพึงใจกับการออกแบบที่ถูกต้องน้อย อาจเกิดจากการดูแลหรือควบคุมช่างคนงานไม่ทั่วถึงและทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการออกแบบเกี่ยวกับตัวสินค้าได้ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่พึงพอใจกับการออกแบบสินค้า และสุดท้ายเป็น 7) ด้านสถานที่ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับระบุสถานที่หรือตำแหน่งได้อย่างชัดเจนน้อย ทางร้านได้ใช้วิธีการแชร์สถานที่หรือการแจ้งตำแหน่งที่ตั้งของร้าน ให้กับลูกค้าที่ต้องการจะเข้ามาติดต่องานหรือดูสินค้าที่ร้าน และเพื่อความถูกต้องแม่นยำทางร้านจะทำการการส่งรูปภาพสถานที่หรือรูปภาพหน้าร้านให้กับลูกค้า อาจจะเป็นทางLine หรือ Facebook แต่อาจเกิดข้อผิดพลาดทางระบบทำให้ตำแหน่งหรือสถานที่ผิดพลาด ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความมีความพึงพอใจในด้านระบุสถานที่หรือตำแหน่งได้น้อย

## 5. สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์นั้น การบริการที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจน้อยสุด คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$ =4.17 SD=0.66) รองลงมาเป็น ด้านจำนวนสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.19 SD=0.73) ถัดมาเป็น ด้านสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.23 SD=0.62) และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$=4.31 SD=0.68)

## 6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจากร้านไม้ราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี ผู้ร่วมทีมวิจัย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ตลอดจนให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับแนวทางในการศึกษาค้นคว้าความรู้ และประสบการณ์อย่างกว้างขวางในการทำรายงานวิจัยในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

## 7. เอกสารอ้างอิง

[1] ธันยมัย เจียรกุล. เรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. [Online]. เข้าถึงจาก http://academicpaper.pkru.ac.th. (สืบค้นวันที่ 10 ธันวาคม 2561)

[2] เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. การส่งสินค้าที่ถูกต้อง 7 ประเภทในงาน Logistics. [Online]. เข้าถึงจาก http://ioklogistics.blogspot.com/2017/07/7-logistics-7-right-7r.html. (สืบค้นวันที่ 13 ธันวาคม 2562)

[3] ณัฐพล เจริญนาน. แนวคิด 7R และการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรจุอาหารบริษัท เอกา. [Online]. เข้าถึงจาก http://logistics.ac.th/site/demo2.aspx?kid=816a27ae-e2b2-4753-aoc158504ab49fce. (สืบค้นวันที่ 22 ธันวาคม 2561)

[4] สุรีย์ลาวัณย์ สุวรรณรักษ์. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านไม้เฟอร์นิเจอร์กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. [Online]. เข้าถึงจาก http://academicpaper.pkru.ac.th. (สืบค้นวันที่ 5 ธันวาคม 2562)