



การตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ  
ในคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ  
ในคลังสินค้าบริษัท โชติธรรวัฒน์ จำกัด



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

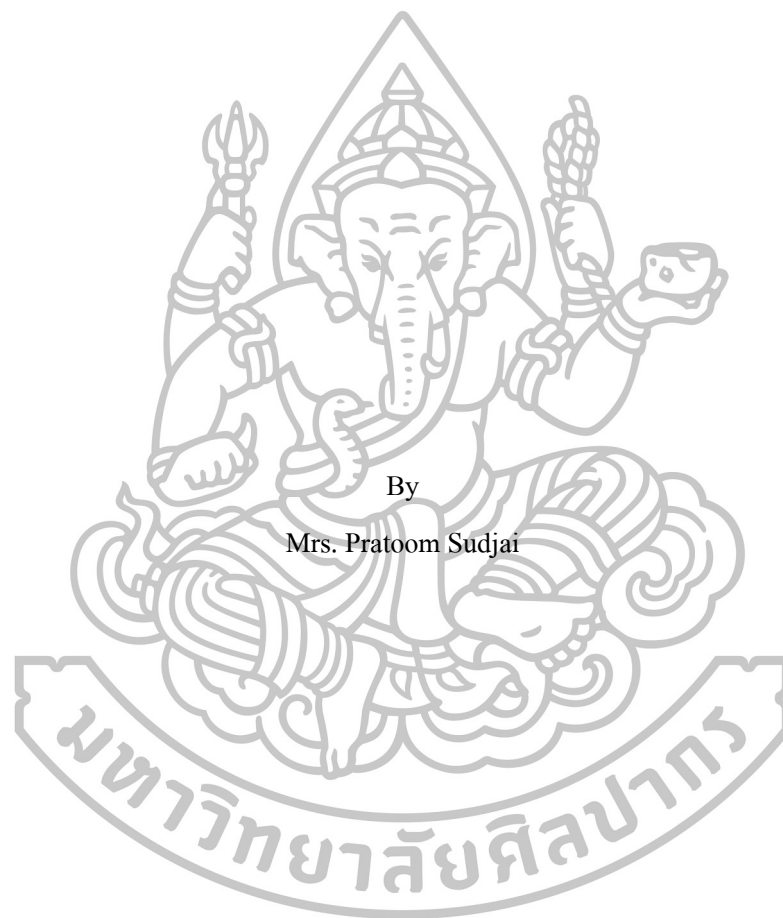
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DECISION LEASING IN CHODTHANAWAT CO., LTD.'S WAREHOUSE  
OF ESTABLISHMENT



By  
Mrs. Pratoom Sudjai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Business Administration

Master of Business Administration program

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2015

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การตัดสินใจเช่า  
คลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โขดิชนวัฒน์ จำกัด” เสนอโดยประทุม สุขใจ  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.โสภชา เอี่ยมโสภาส)

...../...../.....

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....



57602744 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำสำคัญ: คลังสินค้า/ การตัดสินใจ/ การเช่า

นางประทุม สุดใจ: การตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ. ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 112 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ การตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้าในบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด มีทั้งสิ้น 73 สถานประกอบการ สถานที่ในการศึกษาวิจัยคือ คลังสินค้าบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด ใน 3 เขตพื้นที่ ได้แก่ เขตบางนาตราด กม.1 เขตบางนาตราด กม.16 และพระราม 2

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบความแตกต่างของตัวแปร โดยใช้ One way ANOVA ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการประเภทขนถ่ายและชิ้นส่วน มีวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า จัดเก็บสินค้า และใช้เป็นสำนักงาน มีความต้องการรูปแบบคลังสินค้าที่เหมาะสมสำหรับ พื้นที่ผลิต จัดเก็บ พร้อมสำนักงาน สถานประกอบการส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย รองลงมา มีสัญชาติญี่ปุ่น และมีสัญชาติอื่นๆ ตามลำดับจำนวนพนักงานในแต่ละสถานประกอบการมีน้อยกว่า 50 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินงาน น้อยกว่า 10 ปี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

57602744 : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION. PROGRAM.

KEY WORDS: WAREHOUSE/ DECISION/ LEASING

MRS. PRATOOM SUDJAI: DECISION LEASING IN CHODTHANAWAT CO., LTD.'S WAREHOUSE of ESTABLISHMENT. THESIS ADVISORS: ASSOCIATE PROFESSOR PHITAK SIRIWONG. 112 pp.

This thesis has focused on the Establishments' Chodthanawat Co., Ltd. The 73 establishment renters have been used as the population sampling. The thesis' working place is Chodthanawat Co., Ltd.'s warehouse in the three areas as Bangna Trad kilometer no.1, Bangna Trad kilometer no.16 and Rama-II. The tool which is used to do this research is the confidential questionnaire test using the statistics programming. The statistics are used for data analysis. The descriptive statistic data are the frequency of arithmetic, percentage, means, inferential statistics, the standard deviation of One way ANOVA, and the correlation analysis using Pearson's Correlation Coefficient.

The results were shown that the Chodthanawat Co., Ltd.'s warehouse rent working place is almost contained by the spare parts of automobile industries. The leasing objectives are the manufacturing, stocks and used as the office. The warehouse had been planned to be the optimized warehouse practically for those manufactured, stocks and the office. All of establishment working place are native Thai Japanese and the others spectively which at least has the employees of 50 persons. The establishments' companies were founded for almost 10 years. Consequently, The results of hypothesis test were shown that the factor of work place did not effect to the selected warehouse decision as statistical significance at the level of 0.05. The composite marketing factors have the correlation coefficient as statistical significance at the level of 0.01. Likewise, the requirement and motivation have the same selected warehouse decision statistical significance at the level of 0.01.

---

Master of Business Administration. Program.

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2558

Thesis Advisors' signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยทำการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ และกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ ดร. โสภษา เอี่ยมโอภาส ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และตรวจสอบงานวิทยานิพนธ์ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนันทน์ หอมสุต และ ดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่สนับสนุนให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณนักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาประกอบการรุ่นที่ 7 ทุกคน ที่ให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจร่วมกันตลอดมา

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารบริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด ทุกท่านที่ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสได้ทำหัวข้อวิจัยนี้ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการและในด้านกิจการประเภทคลังสินค้า รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อองค์ความรู้ทางวิชาการ และเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารและบุคลากรสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าในคลังสินค้า บริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด ที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการให้ข้อมูลการวิจัยรวมทั้งได้ให้ความสำคัญ และเล็งเห็นถึงประโยชน์ทางการศึกษา ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยดี

ขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่เล็งเห็นความสำคัญและให้กำลังใจมาโดยตลอด

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอนแนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดีเสมอมา

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1    บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2    วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps).....	9
ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค.....	12
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ.....	20
ทฤษฎีเกี่ยวกับคลังสินค้า.....	25
คลังสินค้า บริษัท โฆติธนวัดน์ จำกัด.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
3    ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
ประชากร.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47



บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ.....	50
ความต้องการและแรงจูงใจ.....	54
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps).....	57
การตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้า.....	65
การทดสอบสมมติฐาน.....	66
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคลังสินค้า.....	73
5 สรุปลผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปลผลการวิจัย.....	74
อภิปรายผลผลการวิจัย.....	79
ข้อเสนอแนะ.....	86
รายการอ้างอิง.....	88
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	91
ภาคผนวก ข ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC).....	102
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัย.....	106
ภาคผนวก ง หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	108
ประวัติผู้วิจัย.....	112

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	มูลค่าการเช่าคลังสินค้ารายปี..... 3
2.1	รายละเอียดคลังสินค้าโครงการ บางนา-ตราด กม.1..... 31
2.2	รายละเอียดคลังสินค้าโครงการ บางนา-ตราด กม.16.....36
2.3	รายละเอียดคลังสินค้าโครงการ พระราม 2.....38
2.4	รายการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ.....40
3.1	ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....49
4.1	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ..... 50
4.2	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า.....51
4.3	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรูปแบบพื้นที่คลังสินค้าที่ต้องการ..... 52
4.4	จำนวนและร้อยละ จำแนกตาม โครงสร้างสัญญาลักษณะผู้บริหาร..... 52
4.5	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนพนักงานในสถานประกอบการ..... 53
4.6	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินกิจการ.....54
4.7	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายในที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 55
4.8	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 56
4.9	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 57
4.10	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 58
4.11	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 59
4.12	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 60
4.13	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ..... 61

4.14	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพและการ นำเสนอที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ.....	63
4.15	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ.....	65
4.16	สรุปส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถาน ประกอบการ.....	64
4.17	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถาน ประกอบการ.....	65
4.18	การเปรียบเทียบความแตกต่างประเภทสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลัง สินค้า.....	67
4.19	การเปรียบเทียบความแตกต่างวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่า คลังสินค้า.....	67
4.20	การเปรียบเทียบความแตกต่างรูปแบบพื้นที่ที่เช่าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า .....	68
4.21	การเปรียบเทียบความแตกต่างโครงสร้างสัณฐานคติของคณะผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจเช่า คลังสินค้า.....	68
4.22	การเปรียบเทียบความแตกต่างจำนวนพนักงานในสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่าคลังสินค้า.....	69
4.23	การเปรียบเทียบความแตกต่างระยะเวลาการดำเนินงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลัง สินค้า.....	70
4.24	สรุปผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่า คลังสินค้า.....	70
4.25	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจ เช่าคลังสินค้า.....	71
4.26	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจกับการตัดสินใจเช่า คลังสินค้า.....	71

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2.1	แผนที่โครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ บางนา-ตราด กม.1.....	35
2.2	ผังโครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ บางนา-ตราด กม.1.....	35
2.3	แผนที่โครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ บางนา-ตราด กม.16.....	37
2.4	ผังโครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ บางนา-ตราด กม.16.....	37
2.5	แผนที่โครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ พระราม 2.....	39
2.6	ผังโครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ กม.16.....	39



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ธุรกิจต่าง ๆ ได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วดังจะเห็นได้จากเศรษฐกิจโลก ปี 2557 IMF คาดว่า จะขยายตัว ร้อยละ 3.3 ส่วนเศรษฐกิจของไทย เมื่อปี 2557 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP ขยายตัวร้อยละ 0.6 การลงทุนในภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการลงทุนภาครัฐและการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของรัฐบาลขยายตัวดีขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2558) เป็นผลมาจากปัจจัยหลายด้านทั้งจากแนวโน้มความต้องการจากการบริโภคภาคเอกชน และการก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC จะทำให้ความต้องการสินค้าและการขนส่งไปยังประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้น อุตสาหกรรมจึงมีการปรับตัวเพิ่มฐานการผลิต ส่งผลให้ความต้องการคลังสินค้าสูงขึ้นตามมา

ปัจจุบันธุรกิจคลังสินค้านี้มีแนวโน้มที่จะเติบโต เนื่องจากมีแรงหนุนจากปัจจัยหลายด้าน อาทิ แนวโน้มการเติบโตของความเป็นเมือง (Urbanization) ความต้องการพื้นที่เช่าคลังสินค้าที่เพิ่มขึ้น การฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมการผลิต อีกทั้งความต้องการสินค้าและบริการในภูมิภาคต่าง ๆ ที่เติบโตรวดเร็ว ทำให้มีความต้องการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในบริเวณที่สำคัญต่อการคมนาคมในแต่ละภูมิภาค เพื่อใช้เป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญในการทำการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน จากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ และมูลค่าการค้าชายแดนเติบโตอย่างต่อเนื่อง มาร์กัส เบอร์ทเทนฮอฟ (2559) กล่าวว่า การแข่งขันในตลาดให้เช่าคลังสินค้าจะทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่สมุทรปราการ และอีสเทิร์นซีบอร์ด เนื่องจากมีโครงการพื้นที่คลังสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นในย่านดังกล่าว และนอกจากนี้คาดว่าจะมีการลงทุนในโครงการคลังสินค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากแผนพัฒนาการลงทุนมูลค่า 2 แสนล้านบาทจากรัฐบาลที่ใช้ในการก่อสร้างระบบการขนส่งจากปัจจัยทั้งหลายที่กล่าวมานี้ นับเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ธุรกิจคลังสินค้าให้เข้ามามีอนาคตค่อนข้างสดใส โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินว่า ธุรกิจให้บริการด้านคลังสินค้า (Outsource) น่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 9,600 ล้านบาท ในปี 2555 เติบโตร้อยละ 12.5 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดที่ระดับประมาณ 8,300 ล้านบาท ในปี 2554 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

คลังสินค้าเป็นส่วนสำคัญของเกือบทุกธุรกิจการบริหารการจัดเก็บสินค้าของภาคธุรกิจโดยส่วนใหญ่มักใช้คลังสินค้าภายในองค์กร แต่ก็มีบางองค์กรที่ใช้บริการจากภายนอก ปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายดำเนินธุรกิจให้บริการคลังสินค้าครบวงจร ในการเลือกรูปแบบคลังจัดเก็บสินค้านั้น ธุรกิจจะมุ่งเน้นถึงการลดต้นทุนการจัดเก็บ ทำให้ธุรกิจทั้งในภาคการผลิตและการบริการมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและกลยุทธ์ในกำหนดพื้นที่ตั้งของโรงงาน ตลอดจนการบริหารคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการรองรับความเสี่ยงในกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติที่อาจกระทบถึงความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยหน้าที่ของคลังสินค้าสามารถใช้งานให้เกิดประโยชน์ได้หลายรูปแบบ เช่น ลดต้นทุนการผลิต รองรับความแปรปรวนของอุปสงค์ โอกาสส่วนลดจากปริมาณการสั่งซื้อ รองรับการเปลี่ยนแปลงหรือการเก็งราคา การผลิตและการกระจายสินค้านานวัน และให้บริการลูกค้าได้ทันที เป็นต้น (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ม.ป.ป., อ้างถึงใน ศูนย์ข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการดำเนินการเป็นระบบให้คู่กับการลงทุน การควบคุมคุณภาพของการเก็บสินค้า การป้องกัน ลดการสูญเสียจากการดำเนินงาน และเพื่อสนับสนุนกระบวนการผลิตและการตลาดให้ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด เป็นองค์กรธุรกิจให้เช่าคลังสินค้า-โรงงานมีมาตรฐานที่โดดเด่นเป็นที่ยอมรับของอุตสาหกรรมต่าง ๆ และกลุ่มโลจิสติกส์ ภายในคลังสินค้านี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอย่างครบครันเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบบริการบำรุงรักษาอาคาร ระบบรักษาความปลอดภัย ลานจอดรถ ระบบอินเตอร์เน็ตความเร็วสูง และระบบกล้องวงจร CCTV เป็นต้น บริษัทโซติชนวัฒน์ จำกัด มีการเปิดให้บริการเช่าคลังสินค้า-โรงงานครอบคลุมเขตพื้นที่ธุรกิจชั้นนำ 3 แห่ง ได้แก่ บางนา-ตราด กม.1 (จุดขึ้นทางด่วนบางนา) บางนา-ตราด กม.16 (ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ) และพระราม 2 (ใกล้นิคมอุตสาหกรรม และมหาชัย) (บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด, 2558) มูลค่าการเช่าคลังสินค้าบริษัทโซติชนวัฒน์ จำกัด ดังนี้

ตารางที่ 1.1 สัดส่วนการเช่าคลังสินค้ารายปี<sup>1</sup>

ปี เขตพื้นที่	พ.ศ.2554	พ.ศ.2555	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2558
บางนา-ตราด กม. 1	93%	100%	89%	98%	100%
บางนา-ตราด กม. 16	96%	99%	95%	95%	88%
พระราม 2	99%	91%	76%	74%	63%
รวม	96%	97%	87%	89%	84%

จากรายงานการเช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ปี พ.ศ.2554 - 2558 พบว่า เขตพื้นที่บางนา-ตราด กม. 1 มีแนวโน้มสัดส่วนการเช่าเพิ่มขึ้น ส่วนคลังสินค้าเขตพื้นที่ บางนา-ตราด กม.16 และ คลังสินค้าพระราม 2 พบว่ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เป็นโครงการที่มีลักษณะการจัดเตรียมขนาดพื้นที่การเช่าไว้รองรับ สถานประกอบการที่มาใช้ บริการที่ยืดหยุ่นและหลากหลายขนาด การบริหารจัดการโดยการว่าจ้าง outsource มีมืออาชีพเข้ามา บริหารจัดการภายในโครงการไว้รับรองการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่สถานประกอบการที่มาใช้บริการเช่าคลังสินค้า ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ความสะอาด และการบริการหลังการขาย ดังนั้น การศึกษาความต้องการของสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้สถานประกอบการที่ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเพื่อรองรับความต้องการของสถานประกอบการผู้ใช้บริการที่หลากหลายในอนาคต

จากแนวโน้มลดลงของผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้าตามที่กล่าวในข้างต้น จึงเป็นสาเหตุ ที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุ ว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลให้เกิดปัญหาให้สถานประกอบการอื่นไม่ตัดสินใจมาใช้บริการ และปัจจัยใดที่ผู้ประกอบการควรจะนำกลับมาพิจารณาทบทวนและเพื่อเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของปัจจัยต่าง ๆ ที่จะปรับเปลี่ยน หรือเปลี่ยนแปลง หรือต้องพัฒนาปัจจัยใด เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรักษา สถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าเดิมไว้ และยังสามารถจูงใจสถานประกอบการรายอื่นให้ ความสนใจมาใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อกระตุ้นให้มีสัดส่วนการเช่าพื้นที่มากกว่าปัจจุบันที่มีอยู่ นอกเหนือจากผู้ประกอบการจะได้ประโยชน์จากการนำผลที่ได้รับมาพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแล้ว และเพื่อผู้ประกอบการอื่นที่สนใจทำธุรกิจด้านนี้ นำผลที่ได้ไปใช้กับกิจการ

<sup>1</sup> รายงานการเช่าคลังสินค้ารายปี บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าของผู้เช่าพื้นที่รายย่อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดมีสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ปวรศิริ มีสัจย์, 2555) ประเภทของอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ (วิรงรอง กานต์วิเศษณ์, 2554) อาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างๆ ได้มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหลายด้าน เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาจากสถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้าบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด

ด้วยการเจริญเติบโตของธุรกิจคลังสินค้า การพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้า นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการให้เช่าคลังสินค้าต้องมีการศึกษาอยู่ตลอดเวลาเพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด ปัจจัยที่ศึกษาได้แก่ ประเภทของสถานประกอบการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า และแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนาคงคลังสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการที่ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม เกิดความคุ้มค่าต่อสถานประกอบการผู้ใช้บริการ ตลอดจนประโยชน์ต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม และประโยชน์ต่อเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศที่กำลังพัฒนาในปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต้องการและแรงจูงใจกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

## 1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน



2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า
3. ปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

#### 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โขศิธรวัฒน์ จำกัด ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้





ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า ของสถานประกอบการที่ใช้บริการเช่าคลังสินค้าบริษัท โซติรณวัฒน์ จำกัด

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือสถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้าในส่วน โครงการคลังสินค้าของ บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีทั้งสิ้น 73 สถานประกอบการ

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา** คือ แบบสอบถาม

**เวลา** ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ คือ วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึงวันที่ 23 เมษายน 2559

**สถานที่** สถานที่ในการศึกษาวิจัยคือ โครงการคลังสินค้าให้เช่าของบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ตั้งอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 โซน คือ บางนา-ตราด กม.1 บางนา-ตราด กม.16 และ พระราม 2

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า ประกอบด้วย ประเภทสถานประกอบการ โครงสร้างคณะผู้บริหาร อายุของสถานประกอบการ จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ วัตถุประสงค์การในการเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ และรูปแบบพื้นที่ที่สถานประกอบการต้องการเช่า เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนาคลังสินค้าให้ตรงตามลักษณะของสถานประกอบการนั้น ๆ
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps) ที่สถานประกอบการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจรายด้านในระดับมาก หรือระดับน้อย และนำไปปรับปรุง พัฒนาให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ
3. ทราบถึงระดับความต้องการและแรงจูงใจที่สำคัญของสถานประกอบการ และนำไปพัฒนาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ส่งผลต่อการเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ
4. ทราบถึงปัจจัยสำคัญ ที่ใช้ในการตัดสินใจของสถานประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคลังสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ และประโยชน์ต่อผู้สนใจที่เกี่ยวข้องในการนำผลการวิจัยไปใช้

### 1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

**คลังสินค้า** หมายถึง สิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่อใช้ในการพักและเก็บรักษาสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด

**ลักษณะสถานประกอบการ** หมายถึง สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด

**ประเภทสถานประกอบการ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่สถานประกอบการดำเนินกิจการ  
**โครงสร้างคณะผู้บริหาร** หมายถึง ประเภทที่เริ่มต้นดำเนินการของสถานประกอบการ

อายุของสถานประกอบการ หมายถึง ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการนับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งถึงปัจจุบัน

จำนวนพนักงาน หมายถึง จำนวนบุคลากรภายในสถานประกอบการทั้งหมด  
วัตถุประสงค์การเช่าคลังสินค้า หมายถึง การใช้ประโยชน์ของพื้นที่คลังสินค้า  
รูปแบบพื้นที่ที่เช่า หมายถึง ลักษณะของคลังสินค้าที่สถานประกอบการต้องการเช่า

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ** หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด  
บริการคลังสินค้าบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะการให้เช่าคลังสินค้าของบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด  
ราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเช่าคลังสินค้าของบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด  
ช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) หมายถึง สถานที่ตั้งของบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด  
การส่งเสริม หมายถึง การสร้างปัจจัยสนับสนุนแรงจูงใจให้สถานประกอบการในการเช่า  
คลังสินค้าบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด

บุคลากร หมายถึง ผู้ให้บริการของบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด  
กายภาพและการนำเสนอ หมายถึง รูปแบบวิธีการให้บริการภายในคลังสินค้า  
กระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการดำเนินงานคลังสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเช่า  
คลังสินค้า

**ความต้องการและแรงจูงใจ** หมายถึง ความต้องการเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ  
ประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก

แรงจูงใจภายใน หมายถึง ความต้องการของสถานประกอบการเอง โดยไม่มีปัจจัยอื่น ๆ  
จากภายนอกมาเกี่ยวข้อง

แรงจูงใจภายนอก หมายถึง ความต้องการที่สถานประกอบการได้รับแรงกระตุ้นจาก  
ภายนอก

**การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า** หมายถึง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถาน  
ประกอบการที่ใช้บริการคลังสินค้าบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ หมายถึง ตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการเกี่ยวกับ  
คลังสินค้า
2. ค้นหาข้อมูล หมายถึง การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า
3. ประเมินทางเลือก หมายถึง การประเมินทางเลือกจากข้อมูลคลังสินค้า
4. ตัดสินใจเลือก หมายถึง การตัดสินใจเลือกคลังสินค้าจากหลากหลายทางเลือกที่มีอยู่

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ ได้สนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ ในคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ผู้ศึกษาได้มีการทบทวนศึกษา จากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps)
2. ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค
3. ทฤษฎีการตัดสินใจ
4. คลังสินค้า
5. คลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps)

การศึกษาการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 Ps) เนื่องจากบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการให้บริการคลังสินค้าแก่สถานประกอบการต่าง ๆ ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ ผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่จำเป็นที่บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ให้ความสำคัญ เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาคลังสินค้าเพื่อให้ตอบสนองตรงตามความต้องการของสถานประกอบการมากที่สุด ยุภาวรรณวรรณวานิชย์ (2556) อธิบายเกี่ยวกับธุรกิจบริการ ดังนี้

ธุรกิจบริการ หมายถึง องค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการนี้อาจจะเป็นการให้หรือขายบริการทางตรง หรือทางอ้อมก็ได้ และธุรกิจบริการสามารถแบ่งตามลักษณะของการบริการได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยตรง เป็นธุรกิจที่มีการซื้อขายโดยตรงสู่ลูกค้า เช่น บริการทางการศึกษา บริการทางการเงิน ธุรกิจประเภทนี้ ควรปรับปรุงการให้บริการให้ทันสมัย อยู่เสมอ การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และเอาใจใส่ลูกค้าตลอดจนความพยายามให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักและเป้าหมายรองด้วย

2. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยทางอ้อม เป็นธุรกิจที่ขายบริการโดยมีสิ่งอื่นเป็นเครื่องมือ เช่น บริการให้เช่า จะต้องมีบ้าน รถ หรือสถานที่ให้เช่า ซึ่งธุรกิจให้เช่าคลังสินค้ารวมอยู่ในประเภทนี้ด้วย ธุรกิจประเภทนี้ควรเน้นไปที่การตรวจสอบเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่ให้บริการให้ปลอดภัย ทันสมัย และพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

3. ธุรกิจบริการที่ขายบริการอยู่ต่อเนื่อง เป็นธุรกิจที่จะให้บริการควบไปกับการขายสินค้า ซึ่งอาจจะให้บริการ ก่อน ระหว่าง หรือหลังการขายก็ได้ แต่จะเน้นไปที่การบริการหลังการขาย มากกว่า ในกรณีที่คุณภาพสินค้าใกล้เคียงกันการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่จะใช้ในการตัดสินใจซื้อ เช่นบริษัทจำหน่ายรถยนต์

ดังนั้น ในการตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้า ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาศึกษา เพื่อนำไปปรับใช้วางแผนในการให้บริการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ฟิลิป คอตเลอร์ อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาดว่า (The Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้อง กับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ปัจจุบันมีการพัฒนาโดยมีการบริการเข้าร่วมด้วย เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7 Ps) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดขององค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่ม มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในการให้เช่าคลังสินค้านั้น ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service Product) การที่จะสร้างความมั่นใจ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้าลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวกับ วิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดและคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ในส่วนของ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้า เป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาถึงความเหมาะสม กับลูกค้าโดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาด อาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคลโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนอ อย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กรตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้าการเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้เช่น ธุรกิจ โรงภาพยนตร์ ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะในด้านความสะดวกความรวดเร็วในการจำหน่ายตัว หรือคุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติ ในด้านการบริการ ที่นำเสนอกับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ลูกค้า เกิดความประทับใจ

สรุป ส่วนประสมทางการตลาด คือ การรวมเครื่องมือที่สำคัญทางการตลาด 7 กลุ่ม เพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมการขาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ ซึ่งเครื่องมือทั้ง 7 กลุ่ม ที่นำมาใช้ในกิจกรรมการขาย จะต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเพื่อให้ตรงตามความต้องการและเกิดกิจกรรมการเลือกซื้อของเป้าหมายเกิดขึ้น นอกจากส่วนประสมทางการตลาดแล้ว การทราบถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้เข้าคลังสินค้าก็มีส่วนสนับสนุนในการตัดสินใจเลือกซื้อ (รายละเอียดในหัวข้อที่ 2)

## 2. ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

ซูซีย์ สมิททิไกร (2557: 214-215) กล่าวว่า ความต้องการและแรงจูงใจเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่สำคัญประการหนึ่ง การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงที่มาและรูปแบบของการบริโภคของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในส่วนนี้จะได้กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคโดยละเอียด ดังนี้

### 2.1 ลักษณะของความต้องการ

ความต้องการของมนุษย์โดยทั่วไป มีลักษณะดังต่อไปนี้



1. ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นตลอดเวลา ความต้องการของมนุษย์เป็นผลจากการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะในอุดมคติ (ideal state) กับสถานะในความเป็นจริง (actual state) สถานะในอุดมคติ คือ สถานะที่บุคคลมีความปรารถนาอยากจะทำให้เกิดขึ้น ส่วนสถานะในความเป็นจริงคือสถานะที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น มนุษย์จึงมีความต้องการเกิดขึ้นตลอดเวลาอันเป็นผลมาจากการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะทั้งสองดังกล่าว

2. ความต้องการของมนุษย์มีทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ มนุษย์เกิดมาพร้อมความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ ความต้องการทางด้านร่างกาย (biological needs) เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีชีวิตรอดต่อไป เมื่อเกิดความหิว ความกระหาย ความอยาก หรือความต้องการด้านร่างกายอื่น ๆ มนุษย์จำเป็นต้องแสวงหาสิ่งที่สามารถตอบสนองให้ร่างกายกลับเข้าสู่สภาวะสมดุล นอกจากนั้น มนุษย์ยังมีความต้องการด้านจิตใจ (psychological needs) ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์มีความสุขและความพึงพอใจ เช่น ความต้องการยกย่องนับถือจากผู้อื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองด้านจิตใจเช่นเดียวกับด้านร่างกาย

3. ความต้องการของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เมื่อความต้องการหนึ่ง ๆ ของบุคคลได้รับการตอบสนองแล้ว เขาอาจมีความต้องการใหม่เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น เมื่อความต้องการอยากจะมีรถยนต์ส่วนตัวบรรลุผลสำเร็จแล้ว ผู้บริโภคมักจะมีความต้องการที่จะมีรถยนต์ที่หรูหรามีขนาดใหญ่กว่าเดิม

4. ความต้องการของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างทางด้านร่างกายและลักษณะทางจิตวิทยาต่าง ๆ เช่น บุคลิกภาพ การเรียนรู้ ค่านิยม

## 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค

ซูซีย์ สมิททิกอร์ (2557: 215) การเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น ในบทนี้จะนำเสนอแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่สำคัญรวม 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

### 2.2.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น

มาสโลว์ (Maslow 1943, อ้างถึงใน ซูซีย์ สมิททิกอร์ 2557: 215) ได้เสนอ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น (hierarchy of needs theory) โดยมีสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการตามลำดับขั้น เมื่อความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความสำคัญของความต้องการนั้นก็จะลดลง และจะพยายามตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

2. ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน และความต้องการจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น เมื่อเกิดความหิว การระงับความหิวจะเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการมากที่สุด และความต้องการนี้จะลดลงเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว

3. ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

4. วิธีการตอบสนองความต้องการในระดับสูง มีความหลากหลายมากกว่าการตอบสนองความต้องการในระดับต่ำ

มาสโลว์ (Maslow 1943, อ้างถึงใน ชูชัย-สมิทธิไกร 2557: 216) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ชั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (physiological needs) เป็นความต้องการทางด้านร่างกายของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไป เมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (safety needs) ความต้องการความปลอดภัยเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว ความปลอดภัยดังกล่าว มี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายและความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี ส่วนความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง

3. ความต้องการทางสังคม (social needs) หมายถึง ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เช่น มิตรภาพ การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการยกย่องนับถือ (esteem needs) หมายถึง ความต้องการที่จะได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีตำแหน่งและเกียรติยศ และการมีสภาพทางสังคม

5. ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs) หมายถึง ความต้องการที่พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การได้ทำงานที่ท้าทาย และการประสบผลสำเร็จในสิ่งที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้บรรลุถึงจุดสูงสุดในชีวิต

มาสโลว์ ได้จำแนกความต้องการทั้งห้าขั้นของมนุษย์ ออกเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (lower-order needs) ได้แก่ความต้องการด้านสรีระ และความต้องการด้านความปลอดภัย สำหรับความต้องการในระดับสูง (higher-order needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการความยอมรับนับถือ และความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน

### 2.2.2 ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

แมคเคลแลนด์ (McClelland 1961, อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร 2557: 217) ได้เสนอ *ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท (a trio of basic needs theory)* โดยกล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ และสามารถจำแนกความต้องการได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (need of achievement) หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จจากการทำงาน ความต้องการนี้กระตุ้นให้บุคคลตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ทำงานหนัก และใช้ทักษะและความสามารถที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนถึงความสำเร็จ เช่น สินค้าที่หรูหรา หรือหาได้ยาก การวิจัยของ (Erickson & Sirgy 1989, อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร 2557: 217) ซึ่งศึกษาเรื่องความต้องการความสำเร็จกับพฤติกรรมการแต่งกาย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรเพศหญิงของมหาวิทยาลัย พบว่ากลุ่มที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะชอบใส่เสื้อผ้าแบบนักธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มที่ขาดความต้องการความสำเร็จจะชอบใส่เสื้อผ้าแบบอื่น ๆ เช่น แบบผู้หญิงหวาน ชุดลำลอง

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (need for affiliation) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผู้ที่มีความต้องการนี้สูงจะให้ความสำคัญแก่มิตรภาพ และเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และความต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น นอกจากนี้ ยังมีจะปฏิบัติตามบรรทัดฐานและกฎระเบียบต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสัมพันธ์สูง จึงมีแนวโน้มต้องการใช้สินค้าและบริการที่สามารถแบ่งปันหรือบริโภคร่วมกันในกลุ่ม เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ความต้องการอำนาจ (need for power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม สามารถมีอิทธิพลและขึ้นผู้อื่นได้ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนให้เห็นว่าตนสามารถมีอำนาจเหนือผู้อื่น เช่น เครื่องเสียงมีพลังขับสูง

### 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

(ชูชัย สมितिไกร 2557: 217) อธิบายว่า ความต้องการด้านต่าง ๆ ของบุคคล คือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ผลักดันให้บุคคลมีการกระทำต่าง ๆ ซึ่งภาวะที่บุคคลมีแรงผลักดันเกิดขึ้นใน

จิตใจนี้เรียกว่า การมีแรงจูงใจ (Motivation) บุคคลที่มีแรงจูงใจจะมีพลังและความกระตือรือร้นที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างมีทิศทาง เพื่อตอบสนองความต้องการและบรรลุเป้าหมายของตน ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคมีความต้องการจะมีโทรศัพท์มือถือ แต่ในความเป็นจริงยังไม่มี ความต้องการที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตึงเครียดในใจ (Tension) ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อลดความตึงเครียดนี้ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป บางคนอาจจะเลือกวิธีการผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวด ๆ เพื่อให้สินค้าที่ตนเองต้องการ แต่บางคนก็อาจเลือกที่จะอดทนรอ จนกว่าจะเก็บเงินได้ครบตามราคาสินค้า ทั้งนี้การเลือกพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคล (เช่น การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ค่านิยม) และสถานการณ์ในขณะนั้น

## 2.4 ประเภทของแรงจูงใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 107-108) ประเภทของแรงจูงใจ (Type of Motivation) นักจิตวิทยาได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.4.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในการกระทำ การเรียนรู้ หรือการแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยไม่ต้องให้ผู้อื่นมาเกี่ยวข้อง การจูงใจประเภทนี้ ได้แก่

1. ความต้องการ (Need) เนื่องจากทุกคนมีความต้องการอยู่ภายใน อันจะทำให้เกิดแรงขับ แรงขับนี้ก่อนจะเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความพอใจ เช่น พนักงานต้องการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจให้พยายามทำความเข้าอกกับงาน และตั้งใจทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จที่ต้องการ

2. ทักษะคติ (Attitude) หมายถึงความรู้สึคนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น พนักงานพอใจผู้จัดการและพอใจวิธีการทำงาน ทำให้เขามีความตั้งใจในการทำงานเป็นพิเศษ

3. ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ จัดว่าเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความเอาใจใส่เรื่องนั้น ๆ มากกว่าปกติ

2.4.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) หมายถึง สภาวะบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดมุ่งหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ ได้แก่

1. เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล บุคคลมีเป้าหมายในการกระทำใด ๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น พนักงานทดลองงานมีเป้าหมายที่จะได้รับการบรรจุเข้าทำงานในองค์กรนั้น ๆ จึงใช้ความพยายามตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่

2. ความรู้กับความก้าวหน้า บุคคลที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมนั้นขึ้น เช่น พนักงานเห็นเพื่อประสบความสำเร็จจากการทำงานก็พยายามทำให้เป็นเช่นนั้นบ้าง ทำให้มีกำลังใจที่จะทำงานอย่างเต็มที่

3. บุคลิกภาพความประทับใจ อันเกิดจากบุคลิกภาพจะก่อให้เกิดแรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ เช่น การให้รางวัลอันเป็นสิ่งกระตุ้นให้อยากกระทำ หรือการลงโทษเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ไม่อยากกระทำ

### 2.5 คุณภาพของแรงจูงใจ

ชูชัย สมितिไกร (2557: 219) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้ว คุณภาพ (quality) ของแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ความเข้ม (trength) และทิศทาง (direction) ความเข้มของแรงจูงใจ หมายถึง ระดับความเต็มใจที่จะทุ่มเทความมานะพยายาม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคล (Solomon 2009, อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร 2557: 219) ผู้บริโภคที่มีความเข้มของแรงจูงใจสูง จะทุ่มเทความพยายามในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้ตามที่ต้องการ ส่วนทิศทางของแรงจูงใจ หมายถึง วิธีทางที่บุคคลกระทำเพื่อลดความตึงเครียดในใจและบรรลุถึงสิ่งที่ต้องการ ในยามที่คุณภาพของแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ มีทั้งความเข้มและทิศทาง เช่น ในกรณีที่บุคคลหนึ่งรู้สึกหิวและต้องการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก บุคคลนั้นก็จะมีความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามและการเลือกวิธีการที่ดีที่สุด เพื่อให้ตนเองได้รับประทานอาหารตามความต้องการ

นักจิตวิทยาได้เสนอแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่ออธิบายว่า เพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีแรงจูงใจที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ในที่นี้จะกล่าวถึง ทฤษฎีแรงขับและทฤษฎีความคาดหวัง

1. **ทฤษฎีแรงขับ (drive theory)** ทฤษฎีนี้เสนอว่า ความต้องการด้านชีววิทยาของมนุษย์เป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดสถานะที่ไม่น่าปรารถนาหรือไม่สมดุล ซึ่งทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อลดความไม่สมดุลนี้ ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลรู้สึกกระหายน้ำซึ่งเป็นความต้องการด้านชีววิทยาชนิดหนึ่ง บุคคลนั้นก็จะพยายามทำทุกวิธีทางเพื่อให้ได้ดื่มน้ำ และทำให้ตนเองกลับคืนสู่สถานะที่สมดุล (homeostasis) อีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ไม่สามารถจะอธิบายพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์ได้ และบางครั้งมนุษย์กลับกระทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับสิ่งที่ทฤษฎีนี้ได้กล่าวไว้ ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่บุคคลทราบว่า จะได้รับประทานอาหารเมื่อค่ำราคาแพง ณ ภัตตาคารอันหรูหราก็อาจจะเลือกที่จะไม่รับประทานอาหารใด ๆ ก่อนจะถึงอาหารเมื่อค่ำ แม้ว่าจจะรู้สึกหิวก็ตาม

2. ทฤษฎีความหวัง (expectancy theory) ทฤษฎีนี้เสนอว่า มนุษย์แต่ละคนเป็นนักตัดสินใจ ที่มีเหตุผล และจะเลือกกระทำแต่สิ่งๆ ที่คิดว่า จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนาสำหรับตนเอง (Vroom, 1964) เมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจว่าจะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือไม่ แต่ละบุคคลจะถามตนเองว่า “ฉันจะได้อะไรจากการกระทำเช่นนั้น” บุคคลนั้นจะตัดสินใจทำ เมื่อเขาคิดว่ามีโอกาasเป็นไปได้อย่างสูงที่ การกระทำนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนา ดังนั้น องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนี้จึง ประกอบด้วย 1. ผลลัพธ์ 2. คุณค่าของผลลัพธ์ 3. ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายามและการปฏิบัติงาน และ 4. ความคาดหวังเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและผลลัพธ์

1. ผลลัพธ์ (outcome) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การได้รับความยอมรับจากเพื่อนฝูง การได้รับคำยกย่องชมเชย

2. คุณค่าของผลลัพธ์ (valence) หมายถึง ความน่าปรารถนาหรือความน่าพอใจของผลลัพธ์ตามความรับรู้ของบุคคล ตัวอย่างเช่น ผู้บริ โภค ก. อาจให้คุณค่าแก่การได้รับความยอมรับ จากกลุ่มเพื่อนมากกว่าคำชมเชยของพ่อแม่ แต่ผู้บริ โภค ข. อาจจะให้คุณค่าในทางตรงกันข้ามก็ได้

3. ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายามและความสำเร็จในการกระทำ (effort performance expectancy) หมายถึง ความเป็นไปได้ (ตามความรับรู้ของบุคคล) ที่ว่าความพยายามจะนำไปสู่ความสำเร็จในการกระทำ ตัวอย่างเช่น วัยรุ่นคนหนึ่งคิดว่า หากตนเองทุ่มเทความพยายาม ศึกษาแข่งขันการแต่งกายแบบเกาหลีที่กำลังเป็นที่นิยมแล้ว ก็จะทำให้ตนเองสามารถแต่งกายตาม แฟชั่นนี้ได้อย่างที่ต้องการ

4. ความคาดหวังเกี่ยวกับความสำเร็จในการกระทำและผลลัพธ์ (performance outcome expectancy) หมายถึง ความเป็นไปได้ (ตามความรับรู้ของบุคคล) ที่ว่าความสำเร็จในการกระทำจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนา ตัวอย่างเช่น หากสามารถแต่งกายตามแฟชั่นได้แล้ว จะทำให้ได้รับความยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

ทฤษฎีความคาดหวังเชื่อว่า ก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจว่าตนเองจะทุ่มเทความ พยายามมากหรือน้อย เขาจะถามตนเองก่อนว่า (1) ความพยายามนี้จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือไม่ (2) ความสำเร็จนี้จะทำให้ได้รับผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้หรือไม่ และ (3) ผลลัพธ์ที่ได้นี้ มีความน่า ปรารถนามากเพียงไร

## 2.6 ความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภค

ซูซีย์ สมิททิลไกร (2557: 223) ให้ความหมายว่าความรู้สึกเกี่ยวพัน (involvement) หมายถึง ภาวะที่ผู้บริโภครับรู้ว่ามีสิ่งเร้าหนึ่ง ๆ มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตนเอง โดยประเมินจากความ ต้องการ ค่านิยม และความสนใจของตนเอง (Zaichkowsky 1985, อ้างถึงใน ซูซีย์ สมิททิลไกร 2557:

223) สิ่งเร้าในที่นี้ อาจจะเป็น ได้ทั้งผลิตภัณฑ์ โฆษณา หรือการตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกเกี่ยวพันเป็นสิ่งที่สะท้อนให้ทราบว่าผู้บริโภคมีแรงจูงใจมากเพียงไรในการรับและประมวลข้อมูลต่าง ๆ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูงมากเท่าไร ก็จะให้ความใส่ใจและการทำความเข้าใจข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ ความเกี่ยวพันยังมักจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขณะชั่วขณะ เช่น ในกรณีที่สินค้ามีราคาแพง เป็นสินค้าที่ซื้อนาน ๆ ครั้ง หรือผู้บริโภคไม่มีความคุ้นเคยกับประเภทและยี่ห้อผลิตภัณฑ์ หรือในกรณีที่การซื้อนั้น อาจมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของตนเอง หรือมีความเสี่ยงสูงในการซื้อ

### 2.6.1 ประเภทของความรู้สึกเกี่ยวพัน

ความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (Solomon 2009, อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร 2557: 224) ดังนี้

1. ความรู้สึกเกี่ยวพันที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (product involvement) หมายถึง ระดับความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวพันต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ในระดับสูง ย่อมมีแรงจูงใจที่จะทุ่มเทเวลา พลังงานและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลและผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2. ความรู้สึกเกี่ยวพันที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร (message response involvement) หมายถึง ความสนใจของผู้บริโภคที่จะประมวลข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปแล้วโทรทัศน์เป็นสื่อที่สร้างความรู้สึกเกี่ยวพันได้น้อย เนื่องจากผู้บริโภคมีบทบาทเป็นเพียงผู้รับชมสื่อ โดยมีอำนาจควบคุมข้อมูลข่าวสารได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่สร้างความรู้สึกเกี่ยวพันได้มากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคสามารถประมวลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้มากกว่า โดยอาจจะหยุดอ่านและคิดไตร่ตรองในเนื้อหาสาระได้ตลอดเวลา

3. ความรู้สึกเกี่ยวพันด้านสถานการณ์ (purchase situation involvement) หมายถึง ความแตกต่างด้านแรงจูงใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน แต่อยู่ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น หากผู้บริโภคต้องการซื้อของขวัญที่สร้างความประทับใจให้แก่คนรัก ผู้บริโภคจะพยายามเลือกเฟ้นตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์ดี แต่หากเป็นการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้ให้แก่ตนเอง ผู้บริโภคอาจจะไม่พิถีพิถันในการเลือกตราสินค้ามากนัก

### 2.6.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ (Blackwell et al 2007, อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร 2557: 223) ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบุคคล เช่น ภาพลักษณ์ของตนเอง (self-image) สุขภาพ หรือความงามทางร่างกาย ผู้บริโภคจะมี

ความรู้สึกเกี่ยวพันสูง หากรับรู้ว่าคุณค่าหรือบริการนั้นสนับสนุนภาพลักษณ์ของตนเอง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะมีความเกี่ยวพันสูงในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อภาพลักษณ์และความงามของตน

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (product factors) ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูง หากรับรู้ว่ามีความเสี่ยงในการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงตามการรับรู้ของผู้บริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่อาจทำอันตรายต่อร่างกายและจิตใจ (เช่น ยา เครื่องสำอาง) ผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน (เช่น หุ้น พันธบัตร) ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง (เช่น บ้าน รถยนต์)

3. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (situation factors) Zaichkowsky, 1985 อ้างถึงใน ชูชัย สมितिโร (2557: 225) กล่าวว่า ปัจจัยด้านนี้เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์ของการบริโภค เช่น ซื้อไปเพื่อบริโภคเองหรือซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ซื้อเพื่อบริโภคเองคนเดียวหรือบริโภกร่วมกับผู้อื่น ผู้บริโภคจะรู้สึกมีความเกี่ยวพันมากน้อยต่างกัน เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน การวิจัยได้พบว่า ผู้บริโภคจะรู้สึกกดดันให้เลือกซื้อไวน์ที่มีราคาแพงและมีชื่อเสียง เมื่อการชื้อนั้นเป็นไปเพื่อเลี้ยงรับรองเพื่อนฝูง

สรุป ความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่สำคัญ คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท ความต้องการด้านต่าง ๆ ของบุคคล คือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำต่าง ๆ ซึ่งภาวะที่บุคคลมีแรงผลักดันเกิดขึ้นในจิตใจนี้ เรียกว่า การมีแรงจูงใจ ซึ่งจะเป็นเหตุปัจจัยที่มีผลต่อกิจกรรมการตัดสินใจเลือก

### 3. แนวคิดและทฤษฎีในการตัดสินใจ

#### 3.1 ความหมาย

การตัดสินใจ เป็นผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)



### 3.2 ความสำคัญของการตัดสินใจ (Decision)

ทฤษฎีการบริหารองค์การในยุคหนึ่งได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร (Management Process) อันได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนาจและการควบคุม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปว่า แม้ว่าจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดก็ตามแต่ถ้าขาดการตัดสินใจที่ดีพอแล้วยากที่จะทำให้การบริหารองค์การสู่ความสำเร็จได้ การตัดสินใจ จึงมีความสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การตัดสินใจเป็นเครื่องวัดความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เป็นผู้บริหารในระดับต่าง ๆ จะต้องแสดงความรู้ ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีกว่าผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารจะต้องมีเหตุผล มีหลักการ มีเจตคติและวิจรรณญาณที่ดีกว่า ความสามารถในการตัดสินใจคือมูลค่าเพิ่มที่ผู้บริหารต้องทำให้เห็นว่าเป็นความแตกต่างที่สมแล้วกับค่าจ้างเงินเดือนในตำแหน่งผู้บริหาร

2. การตัดสินใจเป็นมรรควิธีนำไปสู่เป้าหมายขององค์การ ผู้บริหารควรตระหนักเสมอว่า การตัดสินใจมิใช่เป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง แต่เป็นมรรควิธี แนวทาง วิธีการและเครื่องมือที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้น การกำหนดเป้าหมายขององค์การให้ชัดเจนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเริ่มต้น การหาวิธีการและแนวทางปฏิบัติที่หลากหลายก็เป็นขั้นตอนที่กระทำตามมา และนี่คือการตัดสินใจนั่นเอง การกำหนดแนวทางวิธีการที่ดีที่หลากหลายและสร้างสรรค์จะนำไปให้องค์การสู่ความสำเร็จได้

3. การตัดสินใจเป็นเสมือนสมองขององค์การ การตัดสินใจที่ดีก็เหมือนกับคนเรามีสมอง และระบบประสาทที่ดีก็จะทำให้ตัวเราประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัวและชีวิตทางสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันถ้าเป็นการตัดสินใจขององค์การที่ดีก็จะต้องมีสมอง และระบบประสาทขององค์การที่ดีด้วย จึงจะทำให้ให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้ ผู้บริหารที่ดีจะต้องกระตือรือร้น ใฝ่หาแนวทางแก้ไขปัญหายุ่ตลอดเวลา จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ กำหนดแนวทางใหม่ ๆ ยกระดับมาตรฐานและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ได้

4. การตัดสินใจปัญหาเป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหาในอนาคต ในทฤษฎีการตัดสินใจทั่วไปมองว่าเป็นการแก้ไขปัญหาคือในอดีต ซึ่งได้แก่ปัญหาข้อขัดข้องซึ่งมีสะสมมาตั้งแต่ในอดีต และมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งก็ไม่สามารถแก้ปัญหาได้หมดสิ้นและยังมีปัญหาใหม่ ๆ เข้ามาอีกมากมาย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิด (paradigm) ในการมองปัญหาใหม่ให้มองไปถึงปัญหาในอนาคต ซึ่งได้แก่ปัญหาป้องกัน รู้แล้วว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ก็ควรมีการตัดสินใจล่วงหน้าก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้น ปัญหาเชิงพัฒนาที่เป็นอีกเรื่องหนึ่งซึ่งผู้บริหารต้องให้ความสนใจ เป็นการมองโดย

ใช้วิสัยทัศน์ (vision) ของผู้บริหารในการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต กำหนดภาพอนาคต (scenario) ไว้พร้อมกำหนดทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาในแต่ละภาพอนาคตนั้นด้วย อาทิ ภาพอนาคต มุ่งเน้น 3 C ได้แก่ ลูกค้า (Customer) การแข่งขัน (Competition) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ดังนั้นผู้บริหารเตรียมการที่จะคิดวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นกลยุทธ์ในการบริการลูกค้าเหนือความคาดหวัง กลยุทธ์การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ และกลยุทธ์ คู่องค์กรอัจฉริยะ เป็นต้น

### 3.3 แนวคิดกระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making)

ซูซึ สมิตชิโกร (2557: 68) กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างมี จุดมุ่งหมายเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยเจตนาและผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรอง ทั้งนี้เพื่อให้การ บริโภคเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ก่อนจะมีการซื้อสินค้าหรือบริการ ใดๆ ผู้บริโภคจะมีการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองสามารถซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้อย่าง ถูกต้องที่สุด ซึ่งก่อนการซื้อ และการใช้จริงจะเกิดขึ้น ผู้บริโภคจะมีกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งแบ่งได้ เป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างเด่นชัดระหว่างสถานะในอุดมคติ (Ideal State) กับสถานะในความเป็นจริง สถานะในอุดมคติ คือ สถานะที่ผู้บริโภคมีความปรารถนาอยากให้เกิดขึ้น ส่วนสถานะในความเป็นจริง คือ สถานะที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน

#### 2. การค้นหาข้อมูล

เมื่อตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการที่เกิดขึ้นแล้ว ในขั้นที่สอง ผู้บริโภคจำเป็นต้องมี ข้อมูลต่าง ๆ สำหรับการแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ดังนั้นผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้มีข้อมูลมากเพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อ

#### 3. การประเมินทางเลือก

##### ชุดของการพิจารณา

หลังจากที่ผู้บริโภคได้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว จะเป็นขั้นตอนของการประเมินทางเลือก อย่างไรก็ตาม โดยปกติ ผู้บริโภคจะไม่พิจารณาทางเลือกทุกทางที่มีอยู่ แต่จะพิจารณาเลือกจำนวนหนึ่งเท่านั้น ตัวอย่างเช่น สมมติว่าผู้บริโภคต้องการรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารหรือภัตตาคาร ผู้บริโภคคนนี้จะไม่ประเมินทางเลือกโดยพิจารณาร้านอาหารทุกแห่ง แต่จะพิจารณาร้านอาหารหรือภัตตาคารจำนวนหนึ่งเท่านั้น

### ทางลัดในการประเมินทางเลือก

โดยปกติแล้วในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคไม่ได้มีการประเมินทางเลือก โดยใช้กระบวนการที่ซับซ้อนทุกครั้ง ในบางครั้งผู้บริโภคจะใช้ทางลัด (Shortcuts) เพื่อทำการตัดสินใจให้เร็วขึ้น ซึ่งทางลัดที่บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือก มีดังนี้

1. สัญญาณเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Signal) หมายถึง คุณลักษณะบางอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการสรุปอ้างอิงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสัญญาณบ่งบอกถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์มีราคาสูงผู้บริโภคก็จะสรุปว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพดี นอกจากราคาแล้วคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจ เช่น ประเทศผู้ผลิต ระยะเวลารับประกัน บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ

2. ความเชื่อเกี่ยวกับตลาด (Market Belief) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความเชื่อบางอย่างเกี่ยวกับตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์หรือร้านค้า และความเชื่อนี้เป็นทางลัดในการตัดสินใจของตนเอง ตัวอย่างเช่น ความเชื่อ ว่าผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด หรือซื้อเหมาโหลถูกกว่าซื้อทีละชิ้น สินค้าที่มีในร้านขนาดใหญ่จะถูกกว่าร้านขนาดเล็ก เป็นต้น

### 4. การตัดสินใจเลือก

เมื่อประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกในขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใด โดยการตัดสินใจเลือกนี้ ผู้บริโภคกระทำโดยการอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการประเมินทางเลือก อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนมักมีรูปแบบการตัดสินใจ (decision-making styles) ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล การมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน แม้ว่าอาจจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหมือนกันก็ตาม

### แบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค

Sproles & Kendall (1986) อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร (2557: 68) ได้เสนอแบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (model of consumer decision-making styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจจำนวน 8 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. แบบเน้นคุณภาพ (quality consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงหรือที่สุด นอกจากนี้ ผู้บริโภคแบบนี้ยังนิยมความสมบูรณ์แบบ (perfectionism) โดยจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ และมักมีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

2. แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (brand consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า โดยผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความชื่อเสียงของตรา

สินค้า และมักจะนิยมซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (brand name) เนื่องจากมีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ คือ ยิ่งสินค้ามีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยิ่งมีคุณภาพดี นอกจากนี้ ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย

3. แบบตามแฟชั่น (fashion consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น โดยผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา

4. แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน (hedonistic/recreation consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน เนื่องจากรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย และมองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการ ได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก

5. แบบตามใจตนเอง (impulse consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจของตนเอง โดยปราศจากการคิดไตร่ตรองโดยละเอียดถี่ถ้วน เนื่องจากไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนมาก่อน ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง

6. แบบเน้นราคา (price consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด

7. แบบสับสน (confusion by overchoice) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเองและตัดสินใจเลือกซื้อได้ยาก ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป

8. แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (habit/brand loyalty) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย หรือเจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น

สรุป การตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีเหตุผล ซึ่งก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจเลือกจะมีกระบวนการที่เกิดขึ้น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ ที่จะต้อง

ตอบสนองความต้องการนั้น 2. การค้นหาข้อมูล คือ การหาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางตอบสนองความต้องการ 3. ประเมินทางเลือก คือ การพิจารณาแนวทางเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ และ 4. การตัดสินใจเลือก คือ เลือกแนวทางที่ดีที่สุด และเหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด ดังนั้น ผู้ตัดสินใจจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ 4 กระบวนการดังกล่าว เพื่อการตอบสนองความต้องการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

#### 4. คลังสินค้า

##### 4.1 ความหมายของคลังสินค้า

สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ติโรจนวงศ์ (2558) คลังสินค้า หมายถึง สิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่อใช้ในการพักและเก็บรักษาสินค้าในปริมาณที่มาก กิจกรรมของคลังสินค้าส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือวัตถุดิบ การจัดเก็บโดยไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพหรือแตกหักเสียหาย ลักษณะทั่วไปของคลังสินค้า คือ อาคารชั้นเดียวมีพื้นที่โล่งกว้าง สำหรับเก็บสินค้ามีประตูขนาดใหญ่หลายประตูเพื่อสะดวกในการขนถ่ายสินค้า

กฤษณ์ชากริตส ณ วัฒนประเสริฐ (2558) คลังสินค้า หมายถึง พื้นที่ที่วางแผนแล้วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบ

สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ติโรจนวงศ์ (2558) คลังสินค้า เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าด้วย บางกิจการอาจมีการส่งสินค้าโดยตรงจากโรงงานถึงลูกค้า โดยไม่ใช้บริการของการคลังสินค้า อย่างไรก็ตาม กิจการส่วนใหญ่จะมีคลังสินค้านี้ระหว่างโรงงานกับลูกค้า

##### 4.2 ความสำคัญของคลังสินค้า

คลังสินค้านี้มีขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์หลาย ๆ ด้าน เช่น ทำหน้าที่รักษาระดับสินค้าคงคลังสนับสนุนการผลิต (Manufacturing support) ทำหน้าที่ผสมสินค้า (Product-mixing) ทำหน้าที่รวบรวมสินค้าก่อนจัดส่ง (Consolidation) ทำหน้าที่แยกหีบห่อ (Break-bulk) หรือทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้า (Cross dock) เป็นต้น เนื่องจากคลังสินค้านี้มีหน้าที่หลากหลายประโยชน์ของคลังสินค้าจึงมีมากมาย สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เป็นสถานที่เก็บรักษาสินค้า คลังสินค้านี้มีหน้าที่เก็บรักษาสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปขายในท้องตลาด เก็บรักษาวัตถุดิบ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และเก็บรักษาสินค้าระหว่างผลิต เพื่อรอการผลิตในขั้นตอนต่อไปจนกว่าจะแล้วเสร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูป

2. ช่วยประหยัดค่าขนส่ง คลังสินค้าจะทำให้ประหยัดค่าขนส่งที่เกิดจากการซื้อวัตถุดิบจากผู้ขาย และการขายสินค้าสำเร็จรูปให้ผู้ซื้อ เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายหลาย ๆ รายเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการขนส่งวัตถุดิบไปรวมกันที่คลังสินค้าที่ใกล้กับแหล่งของผู้ขายแล้ว จึงขนส่งไปยังโรงงานของผู้ซื้อซึ่งตั้งห่างจากคลังสินค้า ทำให้เสียค่าขนส่งน้อยกว่าการที่ผู้ขายแต่ละรายจะขนส่งสินค้าไปยังโรงงานผู้ซื้อเอง เป็นต้น

3. ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิต การผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของสินค้าลดลง และการผลิตสินค้าจำนวนมากดังกล่าว ย่อมต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีคลังสินค้าเพื่อเก็บวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตเสร็จแล้ว ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการประหยัดในต้นทุนการผลิตทั้งหมดได้

4. ช่วยประหยัดในการจัดซื้อ การสั่งซื้อปริมาณวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก เพื่อเก็บไว้ในคลังสินค้าจะทำให้ได้รับส่วนลดตามปริมาณ (quantity discount) เมื่อซื้อวัตถุดิบจำนวนมาก ทำให้ราคาซื้อวัตถุดิบต่อหน่วยต่ำ นอกจากนี้การมีจำนวนการซื้อบ่อยครั้งและแต่ละครั้งซื้อเป็นจำนวนมาก จะทำให้ประหยัดค่าขนส่งและค่าระวางสินค้าด้วย

5. ช่วยป้องกันการขาดแคลนสินค้า การมีวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูปไว้ในคลังสินค้าเป็นปริมาณมาก ย่อมป้องกันการขาดแคลนสินค้าเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น การนัดหยุดงานของคนงาน สินค้าสูญหาย หรือเสียหายระหว่างขนส่ง เป็นต้น

6. ช่วยให้บริการลูกค้าได้สะดวกขึ้น การมีคลังสินค้าสามารถขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าที่ใกล้ลูกค้าที่สุด ไปบริการให้แก่ลูกค้าตามคำสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็วโดยไม่เสียเวลา และทันต่อความต้องการ ทำให้มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และยังเป็นการสนับสนุนการให้บริการลูกค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. ช่วยให้งานพร้อมที่จะเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาด การมีคลังสินค้าช่วยให้เก็บรักษาวัตถุดิบ หรือสินค้าที่มีลักษณะตามฤดูกาล ให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของตลาดหรือเพื่อป้อนโรงงานที่ผลิตตามฤดูกาล ก็ต้องอาศัยคลังสินค้าเก็บรักษาผลิตผลไว้ในช่วงที่ขาดแคลน นอกจากนี้บางครั้งกิจการอาจพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าผิดพลาด การเก็บรักษาสินค้าคงคลังไว้จะช่วยให้กิจการพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกินจำนวนคาดหมายได้

#### 4.3 การแบ่งประเภทของคลังสินค้า

สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ดีโรจนวงศ์ (2558) กล่าวว่า งานระหว่างการผลิต ชิ้นส่วนหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูปบ้าง ซึ่งในการจัดเก็บสินค้าหรือวัตถุดิบจำพวกนี้ จำเป็นต้องมีการจัดการที่มี

ประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และไม่เกิดความเสียหายต่อสินค้าหรือ วัตถุประสงค์ที่เก็บอยู่ภายในคลังสินค้า การแบ่งประเภทของคลังสินค้าสามารถทำได้โดยแบ่งตาม ลักษณะธุรกิจ แบ่งประเภทของคลังสินค้าตามลักษณะงาน หรือแบ่งตามลักษณะสินค้าที่เก็บรักษา ดังต่อไปนี้

#### 4.3.1 การแบ่งประเภทของคลังสินค้าตามลักษณะธุรกิจ

คลังสินค้ายังแบ่งออกได้ 2 ประเภทตามลักษณะธุรกิจ คือ คลังสาธารณะ (Public warehouse) และคลังส่วนตัว (Private warehouse) ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อดีข้อเสีย ดังต่อไปนี้

คลังสาธารณะ (Public warehouse) คือ คลังที่เจ้าของธุรกิจเปิดขึ้นเพื่อรับเก็บสินค้าเป็นหลัก เป็นโกดังสินค้าแล้วเก็บค่าเช่าในการจัดเก็บสินค้า เช่น พวกคลังห้องเย็นต่าง ๆ ที่รับจัดเก็บปลาแช่แข็งที่มาจากเมืองนอก โดยที่โรงงานแปรรูปไม่ต้องการลงทุนสร้างคลังห้องเย็นเป็นของตัวเอง ก็จะ จัดจ้างให้คลังห้องเย็นช่วยจัดเก็บให้ โดยคิดค่าจัดเก็บ เป็นต้น

##### ข้อดีของคลังสาธารณะ

1. มีการใช้ประโยชน์ของเงินทุนมากขึ้น เนื่องจากคลังที่สร้างได้ให้บริการแก่ลูกค้าหลายคน
2. มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้ดีกว่า เพราะมีการให้บริการแก่ลูกค้าหลายคน
3. เป็นการลดความเสี่ยงจากการว่างของคลังสินค้า
4. มีการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐศาสตร์ (Economies of scale) มากกว่า
5. มีความยืดหยุ่นสูง
6. มีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องการจัดเก็บและเคลื่อนย้ายมากกว่า

##### ข้อเสียของคลังสาธารณะ

1. อาจมีปัญหาเรื่องการสื่อสารข้อมูล เพราะระบบการสื่อสารอาจมีความแตกต่างกันมาก
2. อาจไม่มีการบริการพิเศษบางประเภท ซึ่งเป็นความต้องการเฉพาะด้านของตัวสินค้า
3. พื้นที่อาจไม่เพียงพอในบางช่วงของความต้องการ

คลังส่วนตัว (Private warehouse) คือ คลังโดยทั่วไปของบริษัทซึ่งบริษัทหลายๆแห่ง ได้สร้างคลังในพื้นที่ของตัวเอง เช่น คลังวัตถุประสงค์ คลังสินค้าสำเร็จรูป เป็นต้น และใช้ในการจัดเก็บ วัตถุประสงค์หรือสินค้าสำเร็จรูปของบริษัทเท่านั้น

##### ข้อดีของคลังส่วนตัว

1. มีการควบคุมที่ทำได้ง่าย
2. มีความยืดหยุ่นสูง
3. มีต้นทุนต่ำกว่าในระยะยาว

#### 4. มีการใช้แรงงานที่มีประสิทธิภาพสูง

##### ข้อเสียของคลังส่วนตัว

1. ขาดความยืดหยุ่น
2. ข้อจำกัดทางการเงิน
3. ผลตอบแทนต่อการลงทุนต่ำ

#### 4.3.2 การแบ่งประเภทของคลังสินค้าตามลักษณะงาน

การแบ่งประเภทคลังสินค้าตามลักษณะงาน สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ (สมโรตม์ โคมลวนิช และอนันต์ ดีโรจนวงศ์ 2558)

คลังสินค้าสำหรับเก็บรักษาสินค้า คลังสินค้าชนิดนี้มีหน้าที่หลักในการเก็บรักษาสินค้า ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป เพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของฝ่ายผลิต หรือร้านค้าตามลำดับ ดังนั้นการจัดการสินค้าประเภทนี้จะเน้นที่การรักษาสภาพสินค้า และการป้องกันการสูญหายของสินค้าเป็นสำคัญ

ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution center, DC) คือ คลังสินค้าที่ทำหน้าที่ทั้งในฐานะเป็นคลังสินค้า (Warehouse) และเป็นหน่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต (Manufacturer) กับผู้ขายปลีก (Retailers) จะเป็นผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Provider) ในด้านการจัดเก็บสินค้าและการจัดการขนส่งสินค้าสำเร็จรูปให้กับลูกค้าได้อย่างทันเวลาและถูกต้องตรงตามความต้องการ DC ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) หรือ Third Party Logistics Service Providers (3PL) จะทำหน้าที่รับสินค้าจากผู้ผลิตแต่ละรายมาเก็บในคลังสินค้าของตน โดยดำเนินการบริหารจัดการในการควบคุมปริมาณด้านเทคโนโลยีในการกระจายและจัดส่งสินค้าแทนเจ้าของสินค้าหรือผู้ผลิตสินค้าโดยรับผิดชอบงานขนส่งจนสินค้าไปสู่ผู้รับ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นนี้ คือ การลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งของผู้ผลิต ไปสู่ผู้ขายปลีก หรือลูกค้าแต่ละราย ผู้ผลิตสามารถขนส่งมาที่ DC เพียงแห่งเดียว โดย DC จะทำการกระจายสินค้าสู่ผู้ขายปลีกตามความถี่ที่ผู้ขายปลีกต้องการทำให้ไม่จำเป็นต้องมีที่เก็บสินค้าคงคลังจำนวนมากที่ผู้ขายปลีกอีกต่อไป ค่าใช้จ่ายส่วนวัสดุคงคลังของร้านขายปลีกก็ลดลง ทำให้ต้นทุนรวมส่งผลให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งด้านราคาและความรวดเร็วในการบริการ ในปัจจุบันร้านขายปลีกหลายแห่งจึงสามารถรับประกันราคาต่ำสุดแก่ผู้บริโภค

ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า (Cross Dock) หมายถึง คลังสินค้าใช้สำหรับการรับสินค้าและส่งสินค้าในเวลาเดียวกัน หรือเป็นคลังสินค้าซึ่งมีการออกแบบเป็นพิเศษ เพื่อใช้ในการขนถ่ายจากพาหนะหนึ่งไปสู่อีกพาหนะหนึ่ง โดย Cross Dock ส่วนใหญ่แล้วเหมาะจะเป็นสถานที่ซึ่งมีลักษณะเป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรจุและคัดแยกสินค้า โดย



Cross Dock จะทำหน้าที่เป็นสถานีเปลี่ยนถ่ายสินค้าระหว่างรูปแบบการขนส่ง ซึ่งอาจเป็นจากซัพพายเออร์หลายราย แล้วนำมาคัดแยกรวบรวม บรรจุ เพื่อจัดส่งให้ลูกค้าแต่ละราย ซึ่งจะจัดส่งต่อให้ลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นร้านผู้ขายปลีก หรือร้านสะดวกซื้อ ซึ่งจะมี ความต้องการสินค้าย่อยที่หลากหลาย Cross Dock จะมีลักษณะคล้ายคลังสินค้าที่มี 2 ด้าน โดยด้านหนึ่งสำหรับใช้ในการรับสินค้า และอีกด้านหนึ่งใช้ในการจัดส่งสินค้า โดยสินค้าที่นำเข้ามาใน Cross Dock จะมีกระบวนการคัดแยก-บรรจุและรวบรวมสินค้า เพื่อจัดส่งไปให้กับผู้รับ ซึ่งโดยปกติแล้วนำสินค้าเข้ามาเก็บและจัดส่ง มักจะดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 24 ชั่วโมง ภารกิจสำคัญของ Cross Dock จะเป็นตัวกลางในการรวบรวมสินค้าให้สามารถจัดส่งได้เต็มคันรถหรือใช้พื้นที่ในคอนเทนเนอร์ให้ได้เต็มพิกัด โดย Cross Dock ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่า ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ส่วนใหญ่แล้วศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจะกระจายอยู่ตามภาค หรือจังหวัด ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการขนส่ง จึงมีส่วนช่วยแก้ปัญหาการบรรทุกที่ไม่มีสินค้าในเที่ยวกลับ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของการขนส่งทางถนนในประเทศไทย ทั้งนี้ Cross Dock อาจจะทำหน้าที่เป็น ICD (Inland Container Depot) โดยสามารถเชื่อมโยงการขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางรถไฟ ทางรถบรรทุก หรือขนส่งทางน้ำ หรือท่าเรือ-สนามบินซึ่งแสดงให้เห็นว่า Cross Dock จะมีบทบาทและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสนับสนุนรูปแบบการขนส่ง ที่เรียกว่า Multimodal Transport

#### 4.3.3 การแบ่งประเภทของคลังสินค้าตามลักษณะสินค้า

สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ดีโรจนวงศ์ (2558) กล่าวว่า ประเภทของคลังสินค้าตามลักษณะสินค้า แบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. คลังสินค้าทั่วไป คลังสินค้าทั่วไปทำหน้าที่เก็บสินค้าหลากหลายที่ไม่ต้องการการรักษาดูแลเป็นพิเศษ อาทิเช่น สินค้าอุปโภคและเครื่องใช้สอยทั่วไป เป็นต้น
2. คลังสินค้าของสด คลังสินค้าชนิดนี้ทำหน้าที่เก็บสินค้าที่เป็นของสด อาทิเช่น อาหาร ผัก ผลไม้ และ เครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้ต้องการการรักษาดูแลเป็นพิเศษด้วยการควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเพื่อรักษาความสดใหม่ของสินค้า
3. คลังสินค้าอันตราย คลังสินค้าชนิดนี้ทำหน้าที่เก็บสินค้าที่เป็นอันตราย อาทิเช่น สารพิษ สารเคมี เชื้อเพลิง และ วัตถุระเบิด เป็นต้น สิ่งที่สำคัญที่สุดของคลังสินค้าอันตราย คือ การจัดการแยกประเภทของวัตถุอันตรายและการจัดเก็บให้เหมาะสมตามหลักการทางด้านวิทยาศาสตร์ของวัตถุนั้น ๆ คลังสินค้าชนิดนี้จะต้องมีผู้ควบคุมดูแลระบบบำบัดมลพิษ ซึ่งจะต้องได้รับใบอนุญาตโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ภาคผนวก ข. แสดงถึงบัญชีรายชื่อวัตถุอันตราย ภาคผนวก ค แสดงถึงขั้นตอนการสอบขึ้นทะเบียนผู้ควบคุมดูแลระบบบำบัดมลพิษ ภาคผนวก ง แสดงถึงพระราชบัญญัติ วัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 นอกจากนี้ดูรายละเอียด

เพิ่มเติมจากสมาคมผู้ประกอบการวัตถุอันตราย (Hazardous Substances Logistics Association: HASLA) คลังสินค้าพิเศษ (ควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น)

4. คลังสินค้าพิเศษ เป็นคลังสินค้าที่มักจะเป็นคลังสินค้าที่มีขนาดเล็ก เพื่อใช้เก็บสินค้าที่มีมูลค่าสูง ซึ่งต้องได้รับการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นให้เหมาะสม เพื่อคงคุณสมบัติของสินค้าไว้ให้มีอายุยืนยาว ตัวอย่างสินค้าได้แก่ ยา และเครื่องเวชภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงสารเคมีบางชนิด ด้วยรายละเอียดเพิ่มเติมสำหรับการดูแลและการจัดการคลังสินค้าซึ่งกำหนดโดยราชการ

#### 4.4 การจัดการคลังสินค้า

คำนาย ให้ความหมาย การจัดการคลังสินค้าว่า เป็นกระบวนการประสมประสานทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานจัดการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของคลังสินค้าแต่ละประเภทที่กำหนดไว้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล 2549: 144, อ้างถึงใน กฤษณ์ชากริตต ฒ วัฒนประเสริฐ 2558: 105)

สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ศิริโรจนวงศ์ (2558) ได้อธิบายว่า การดำเนินคลังสินค้ามีบทบาทสำคัญในระบบโลจิสติกส์ งานของคลังสินค้า รวมขั้นตอนหลายอย่างเข้าด้วยกันได้แก่ รับของ เก็บของเข้าที่ คูเลขของที่เก็บ รู้ที่เก็บสินค้าอย่างดี รับใบสั่งของ/หยิบ วางตามชั้น เอาของลง เป็นจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า เป็นจุดรับสินค้าส่งคืน เป็นจุดบรรจุสินค้า เป็นจุดประกอบของเล็กๆ การเติมให้เต็ม การสานต่อ การติดฉลาก การห่อของชนิดที่ห้ามแกะ เป็นจุดแยกของที่มาจำนวนมากๆ เป็นจุดรวมของสินค้าก่อนกระจายไปยังลูกค้า เป็นจุดขนส่งสินค้าเข้าออก เป็นการใช้ที่ดิน เพราะต้องมีการพัฒนาที่ดินที่ต้องตั้งคลังสินค้า การบริการทั้งหลายเน้นการเคลื่อนไหลของสินค้ามากกว่า เน้นการเก็บ ความเร็วและการเคลื่อนที่อย่างมีประสิทธิภาพของสินค้า โดยใช้เวลาน้อยและมีข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าที่เก็บถือเป็นจุดมุ่งหมายของการจัดการพัสดุคลังที่ผู้บริหารทุกคลังสินค้าต้องการ

หน้าที่คลังเก็บสินค้ามีหลัก 3 อย่างคือ

1. การเคลื่อนย้าย
2. การเก็บของ
3. การถ่ายโอนข่าวสาร

ผู้จัดการคลังสินค้า มีหน้าที่ต้องปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หลัก 5 ประการคือ

1. บริการด้านการจัดเก็บรักษาและจัดสรรสินค้าตามใบสั่งให้ครบถ้วนและตรงเวลา
2. วางแผนลดต้นทุนการบริหารและค่าใช้จ่ายโซ่ห่วยต่าง ๆ
3. หมุนเวียนสินค้าคงคลังให้คล่องตัวลดระยะเวลาในการจัดเก็บสินค้าให้สั้นที่สุด

4. ลดเวลาในการตอบสนองคำสั่งสินค้าและข้อผิดพลาดในการส่ง

5. รักษาคุณภาพและความปลอดภัยให้กับตัวสินค้า

สรุป คลังสินค้า เป็นสิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่อพักและเก็บรักษาสินค้าในปริมาณที่มาก คลังสินค้ามีความสำคัญต่อธุรกิจ เช่น ใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน ระบบการผลิต การขนส่ง เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ เพื่อเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า เป็นต้น นับได้ว่าคลังสินค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญที่สนับสนุนให้ระบบการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตมีความราบรื่นซึ่งคลังสินค้ามีสำคัญในระดับต้นๆ ของทุกธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ จึงมีธุรกิจผู้ให้เช่าคลังสินค้า เอกชน ได้เกิดขึ้นตาม สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ให้เช่าคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ในหัวข้อถัดไป เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และรายละเอียดของคลังสินค้า ลักษณะโครงสร้างอาคาร และบริการต่าง ๆ ภายในคลังสินค้าของแต่ละพื้นที่บริการ ได้แก่ พื้นที่ บางนา-ตราด กม. 1 บางนา-ตราด กม. 16 และคลังสินค้าพื้นที่ พระราม 2

## 5. คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด

### 5.1 ประวัติความเป็นมา

บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจในเครือ K Group ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และล้ำหน้าอย่างโดดเด่นเป็นที่ยอมรับในธุรกิจ ให้เช่าคลังสินค้า-โรงงานสำเร็จรูป ครบวงจร ในนาม "โซติชนวัฒน์" ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่าง ๆ และกลุ่มโลจิสติกส์ที่ต้องการอาคารมาตรฐาน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและบริหารงานโดยทีมงานที่มีประสบการณ์ความชำนาญมากกว่า 25 ปี ปัจจุบัน โซติชนวัฒน์ มีสถานภาพที่มั่นคงโดยทุนจดทะเบียน 520 ล้านบาท มีพื้นที่คลังสินค้าและโรงงานกว่า 120,000 ตารางเมตร ซึ่งลูกค้าชั้นนำทั้งบริษัทต่างชาติและลูกค้าในไทย มอบความไว้วางใจให้อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทำเลยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจสำคัญหลายแห่ง

### 5.2 โครงการคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด

คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด จำนวน 3 โครงการ ที่ตั้งอยู่ในแต่ละพื้นที่รายละเอียดภายในโครงการที่แตกต่างกัน ดังนี้

## 1. คลังสินค้าโครงการ บางนา กม.1

### รายละเอียดโครงการ

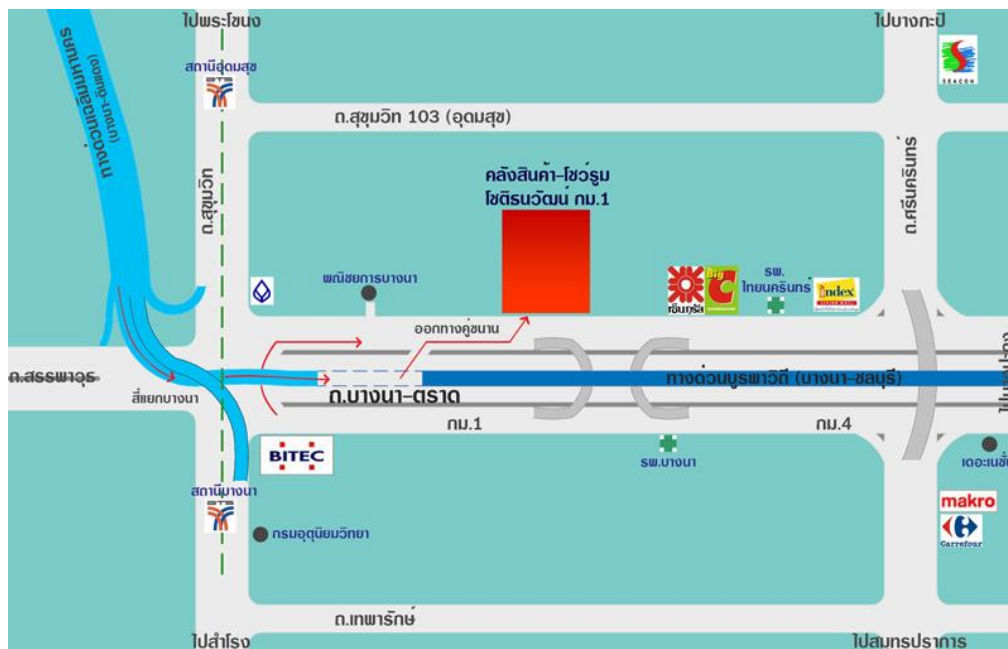
คลังสินค้าบางนา กม.1 ตั้งอยู่ริมถนนบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 1 ระหว่างสะพานกัลป์รถ BITEC (ฝั่งขาออก) จุดเชื่อมต่อถนนสุขุมวิท/ศรีนครินทร์ ก่อนถึงห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา ใกล้ทางด่วนบางนา-ท่าเรือ, ทางด่วนยกระดับบางนา-บางปะกง, วงแหวนตะวันออก กรุงเทพฯ ชลบุรี-สายใหม่ (มอเตอร์เวย์) และสนามบินสุวรรณภูมิ พร้อมด้วยระบบการคมนาคมสะดวกสบาย รายละเอียดภายในโครงการ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 รายละเอียดคลังสินค้าโครงการ บางนา-ตราด กม.1<sup>2</sup>

รายการ	รายละเอียด
พื้นที่	500-1,100 ตรม.
สำนักงาน	165-300 ตรม.
โครงสร้างอาคาร	คอนกรีตเสริมเหล็กขนาดกว้าง 40.00 ม. ยาว 25.00 ม. ไม่มีเสากลาง
หลังคา	โครงเหล็กรูปพรรณ-ถัก-มุงแผ่นอลูซิงค์พร้อม แผ่นกระเบื้องใสและฝ้าคลุม ระบายอากาศ
ฝ้าเพดาน	พื้นที่เปิดโล่ง สูง 12.00 ม.
ผนังอาคาร	คอนกรีตอิฐบล็อก ฉาบปูนทาสี สูง 8 -12 ม.
พื้นผิว	คอนกรีตเสริมเหล็กขัดมันเรียบ รับน้ำหนัก 2-3 ตัน/ ตรม.
ประตู-หน้าต่าง	บานสวิงอลูมิเนียม/กระจกใส
ประตูคลังสินค้า	ประตูเหล็กม้วน กว้างเฉลี่ย 4.50 x 4.50 ม.
ระบบไฟฟ้ากำลัง	มิเตอร์ขนาด 30Amp 3 เฟส 4 สาย จากการไฟฟ้าฯสามารถขยายเพิ่มได้
ที่จอดรถ	บริเวณด้านหน้าอาคารพร้อมการขนส่งถ่ายสินค้าของตนเอง
ถนนภายในโครงการ	ถนนคอนกรีตกว้าง10-15 ม. พร้อมรองรับรถคอนเทนเนอร์

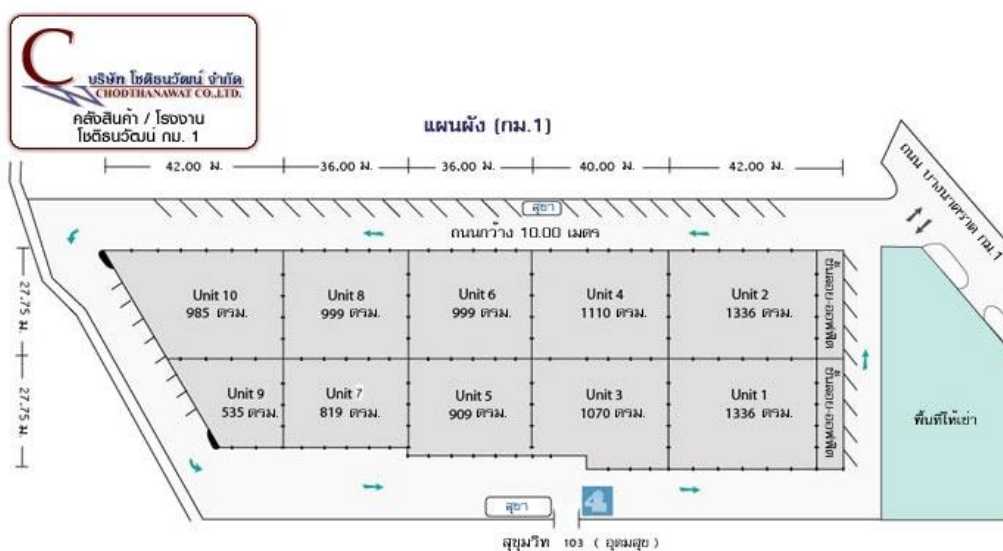
<sup>2</sup> บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด. (2559). รายละเอียดโครงการบางนา-ตราด กม.1 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=77>

แผนที่โครงการ



ภาพที่ 2.1 แผนที่โครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ กม.1

ผังโครงการ



ภาพที่ 2.2 ผังโครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ กม.1

## 2. คลังสินค้าโครงการบางนา-ตราด กม.16

### รายละเอียดโครงการ

ท่าเลแห่งการขนส่งและการติดต่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจ ตั้งอยู่ ถนนบางนา-ตราด กม.16 (ฝั่งขาออก) ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ ย่านอุตสาหกรรมใหญ่ และทางด่วนยกระดับบางนา-บางปะกง ทำเลดีเยี่ยมที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมภาคตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด) รายละเอียดภายในโครงการ ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 รายละเอียดคลังสินค้าโครงการ บางนา-ตราด กม.16<sup>3</sup>

รายการ	รายละเอียด
พื้นที่	500-1,000 ตรม.
สำนักงาน	120-300 ตรม.
โครงสร้างอาคาร	คอนกรีตเสริมเหล็กขนาดกว้าง 40.00 ม. ยาว 25.00 ม. ไม่มีเสากลาง
หลังคา	โครงเหล็กรูปพรรณ-ถัก-มุงแผ่นอลูซิงค์พร้อม แผ่นกระเบื้องใสและ พัดลมระบายอากาศ
ฝ้าเพดาน	พื้นที่เปิดโล่ง สูง 12.00 ม.
ผนังอาคาร	คอนกรีตอิฐบล็อก ฉาบปูนทาสี สูง 8 -12 ม.
พื้นผิว	คอนกรีตเสริมเหล็กขัดมันเรียบ รับน้ำหนัก 2-3 ตัน/ตรม.
ประตู-หน้าต่าง	บานสวิงอลูมิเนียม/กระจกใส
ประตูคลังสินค้า	ประตูเหล็กม้วน กว้างเฉลี่ย 4.50 x 4.50 ม.
ระบบไฟฟ้ากำลัง	มิเตอร์ขนาด 30,50 Amp 3 เฟส 4 สาย จากการไฟฟ้าฯ สามารถขยาย เพิ่มได้
ที่จอดรถ	บริเวณด้านหน้าอาคาร พร้อมการขนถ่ายสินค้าของตนเอง
ถนนภายในโครงการ	ถนนคอนกรีตกว้าง 16-24 ม. พร้อมรองรับรถคอนเทนเนอร์

<sup>3</sup> บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด. (2559). รายละเอียดโครงการบางนา-ตราด กม.16 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=78>



### 3. คลังสินค้าโครงการพระราม 2

#### รายละเอียดโครงการ

ทำเลประตูสู่เศรษฐกิจภาคใต้ แหล่งรวมอุตสาหกรรมไทย ตั้งอยู่ริมถนนพระราม 2 ทำเลดีเยี่ยมใกล้กับกรุงเทพฯ มากกว่านิคมอุตสาหกรรมใด ๆ โดยอยู่ใกล้จากศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ รายละเอียดภายในโครงการดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 รายละเอียดคลังสินค้าโครงการพระราม 2<sup>4</sup>

รายการ	รายละเอียด
พื้นที่	500, 600 ตรม.
สำนักงาน	90 ตรม.
โครงสร้างอาคาร	คอนกรีตเสริมเหล็กขนาดกว้าง 20.00 ม. ยาว 26.00 ม. ไม่มีเสากลาง
หลังคา	โครงเหล็กรูปพรรณ-ถัก-มุงแผ่นอลูซิงค์พร้อม แผ่นกระเบื้องใสและ ฝ้าลมระบายอากาศ
ฝ้าเพดาน	พื้นที่เปิดโล่ง สูง 12.00 ม.
ผนังอาคาร	คอนกรีตอิฐบล็อก ฉาบปูนทาสี สูง 8 -12 ม.
พื้นผิว	คอนกรีตเสริมเหล็กขัดมันเรียบ รับน้ำหนัก 2-3 ตัน/ตรม.
ประตู-หน้าต่าง	บานสวิงอลูมิเนียม/กระจกใส
ประตูคลังสินค้า	ประตูเหล็กม้วน กว้างเฉลี่ย 4.50 x 4.50 ม.
ระบบไฟฟ้ากำลัง	มิเตอร์ขนาด 30 Amp 3 เฟส 4 สาย จากการไฟฟ้าฯสามารถขยายเพิ่มได้
ที่จอดรถ	บริเวณด้านหน้าอาคาร พร้อมการขนถ่ายสินค้าของตนเอง
ถนนภายในโครงการ	ถนนคอนกรีตกว้าง 10-15 เมตร พร้อมรองรับรถคอนเทนเนอร์

<sup>4</sup> บริษัท โชติชนวิวัฒน์ จำกัด. (2559). รายละเอียดโครงการพระราม 2 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึง จาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=79>



แผนที่โครงการ



ภาพที่ 2.5 แผนที่โครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ พระราม 2

ผังโครงการ

บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด  
CHOTICHANAKAT CO.,LTD.  
78 Bush Lane, New Road, Bangrak Bangkok 10500  
E-mail:sales@chod.co.th www.warehousechod.com



ภาพที่ 2.6 ผังโครงการคลังสินค้าโชติชนวัฒน์ พระราม 2

### 5.3 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

ด้วยอาคารคลังสินค้า-โรงงานคุณภาพสูงที่มีทุกแห่งให้เลือก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้เหมาะสม กับการบริหารจัดการบำรุงรักษาให้มีสภาพดี อยู่เสมอ พื้นที่กว้างขวาง รูปแบบที่ทันสมัย ที่ได้จัดเตรียมรองรับเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม คลังสินค้าโซติชนวัฒน์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รายละเอียดตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 รายการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ<sup>5</sup>

รายการ	รายละเอียด
ระบบน้ำประปา	- น้ำสายตรงจากการประปาฯ - ระบบเก็บน้ำสำรองทั้งแบบถังเก็บใต้ดินและหอพักถังสูง - ปริมาณการจ่ายน้ำ 120 ลูกบาศก์เมตร พร้อมระบบปั๊มแรงดันน้ำ
ระบบระบายน้ำ	- ถมดินสูงกว่าพื้นที่ทั่วไป - ท่อระบายน้ำพร้อมบ่อพักรอบอาคาร และโครงการ - สถานีสูบน้ำขนาดใหญ่ และเครื่องสูบน้ำที่มีประสิทธิภาพ - เตรียมที่รองรับการระบายน้ำ เปรียบดั่งแก้มลิง
ระบบป้องกันอัคคีภัย	- ระบบสัญญาณเตือนภัยอัตโนมัติ - ระบบท่อส่งน้ำและจุดรับน้ำเชื่อมต่อระหว่างอาคาร ทุกระยะ 100 เมตร - อุปกรณ์ดับเพลิงครบถ้วนตามมาตรฐานสากล
ระบบกล้องวงจร CCTV	- ควบคุมรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ CCTV
ระบบการรักษาความปลอดภัย	- ทีมงานรักษาความปลอดภัยระดับมืออาชีพ ผ่านการฝึกอบรมตามหลักมาตรฐานสากล
ระบบจัดการแมลง ปลูก หนู และพาหะอื่น ๆ	- ทีมงานเชี่ยวชาญด้านการกำจัดแมลงและสัตว์ทุกชนิด - อุปกรณ์เทคโนโลยีทันสมัยได้รับการรับรอง อย.

<sup>5</sup> บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด. (2559). สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/facilities.php>

ตารางที่ 2.4 รายการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (ต่อ)

รายการ	รายละเอียด
ระบบการบำรุงรักษาอาคาร	- ทีมงานมืออาชีพพร้อมปฏิบัติประจำทุกหน่วยงาน - ศูนย์กลางการติดต่อบริการแบบครบวงจร
ระบบภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อม	- ทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดตกแต่งและบำรุงสวน - พื้นที่สีเขียวมากกว่า 1 ใน 4 ของโครงการ ลดปัญหาภาวะโลกร้อน
ระบบรักษาความสะอาด	- ระบบการจัดเก็บขยะอย่างเป็นระบบ
ลานจอดรถ	- พื้นที่บริการลานจอดรถบริเวณด้านหน้าโครงการ
ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	- ครอบคลุมทุกเครือข่าย ด้วยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
บริการอื่น ๆ	- ให้บริการร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ อาทิ Mini Big-C, Lotus-Express, 7-eleven และร้านค้าย่อยอื่น ๆ - ตู้เงินสดทันใจของธนาคารพาณิชย์ - ที่ทำการไปรษณีย์ - ร้านหนังสือที่สร้างเมล็ดพันธุ์แห่งปัญญา - ร้านคอมพิวเตอร์

คลังสินค้าบริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด ให้บริการคลังสินค้าครอบคลุมพื้นที่ในเขตอุตสาหกรรมใหญ่ที่สำคัญ ได้แก่ โครงการบางนา-ตราด กม. 1 ใกล้วงแหวนตะวันออก และสนามบินสุวรรณภูมิ ถนนบางนา-ตราด กม.16 ใกล้เขตอุตสาหกรรม ใกล้ทางด่วนยกระดับ บางนา-บางพระ และ โครงการพระราม 2 ใกล้ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพฯ บริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด มีการจัดสร้างคลังสินค้าระดับมาตรฐานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า

#### 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รติกร รสฟูง (2556) ศึกษาการออกแบบคลังสินค้าสำหรับผู้กระจายสินค้ารายย่อย กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายค้าส่งและค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยเสนอรูปแบบคลังสินค้า 4 รูปแบบ คือ (1) คลังสินค้า 2 ชั้น จัดเก็บสินค้าบนชั้นวางขนาดกลาง (Medium Rack) ใช้ลิฟท์กับรถเข็นสำหรับเคลื่อนย้ายสินค้า (2) คลังสินค้าชั้นเดียว มีการใช้เมซซานีน (Mezzanine) ร่วมกับชั้นวางขนาดกลาง และรถเข็น (3) คลังสินค้าชั้นเดียว จัดเก็บสินค้าแบบ

พาเลท (Pallet Rack) และรถยก (Forklift) และ (4) คลังสินค้าชั้นเดียว จัดเก็บสินค้าบนชั้นวางขนาดกลางและรถเข็น โดยพิจารณารูปแบบที่เหมาะสมจากคุณสมบัติ ค่าใช้จ่าย และข้อดี-ข้อเสียของแต่ละรูปแบบ พบว่ารูปแบบที่ 4 คลังสินค้าชั้นเดียว จัดเก็บสินค้าบนชั้นวางขนาดกลางและรถเข็น เป็นรูปแบบที่เหมาะสม เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนต่ำ และเหมาะสมกับระดับกิจกรรมภายในคลังสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา ณ ปัจจุบัน คลังสินค้าใหม่จะมีการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่หยิบสินค้าตามคำสั่งซื้อ (Order picking area) และพื้นที่จัดเก็บสินค้า (Storage area) โดยการจัดวางสินค้าคงคลังจะพิจารณาจากประเภทสินค้า ความสะดวกในการหยิบสินค้า และระยะทางเดินทั้งหมด ซึ่งวิธีการจัดวางสินค้าที่พิจารณา ได้แก่ วิธีการจัดวางสินค้าตามความถี่ในการหยิบสินค้า และวิธีการจัดวางสินค้าตามวิธี Cube-per-Order Index (COI) จากผลการศึกษาพบว่า พื้นที่หยิบสินค้าตามคำสั่งซื้อ ควรมีปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ต้องจัดเก็บสำหรับการเติมสินค้าหนึ่งรอบต่อสัปดาห์ และพื้นที่จัดเก็บสินค้า ควรมีปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ต้องจัดเก็บ สำหรับการเติมเต็มสินค้าหนึ่งรอบต่อเดือน โดยวิธีการจัดวางสินค้าตามวิธี COI เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดเนื่องจากให้ระยะทางการหยิบสินค้าที่สั้นที่สุด ดังนั้น จึงมีประสิทธิภาพการดำเนินงานที่สูงที่สุด

สุชาติ เผ่าตะใจ (2556) ศึกษาการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยตนเองและระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าจากผู้ให้บริการคลังสินค้าจากภายนอก ผลจากการศึกษาพบว่า ระบบบริหารคลังสินค้าจากภายนอกมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 753,500 บาทต่อปี หรือ 62,792 บาทต่อเดือน สำหรับซัพพลายเออร์ 1 ราย และบริษัทสามารถคัดเลือกใช้บริการซัพพลายเออร์จากภายนอกรายอื่น ๆ เพิ่มอีกได้ อาจกล่าวได้ว่าการแก้ปัญหาคลังเก็บสินค้าภายในบริษัทไม่เพียงพอ สามารถแก้ปัญหานี้ได้ด้วยบริการคลังสินค้าจากซัพพลายเออร์ภายนอก โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องเพิ่มคลังสินค้าภายในบริษัท ซึ่งจะช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการคลังสินค้าได้มากกว่าการบริหารจัดการสินค้าด้วยตนเอง

อรรถพันธ์ นันทกุลวานิช (2556) ศึกษาการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการรับสินค้าของคลังสินค้า โดยงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การรับสินค้าที่มาจากโรงงานผลิตภายในประเทศ และการรับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในขั้นตอนการปฏิบัติงาน ทำให้องค์กรสามารถพิจารณาถึงศักยภาพและโอกาสที่มีอยู่ในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและลดเวลาการทำงานของพนักงานลง เพื่อให้พนักงานคลังสินค้าได้มีเวลาไปทำกิจกรรมอย่างอื่น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพอีกด้วย ผลลัพธ์ที่ได้จากการงานวิจัย พบว่าบริษัทสามารถที่จะลดเวลาการทำงานลงในส่วนของการรับสินค้าที่มาจากโรงงานร้อยละ 59.52 ของเวลารวมทั้งหมดต่อหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ และลดเวลาการทำงานในส่วน

ของการรับสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศร้อยละ 24.92 ของเวลารวมทั้งหมดต่อหนึ่งผู้คอนเทนเนอร์

เกียรติพงษ์ มูลโพธิ์ (2555) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสานทางการตลาดของศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต พบว่า ปัจจัยส่วนประสานการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อสูงสุด มีดังนี้ ศูนย์การค้าฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี การคิดราคาเช่าคิดแบบเหมาจ่ายต่อห้อง การเดินทางมาศูนย์ฯ เข้า-ออก ได้สะดวกสบาย มีการโฆษณาศูนย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ บุคลากรของศูนย์ฯ มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ มีบริการรับแจ้งซ่อมที่รวดเร็วจากช่างอาคารงานระบบ และ ศูนย์การค้าฯ มีการปรับอุณหภูมิความเย็นที่พอเหมาะ

เฉลิมพล พะโยมศรี (2555) ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในคลังสินค้าระหว่างประเทศบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานทั้งหมดเป็นเพศชาย ความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอายุงานของพนักงานที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่าพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในคลังสินค้าระหว่างประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อาจขาดแรงจูงใจที่จะส่งเสริมความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ปวริศร์ มีสัจย์ (2555) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าของผู้เช่าพื้นที่รายย่อย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจตัดสินใจเช่าพื้นที่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจตัดสินใจเช่าพื้นที่ ในระดับ ปานกลาง

รววิทย์ ทองมี (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ขายสินค้าของลูกค้านิตลดาเจริญศรี อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ขายสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา โดยผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ร้อยละ 43.40 และราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจร้อยละ 31.30

วิรงรอง กานต์วิเศษฐ์ (2554) ศึกษาความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ในการสร้างโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา บริษัทเหมราชพัฒนาที่ดิน จำกัด (มหาชน) ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (ระยอง) ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจในระดับมากต่อการเช่าพื้นที่ในการสร้างโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านสาธารณูปโภค และด้านสถานที่ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพขององค์กรกับความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ในการสร้างโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างมีความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ที่แตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนองค์กรที่มีสาขาอุตสาหกรรม ทำเลที่ตั้งโรงงาน และ ช่องทางการขนส่งที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่ไม่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยที่ควร ปรับปรุงได้แก่ ความสะอาด และความปลอดภัยของอาคารสถานที่ ควรปรับปรุงคุณภาพของ เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนระบบการติดต่อสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น

มนสา อัสวกาญจน์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าพื้นที่สำนักงานขนาดเล็ก ในศูนย์กลางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือด้านการบริหาร รองลงมาคือ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ความยุติธรรมในเรื่องเงื่อนไขสัญญาเช่า และประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความต้องการทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน โดย ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีมีความต้องการทำเลที่ใกล้แหล่งรวมธุรกิจประเภทเดียวกัน มากที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ต้องการทำเลที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญด้านราคาเช่ามากที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและยา ต้องการทำเลที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามกที่สุด ส่วนปัญหาที่ผู้เช่าพบมากที่สุดคือ ปัญหาด้านทำเล เรื่องการจราจรติดขัด

ราชนทร์ ชูศรี (2554) ศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์กระจายสินค้า วัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยระบบอำนวยความสะดวกมากที่สุด เช่น เชื่อมโยงกับท่าเรือ เชื่อมโยงกับสนามบิน เชื่อมโยงกับ ถนนสายหลัก เชื่อมโยงแหล่งอุตสาหกรรม เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เชื่อมโยงกับการค้า เป็นต้น และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับระบบโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบประปา ระบบไฟฟ้า ระบบสื่อสาร อีกด้วย

Durmus and Turk (2014) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ในการตั้งคลังสินค้า กรณีศึกษาเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี โดยใช้ logistic regression model จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเฉพาะของทำเลในเขตเมืองอิสตันบูล มีประสิทธิภาพในด้านของการเลือกทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า เนื่องจากเมืองอิสตันบูลเป็นเมืองใหญ่ และมีความเจริญมากที่สุดในประเทศตุรกี และทำเลที่ตั้งของคลังสินค้ายังสอดคล้องกับการตัดสินใจแบบมีเหตุผลทางเศรษฐกิจในระดับเขตเมือง

(Roh Saeyeo, 2012) ศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งโดยคำนึงหลักมนุษยธรรม กรณีศึกษา ปัญหาที่ตั้งคลังสินค้า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจ รวมถึงปัญหาในการเลือกที่ตั้งคลังสินค้า โดยนำข้อมูลจากเว็บไซต์ องค์กรช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมมาวิเคราะห์ พิจารณาความแตกต่างของการตัดสินใจ และปัญหาในการเลือกที่ตั้งคลังสินค้าในแต่ละภูมิภาคที่แตกต่างกัน จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัญหาในการเลือกที่ตั้งคลังสินค้าในปัจจุบันคือ ขาดการศึกษา และขาดการตรวจสอบพื้นที่ให้ถูกหลักมนุษยธรรม ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกพื้นที่เชิง

คุณภาพด้วยเหตุนี้ จึงพัฒนาเป็น การวางคุณลักษณะคลังสินค้า และ การเลือกตำแหน่ง สถานที่คลังสินค้า กรณีศึกษาองค์กร มนุษยธรรมระหว่างประเทศ ลำดับขั้นตอนการวิจัยมี ดังต่อไปนี้

1. ตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยคำนึงถึงหลักมนุษยธรรมก่อน แล้วจึงวางโครงสร้างเชื่อมโยงดำเนินงานคลังสินค้าให้สอดคล้องกับหลักด้านมนุษยธรรม

2. สร้างโครงสร้างลำดับชั้น สำหรับการประเมินผล สถานที่ตั้งคลังสินค้าในระดับภูมิภาค โดยมีผู้บริหาร 11 คน ในการมีส่วนร่วม สร้างคุณลักษณะการเลือกคลังสินค้า

3. วิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้น (AHP) ตามน้ำหนัก หลักเกณฑ์การตัดสินใจที่คล้ายคลึงกัน (TOPSIS) เพื่อเป็นทางออกในการเลือกสถานที่ตั้งคลังสินค้า และสร้างเป็นองค์ความรู้ในการเลือกสถานที่ตั้งคลังสินค้า

จากการวิจัย พบว่า สามารถขยายองค์ความรู้ ช่วยแก้ไขปัญหาที่ตั้งคลังสินค้า ให้ถูกหลักมนุษยธรรม ให้เกิดขึ้นก่อนการเลือกตำแหน่งเชิงคุณภาพ โดยกระบวนการ AHP และ TOPSIS ทำให้เกิดคุณลักษณะในการเลือก ที่ตั้งคลังสินค้า และการเลือกพื้นที่คลังสินค้าที่ดีที่สุด



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของผู้ประกอบการในบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการ และขั้นตอนด้านการวิจัยอย่างเคร่งครัดเพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการดังนี้

- 3.1 ประชากร
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการ ผู้ให้บริการเช่าคลังสินค้าในบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีทั้งสิ้น 73 สถานประกอบการ

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ ได้แก่ ประเภทของสถานประกอบการ วัตถุประสงค์ของการเช่าคลังสินค้า รูปแบบของพื้นที่ โครงสร้างผู้บริหาร จำนวนพนักงาน และอายุของสถานประกอบการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจ เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4



ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนนโดยแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยเป็นมาตรฐานสำหรับใช้เปรียบเทียบ วิธี Arbitrary Weighting ด้วยหลักการให้จุดกึ่งกลางเป็นหลัก จาก 1 ถึง 5 (ประสพชัย พสุนนท์: 2555) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.51 - 5.00	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	ระดับมาก
2.51 - 3.50	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	ระดับน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนนโดยแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยเป็นมาตรฐานสำหรับใช้เปรียบเทียบ วิธี Arbitrary Weighting ด้วยหลักการให้จุดกึ่งกลางเป็นหลัก จาก 1 ถึง 5 (ประสพชัย พสุนนท์: 2555) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.51 - 5.00	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	ระดับมาก
2.51 - 3.50	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบคำถามปลายเปิด ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า

### 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของผู้ประกอบการ มี 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการคลังสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ความต้องการและแรงจูงใจ และการตัดสินใจ เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม
2. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดไว้ในแต่ละด้านตามแนวคิด การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruency: IOC) ซึ่งจากการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม พบค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม
5. แก้ไขแบบสอบถามฉบับร่างตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
6. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ จากตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (reliability) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) โดยที่ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.00 – 1.00 เกณฑ์การแปลผลความเชื่อมั่นมีดังนี้

- 0.00 – 0.20 ความเชื่อมั่นต่ำมาก/ไม่มีเลย
- 0.21 – 0.40 ความเชื่อมั่นต่ำ
- 0.41- 0.70 ความเชื่อมั่นปานกลาง
- 0.71 – 1.00 ความเชื่อมั่นสูง

ตารางที่ 3.1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ปัจจัยการทดสอบ	Cronbach's Alpha	แปลผล
1. ความต้องการและแรงจูงใจ	0.83	ความเชื่อมั่นสูง
2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)	0.96	ความเชื่อมั่นสูง
3. การตัดสินใจเลือกคลังสินค้า	0.84	ความเชื่อมั่นสูง
<b>รวมทั้งฉบับ</b>	<b>0.96</b>	<b>ความเชื่อมั่นสูง</b>

7. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบอีกครั้ง ก่อนนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้จริง

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่ใช้บริการคลังสินค้าโซดิตรอนวิชั่น์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่ใช้บริการทั้งหมด แล้วตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีจำนวนครบ ตามที่กำหนดไว้หรือไม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล (Data processing) หรือการจัดระเบียบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาเรียบร้อยแล้ว มาจัดให้เป็นระเบียบก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ใน โปรแกรมสถิติเพื่อตอบคำถาม ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่นำมาทดสอบสมมติฐานและเมื่อได้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์สรุปเบื้องต้นแล้ว จะดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เชื่อมโยงข้อมูลให้มีลักษณะเป็นแนวคิดสรุปเชิงนามธรรม เพื่อใช้อธิบาย ปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยนำเสนอในลักษณะของการพรรณนาวิเคราะห์ (Description Analysis)

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยตัวแปรต่างๆ จะถูกนำมาลดรหัสเพื่อเปลี่ยนข้อมูลให้อยู่ในรูปของตัวเลขแล้วนำมาวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ ได้แก่ ประเภทของสถานประกอบการ วัตถุประสงค์ของการเช่าคลังสินค้า รูปแบบของพื้นที่ โครงสร้างผู้บริหาร จำนวนพนักงาน และอายุของสถานประกอบการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจ เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale ใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale ใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก เป็นคำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert Scale ใช้การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

#### 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบความแตกต่างของตัวแปร โดยใช้ One-way ANOVA

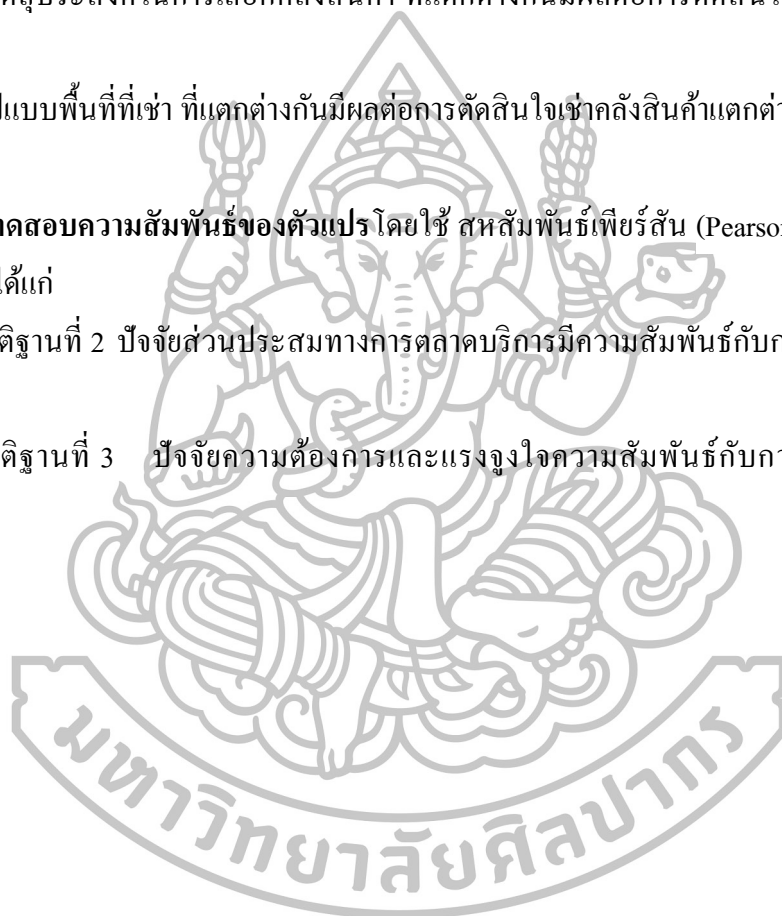
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสถานประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ประกอบด้วย 6 สมมติฐานย่อย ได้แก่

1. ประเภทของสถานประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน
2. โครงสร้างคณะผู้บริหาร ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน
3. อายุของสถานประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน
4. จำนวนพนักงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน
5. วัตถุประสงค์ในการเลือกคลังสินค้า ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน
6. รูปแบบพื้นที่ที่เช่า ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ได้แก่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในบริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือสถานประกอบการผู้ใช้บริการคลังสินค้า บริษัท โขติชนวัฒน์ จำกัด จาก 3 พื้นที่ ได้แก่ บางนา-ตราด กม.1 บางนา-ตราด กม.16 และพระราม 2 ในปัจจุบันรวมทั้งสิ้น 73 สถานประกอบการ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ
- 4.2 ความต้องการและแรงจูงใจ
- 4.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)
- 4.4 การตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้า
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน
- 4.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคลังสินค้า

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ทั้งส่วน โดยละเอียดตามลำดับหัวข้อในข้างต้น ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ

ประเภทสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	17	23.29
ขนส่งและโลจิสติกส์	10	13.70
อิเล็กทรอนิกส์	7	9.60
ยานยนต์และชิ้นส่วน	18	24.66
โพลีเมอร์	2	2.74
สื่อและสิ่งพิมพ์	7	9.60
เครื่องจักรกล	6	8.22

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ (ต่อ)

ประเภทสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์และเวชภัณฑ์	5	6.85
ธุรกิจการเงิน	1	1.37
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการ จำแนกตามประเภทสถานประกอบการ พบว่า ประเภทสถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด มากที่สุด คือ สถานประกอบการประเภทยานยนต์และชิ้นส่วน จำนวน 18 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 24.66 รองลงมา คือ สถานประกอบการประเภทการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 17 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 23.29 อันดับสาม สถานประกอบการประเภทขนส่งและโลจิสติกส์ จำนวน 10 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 13.70 อันดับสี่ มี 2 ประเภท คือ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนประเภทละ 7 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 9.60 อันดับห้า คือ ประเภทเครื่องจักรกล จำนวน 6 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 8.22 อันดับหก คือ ประเภทปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์และเวชภัณฑ์ จำนวน 5 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 6.85 อันดับเจ็ด คือ ประเภทโพลีเมอร์ จำนวน 2 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 2.74 และอันดับสุดท้าย คือ ประเภทธุรกิจการเงิน จำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เก็บสินค้า	10	13.70
ผลิตและประกอบชิ้นส่วน	12	16.44
เก็บสินค้าและประกอบชิ้นส่วน	12	16.44
เก็บสินค้าและสำนักงาน	34	46.57
เก็บสินค้า ผลิต&ประกอบชิ้นส่วน และสำนักงาน	3	4.11
อื่น ๆ	2	2.74
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า พบว่า วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า บริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด มากที่สุด คือ เช่าคลังสินค้าเพื่อเก็บสินค้าและสำนักงานจำนวน 34 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 46.57

รองลงมา คือ เพื่อผลิตและประกอบชิ้นส่วน และเพื่อเก็บสินค้าและประกอบชิ้นส่วน จำนวน 12 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 64.44 อันดับสาม คือ เพื่อเก็บสินค้าเพียงอย่างเดียวจำนวน 10 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 13.70 อันดับที่สูง คือ เพื่อเก็บสินค้า ผลิต&ประกอบชิ้นส่วน และสำนักงานจำนวน 3 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 4.11 และใช้วัตถุประสงค์อื่น ๆ คือ ห้องแลป และตรวจสอบคุณภาพ จำนวน 2 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 2.74

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรูปแบบพื้นที่คลังสินค้าที่ต้องการ

รูปแบบพื้นที่คลังสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
พื้นที่เก็บสินค้า	6	8.20
พื้นที่ผลิตและประกอบชิ้นส่วน	7	9.60
พื้นที่เก็บสินค้าพร้อมยกระดับเพื่อขนถ่าย	13	17.80
พื้นที่เช่าพร้อมสำนักงาน	47	64.40
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการ จำแนกตามรูปแบบพื้นที่คลังสินค้าที่ต้องการ พบว่า สถานประกอบการมีความต้องการรูปแบบพื้นที่คลังสินค้า บริษัท โจติชนวิวัฒน์ จำกัด มากที่สุด คือ พื้นที่เช่าพร้อมสำนักงานจำนวน 47 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมา คือ พื้นที่จัดเก็บสินค้าพร้อมยกระดับเพื่อขนถ่าย จำนวน 13 สถานประกอบการคิดเป็นร้อยละ 17.80 ลำดับสาม คือ ผลิตและประกอบชิ้นส่วนจำนวน 7 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 9.60 และลำดับสุดท้าย คือ พื้นที่เก็บสินค้าจำนวน 6 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 8.20

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ จำแนกตาม โครงสร้างสัญชาติคณะผู้บริหาร

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	32	43.80
ญี่ปุ่น	27	37.00
จีน	2	2.74
สหรัฐอเมริกา	2	2.74
ไต้หวัน	1	1.37
เยอรมัน	2	2.74
สวิสเซอร์แลนด์	2	2.74
เกาหลี	1	1.37



ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามโครงสร้างสัญชาติคณะผู้บริหาร (ต่อ)

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
อิตาลี	1	1.37
เคนมาร์ก	1	1.37
ฝรั่งเศส	1	1.37
ออสเตรเลีย	1	1.37
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการ จำแนกตามโครงสร้างสัญชาติคณะผู้บริหาร พบว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีโครงสร้างสัญชาติคณะผู้บริหารสัญชาติไทย มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 32 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ สัญชาติญี่ปุ่น จำนวน 27 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 37.00 อันดับสาม คือสัญชาติจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมัน และสวิสเซอร์แลนด์ จำนวนสัญชาติละ 2 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 2.74 และอันดับสี่ มีจำนวนสัญชาติละ 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37 ได้แก่ ไต้หวัน เกาหลี อิตาลี เคนมาร์ก ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนพนักงานในสถานประกอบการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 คน	52	71.23
50-100 คน	15	20.55
101-500 คน	4	5.48
501-1,000 คน	1	1.37
มากกว่า 1,000 คน	1	1.37
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการจำแนกตามจำนวนพนักงานในสถานประกอบการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ ที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีพนักงาน น้อยกว่า 50 คน จำนวน 52 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 71.23 รองลงมามีพนักงาน 50-100 คน จำนวน 15 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 20.55 อันดับที่สาม มีพนักงาน 101-500 คน จำนวน 4 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 5.48 และอันดับสี่ มีพนักงาน 501-1,000

คน จำนวน 1 สถานประกอบการคิดเป็นร้อยละ 1.37 และมากกว่า 1,000 คน มีจำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ปี	35	47.95
10-20 ปี	29	39.73
21-30 ปี	3	4.10
31-40 ปี	5	6.85
41-50 ปี	1	1.37
มากกว่า 50 ปี	0	0
<b>รวม</b>	<b>73</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานประกอบการจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติธรรวัฒน์ จำกัด ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินงานมาแล้ว ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 35 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 47.95 รองลงมา คือ ดำเนินกิจการมาแล้ว 10-20 ปี จำนวน 29 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 39.73 อันดับสาม คือ 31-40 ปี จำนวน 5 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 6.85 อันดับสี่ 21-30 ปี จำนวน 3 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 4.10 น้อยที่สุด คือ ดำเนินกิจการมาแล้ว 41-50 ปี จำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37 และพบว่าไม่มีสถานประกอบการที่ดำเนินงานมากกว่า 50 ปี

#### 4.2 ความต้องการและแรงจูงใจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า ความต้องการและแรงจูงใจ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.48$ ) โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยแรงจูงใจภายในได้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ) และปัจจัยจูงใจภายนอกมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 4.7-4.8

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายในที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. สถานประกอบการของท่านมีความต้องการคลังสินค้า	3 (4.10)	3 (4.10)	14 (19.20)	24 (32.90)	29 (39.70)	4.00	ระดับมาก
2. สถานประกอบการของท่านมีความต้องการศูนย์กระจายสินค้า	8 (11.00)	7 (9.60)	22 (30.10)	23 (31.50)	13 (17.80)	3.36	ระดับปานกลาง
3. การเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยให้ลดต้นทุน หรือมีความคุ้มค่ามากขึ้น	3 (4.10)	10 (13.70)	26 (35.60)	23 (31.50)	11 (15.10)	3.40	ระดับปานกลาง
4. สถานประกอบการของท่านใช้บริการเช่าคลังสินค้า	8 (11.00)	4 (5.50)	15 (20.50)	23 (31.50)	23 (31.50)	3.67	ระดับมาก
5. การเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยป้องกันการขาดแคลนสินค้า	7 (9.60)	4 (5.50)	21 (28.80)	26 (35.60)	15 (20.50)	3.52	ระดับมาก
<b>ภาพรวมปัจจัยภายใน</b>						<b>3.59</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายในที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โซติธินวัฒน์ จำกัด มีระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายในที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ โดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ) รายข้อพบว่า สถานประกอบการของท่านมีความต้องการคลังสินค้า ( $\bar{X} = 4.00$ ) สถานประกอบการของท่านใช้บริการเช่าคลังสินค้า ( $\bar{X} = 3.67$ ) และการเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยป้องกันการขาดแคลนสินค้า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ) ส่วน สถานประกอบการของท่านมีความต้องการศูนย์กระจายสินค้า ( $\bar{X} = 3.36$ ) และการเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยให้ลดต้นทุน หรือมีความคุ้มค่ามากขึ้น ( $\bar{X} = 3.40$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
6. แหล่งลูกค้าของท่านมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เก็บสินค้า	6 (8.20)	7 (9.60)	16 (21.90)	24 (32.90)	20 (27.40)	3.62	ระดับ มาก
7. สถานที่ตั้งคลังสินค้าให้เข้ามีความสะดวกต่อการกระจายสินค้า	3 (4.10)	3 (4.10)	16 (21.90)	33 (45.20)	18 (24.70)	3.82	ระดับ มาก
8. ได้รับส่งเสริมการขายพิเศษจากการเช่าคลังสินค้า	11 (15.10)	9 (12.30)	28 (38.40)	22 (30.10)	3 (4.10)	2.96	ระดับ ปาน กลาง
9. คลังสินค้าให้เข้ามีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้าเหมาะสมกว่าคลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านที่ท่านมีอยู่แล้ว	7 (9.60)	13 (17.80)	30 (41.10)	15 (20.50)	8 (11.00)	3.05	ระดับ ปาน กลาง
10. มีมาตรฐานควบคุมดูแลพื้นที่เช่า	1 (1.40)	3 (4.10)	12 (16.40)	35 (47.90)	22 (30.10)	4.01	ระดับ มาก
<b>ภาพรวมปัจจัยภายนอก</b>						3.37	ระดับ ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีระดับความต้องการและแรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ โดยรวมในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) รายข้อ พบว่า มีมาตรฐานควบคุมดูแลพื้นที่เช่า ( $\bar{X} = 4.01$ ) สถานที่ตั้งคลังสินค้าให้เข้ามีความสะดวกต่อการกระจายสินค้า ( $\bar{X} = 3.82$ ) และแหล่งลูกค้าของท่านมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เก็บสินค้า (

$\bar{X} = 3.62$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนคลังสินค้าให้เช่ามีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้าเหมาะสมกว่าคลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านที่ท่านมีอยู่แล้ว ( $\bar{X} = 3.05$ ) และ ได้รับส่งเสริมการขายพิเศษจากการเช่าคลังสินค้า ( $\bar{X} = 2.96$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

#### 4.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าตรงกับความต้องการ	0 (0)	0 (0)	12 (16.40)	37 (50.70)	24 (32.90)	4.16	ระดับมาก
2. มีระบบบริหารจัดการที่มีคุณภาพ	0 (0)	0 (0)	17 (23.30)	32 (43.80)	24 (32.90)	4.10	ระดับมาก
3. คลังสินค้ามีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ	2 (2.7)	0 (0)	16 (21.90)	36 (49.30)	19 (26.00)	3.96	ระดับมาก
4. มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและครบวงจร	2 (2.70)	5 (6.80)	22 (30.10)	21 (28.80)	23 (31.50)	3.79	ระดับมาก
5. พื้นที่ส่วนกลางเพียงพอและเหมาะสม	0 (0)	2 (2.70)	19 (26.00)	34 (46.60)	18 (24.70)	3.93	ระดับมาก
<b>ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์</b>						<b>3.99</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ) รายข้อพบว่า ขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าตรงกับความต้องการ ( $\bar{X} = 4.16$ ) มีระบบบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ( $\bar{X} = 4.10$ ) คลังสินค้ามีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 3.96$ ) พื้นที่ส่วนกลางเพียงพอและเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.93$ ) และมีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่

ทันสมัยและครบวงจร ( $\bar{X} = 3.79$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการระดับมาก ทุกข้อ

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
6. ค่าเช่ามีความเหมาะสม	1 (1.40)	6 (8.20)	21 (28.80)	22 (30.10)	23 (31.50)	3.82	ระดับ มาก
7. มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับ คลังสินค้าอื่น ๆ	2 (2.70)	5 (6.80)	22 (30.10)	22 (30.10)	22 (30.10)	3.78	ระดับ มาก
8. ช่วยลดต้นทุน	2 (2.70)	10 (13.70)	21 (28.80)	17 (23.30)	23 (31.50)	3.67	ระดับ มาก
9. โครงสร้างราคาเป็นไปตาม กลไกการตลาด	6 (8.20)	7 (9.60)	25 (34.20)	19 (26.00)	16 (21.90)	3.44	ระดับ ปาน กลาง
10. มีเงื่อนไขการชำระค่าเช่า คลังสินค้าที่เหมาะสม	1 (1.40)	5 (6.80)	24 (32.90)	25 (34.20)	18 (24.70)	3.74	ระดับ มาก
<b>ภาพรวมด้านราคา</b>						<b>3.69</b>	<b>ระดับ มาก</b>

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) รายข้อพบว่า ค่าเช่ามีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.82$ ) มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคลังสินค้าอื่น ๆ ( $\bar{X} = 3.78$ ) มีเงื่อนไขการชำระค่าเช่าคลังสินค้าที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.74$ ) และช่วยลดต้นทุน ( $\bar{X} = 3.67$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก ส่วนโครงสร้างราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด ( $\bar{X} = 3.44$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัด  
จำหน่าย (สถานที่) ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
11. ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม การ คมนาคมสะดวก	2 (2.70)	1 (1.40)	10 (13.70)	26 (35.60)	34 (46.60)	4.22	ระดับ มาก
12. ใกล้โรงงาน	5 (6.80)	3 (4.10)	20 (27.40)	29 (39.70)	16 (21.90)	3.66	ระดับ มาก
13. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	2 (2.70)	4 (5.50)	17 (23.30)	32 (43.80)	18 (24.70)	3.82	ระดับ มาก
14. ลักษณะของอาคาร สถานที่ เหมาะสมต่อการใช้	1 (1.40)	0 (0)	17 (23.30)	37 (50.70)	18 (24.70)	3.97	ระดับ มาก
15. ครอบคลุมขอบเขตการ ให้บริการกับสถานประกอบการ ที่มาใช้บริการ	2 (2.70)	1 (1.40)	22 (30.10)	32 (43.80)	16 (21.90)	3.81	ระดับ มาก
<b>ภาพรวมด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่)</b>						<b>3.90</b>	<b>ระดับ มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ  
เลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) รายข้อพบว่า ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคม  
สะดวก ( $\bar{X} = 4.22$ ) ลักษณะของอาคารสถานที่เหมาะสมต่อการใช้ ( $\bar{X} = 3.97$ ) พื้นที่จอดรถ  
เพียงพอ ( $\bar{X} = 3.82$ ) ครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับสถานประกอบการที่มาใช้บริการ ( $\bar{X} =$   
3.81) ใกล้โรงงาน ( $\bar{X} = 3.66$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริม  
ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
16.ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า	3 (4.10)	3 (4.10)	16 (21.90)	40 (54.80)	11 (15.10)	3.73	ระดับ มาก
17.มีการโฆษณาที่ทำให้สถานประกอบการต้องการตัดสินใจเช่า	2 (2.70)	7 (9.60)	28 (38.40)	28 (38.40)	8 (11.00)	3.45	ระดับ ปาน กลาง
18.มีส่วนลด	7 (9.60)	6 (8.20)	22 (30.10)	22 (30.10)	16 (21.90)	3.47	ระดับ ปาน กลาง
19. มีส่วนลดเมื่อใช้บริการบ่อยครั้ง	11 (15.10)	7 (9.60)	22 (30.10)	18 (24.70)	15 (20.50)	3.26	ระดับ ปาน กลาง
20. มีการจัดโปรโมชั่น	9 (12.30)	9 (12.30)	25 (34.30)	18 (24.70)	12 (16.40)	3.18	ระดับ ปาน กลาง
<b>ภาพรวมด้านการส่งเสริม</b>						<b>3.42</b>	<b>ระดับ ปาน กลาง</b>

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริม ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริม มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.42$ ) รายข้อพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า ( $\bar{X} = 3.73$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้านี้ระดับมาก ส่วน มีส่วนลด ( $\bar{X} = 3.47$ ) มีการโฆษณาที่ทำให้สถานประกอบการต้องการตัดสินใจเช่า ( $\bar{X} = 3.45$ ) มีส่วนลดเมื่อใช้บริการ



บ่อยครั้ง ( $\bar{X} = 3.26$ ) และมีการจัดโปรโมชั่น ( $\bar{X} = 3.18$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือก  
คลังสินค้าระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรที่  
มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
21. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ	1 (1.40)	0 (0)	9 (12.30)	38 (52.10)	25 (34.20)	4.18	ระดับ มาก
22. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีการติดต่อประสานงาน ที่ดี	1 (1.40)	1 (1.40)	10 (13.70)	31 (42.50)	30 (41.10)	4.21	ระดับ มาก
23. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความตระหนักถึงความต้องการของผู้เช่า	1 (1.40)	2 (2.70)	6 (8.20)	34 (46.00)	30 (41.10)	4.23	ระดับ มาก
24. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1 (1.40)	1 (1.40)	10 (13.70)	31 (42.50)	30 (41.10)	4.21	ระดับ มาก
25. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความสามารถในการแก้ปัญหา	1 (1.40)	1 (1.40)	16 (21.90)	35 (47.90)	20 (27.40)	3.99	ระดับ มาก
<b>ภาพรวมด้านบุคลากร</b>						<b>4.16</b>	<b>ระดับ มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยรวมใน

ระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ ) รายข้อพบว่า ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความตระหนักถึงความต้องการของผู้เช่า ( $\bar{X} = 4.23$ ) ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีการติดต่อประสานงานที่ดี ( $\bar{X} = 4.21$ ) ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.21$ ) ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.18$ ) และผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความสามารถในการแก้ปัญหา ( $\bar{X} = 3.99$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพและการนำเสนอที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็น					เฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
26. ผู้ให้บริการมีความพร้อมด้านข้อมูลและเอกสารครบถ้วน	0 (0)	2 (2.70)	13 (17.80)	38 (52.10)	20 (27.40)	4.04	ระดับมาก
27. ผู้ให้บริการมีมาตรฐานรับรองในการให้บริการในด้านคลังสินค้า	1 (1.40)	2 (2.70)	19 (26.00)	31 (42.50)	20 (27.40)	3.92	ระดับมาก
28. ผู้ให้บริการมีการบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ	2 (2.70)	2 (2.70)	14 (19.20)	34 (46.60)	21 (28.80)	3.96	ระดับมาก
29. ปลอดภัยได้มาตรฐาน	0 (0)	2 (2.70)	19 (26.00)	16 (21.90)	36 (49.30)	4.18	ระดับมาก
30. ผู้ให้บริการมีการทำประกันภัยสินค้า	4 (5.50)	5 (6.80)	16 (21.90)	26 (35.60)	22 (30.10)	3.78	ระดับมาก
<b>ภาพรวมด้านกายภาพและการนำเสนอ</b>						<b>3.98</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพและการนำเสนอ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพและการนำเสนอ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ

เลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) รายข้อพบว่า ปลอดภัยได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 4.18$ ) ผู้ให้บริการมีความพร้อมด้านข้อมูลและเอกสารครบถ้วน ( $\bar{X} = 4.04$ ) ผู้ให้บริการมีการบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.96$ ) ผู้ให้บริการมีมาตรฐานรับรองในการให้บริการในด้านคลังสินค้า ( $\bar{X} = 3.92$ ) และผู้ให้บริการมีการทำประกันภัยสินค้า ( $\bar{X} = 3.78$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
31. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คลิฟท์	15 (20.50)	9 (12.30)	20 (27.40)	17 (23.30)	12 (16.40)	3.03	ระดับปานกลาง
32. การซ่อมบำรุงที่ทันเวลา ป้องกันความเสียหาย	5 (6.80)	6 (8.20)	17 (23.30)	20 (27.40)	25 (34.20)	3.74	ระดับมาก
33. ความเร็วและการเคลื่อนที่อย่างมีประสิทธิภาพของสินค้า	5 (6.80)	2 (2.70)	16 (21.90)	31 (42.50)	19 (26.00)	3.78	ระดับมาก
34. เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย	0 (0)	1 (1.40)	21 (28.80)	29 (39.70)	22 (30.10)	3.99	ระดับมาก
35. เวลาเปิดให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้เช่า	0 (0)	0 (0)	8 (11.00)	39 (53.40)	26 (35.60)	4.25	ระดับมาก
<b>ภาพรวมด้านกระบวนการ</b>						<b>3.76</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) รายข้อพบว่า เวลาเปิดให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้เช่า

( $\bar{X}$  = 4.25) เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย ( $\bar{X}$  = 3.99) ความเร็วและการเคลื่อนที่อย่างมีประสิทธิภาพของสินค้า ( $\bar{X}$  = 3.78) และการซ่อมบำรุงที่ทันเวลาป้องกันความเสียหาย ( $\bar{X}$  = 3.74) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก ส่วน มีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คคลิฟท์ ( $\bar{X}$  = 3.03) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ของระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ ดังแสดงในตารางที่ 4.9-4.15 สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.16 สรุปส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เฉลี่ย	แปรผล
ผลิตภัณฑ์	3.99	ระดับมาก
ราคา	3.69	ระดับมาก
การจัดจำหน่าย (สถานที่)	3.90	ระดับมาก
การส่งเสริม	3.42	ระดับปานกลาง
บุคลากร	4.16	ระดับมาก
กายภาพและการนำเสนอ	3.98	ระดับมาก
กระบวนการ	3.76	ระดับมาก
<b>ภาพรวมส่วนประสมทางการบริการ</b>	<b>3.84</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปรผล โดยสรุประดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ภาพรวมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าคลังสินค้าของสถานประกอบการระดับมาก ผลการวิเคราะห์รายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ด้านบุคลากร ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ มีความสำคัญระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง

#### 4.4 การตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของ  
สถานประกอบการ

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. สถานประกอบการของท่านมีความจำเป็นในการเช่าคลังสินค้า	2 (2.70)	1 (1.40)	11 (15.10)	27 (3.70)	32 (43.80)	4.18	ระดับ มาก
2. คลังสินค้าที่สถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้า	7 (9.60)	3 (4.10)	17 (23.30)	33 (45.20)	13 (17.80)	3.58	ระดับ มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกที่คลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เหมาะสม	5 (6.80)	3 (4.10)	32 (43.80)	21 (28.80)	12 (16.40)	3.44	ระดับ ปาน กลาง
4. ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าก่อนตัดสินใจ	2 (2.70)	1 (1.40)	11 (15.10)	34 (46.60)	25 (34.20)	4.08	ระดับ มาก
5. ท่านมีการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ	1 (1.40)	1 (1.40)	10 (15.10)	32 (43.80)	29 (39.70)	4.19	ระดับ มาก
6. คลังสินค้าที่ท่านสนใจและศึกษาข้อมูลรายละเอียดมีหลากหลาย	2 (2.70)	1 (1.40)	8 (11.00)	43 (58.90)	19 (26.00)	4.04	ระดับ มาก
7. ท่านได้ประเมินคลังสินค้าต่างๆ จากการศึกษาค้นคว้าก่อนตัดสินใจ	2 (2.70)	0 (0)	6 (8.20)	33 (45.20)	32 (43.80)	4.27	ระดับ มาก
8. ท่านประเมินทางเลือกจากชื่อเสียงของผู้ให้เช่าคลังสินค้า	2 (2.70)	1 (1.40)	23 (31.50)	36 (49.30)	11 (15.10)	3.73	ระดับ มาก

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของ  
สถานประกอบการ (ต่อ)

คำถาม	จำนวนและร้อยละระดับความสำคัญ					เฉลี่ย	แปร ผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
9. ท่านตัดสินใจเช่าเพราะเคยใช้ บริการเช่ามาก่อน	16 (21.90)	7 (9.60)	16 (21.90)	22 (30.10)	12 (16.40)	3.10	ระดับ ปาน กลาง
10. ท่านตัดสินใจเช่าคลังสินค้า เพราะความคุ้มค่า	2 (2.70)	2 (2.70)	17 (23.30)	30 (41.10)	22 (30.10)	3.93	ระดับ มาก
<b>ภาพรวมการตัดสินใจ</b>						<b>3.86</b>	<b>ระดับ มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ พบว่า สถานประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) รายข้อพบว่า ท่านได้ประเมินคลังสินค้าต่าง ๆ จากการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ ( $\bar{X} = 4.27$ ) ท่านมีการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ ( $\bar{X} = 4.19$ ) สถานประกอบการของท่านมีความจำเป็นในการเช่าคลังสินค้า ( $\bar{X} = 4.18$ ) ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าก่อนตัดสินใจ ( $\bar{X} = 4.08$ ) คลังสินค้าที่ท่านสนใจและศึกษาข้อมูลรายละเอียดมีหลากหลาย ( $\bar{X} = 4.04$ ) ท่านตัดสินใจเช่าคลังสินค้าเพราะความคุ้มค่า ( $\bar{X} = 3.93$ ) ท่านประเมินทางเลือกจากชื่อเสียงของผู้ให้เช่าคลังสินค้า ( $\bar{X} = 3.73$ ) และคลังสินค้าที่สถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้า ( $\bar{X} = 3.58$ ) มีความสำคัญในระดับมาก ส่วน สิ่งอำนวยความสะดวกที่คลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.44$ ) และท่านตัดสินใจเช่าเพราะเคยใช้บริการเช่ามาก่อน ( $\bar{X} = 3.10$ ) มีความสำคัญในระดับปานกลาง

#### 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

**สมมติฐานย่อยที่ 1.1** ประเภทสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = ประเภทสถานประกอบการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = ประเภทสถานประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างประเภทสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	3.37	6	0.56	1.53	0.18
ระหว่างกลุ่ม	24.25	66	0.37		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างประเภทสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.18$  มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่าประเภทสถานประกอบการที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานย่อยที่ 1.2** วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	2.79	4	0.70	1.91	0.12
ระหว่างกลุ่ม	24.83	68	0.36		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.12$  มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ

$H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่าวัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้าที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานย่อยที่ 1.3** รูปแบบพื้นที่ที่เช่าแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = รูปแบบพื้นที่ที่เช่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = รูปแบบพื้นที่ที่เช่ามีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างรูปแบบพื้นที่ที่เช่าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	1.58	4	0.40	1.03	0.39
ระหว่างกลุ่ม	26.04	68	0.38		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรูปแบบพื้นที่ที่เช่าที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.39$  มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า รูปแบบพื้นที่ที่เช่าแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานย่อยที่ 1.4** โครงสร้างสัญญาของคณะผู้บริหารแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = โครงสร้างสัญญาของคณะผู้บริหารไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = โครงสร้างสัญญาของคณะผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างโครงสร้างสัญญาของคณะผู้บริหารที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	.91	4	0.23	0.58	0.68
ระหว่างกลุ่ม	26.71	68	0.39		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างโครงสร้างสัญญาติของคณะผู้บริหารที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.68$  มากกว่า  $0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่าโครงสร้างสัญญาติของคณะผู้บริหารที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$

**สมมติฐานย่อยที่ 1.5** จำนวนพนักงานในสถานประกอบการแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = จำนวนพนักงานในสถานประกอบการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = จำนวนพนักงานในสถานประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างจำนวนพนักงานในสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	1.62	4	0.41	1.06	0.38
ระหว่างกลุ่ม	26.00	68	0.38		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.05$

จากตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างจำนวนพนักงานในสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.38$  มากกว่า  $0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่าจำนวนพนักงานในสถานประกอบการที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$

**สมมติฐานย่อยที่ 1.6** ระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$  = ระยะเวลาการดำเนินงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = ระยะเวลาการดำเนินงานมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างระยะเวลาการดำเนินงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

	SS	df	MS	F	p-value
ภายในกลุ่ม	1.19	4	0.30	0.76	0.55
ระหว่างกลุ่ม	26.43	68	0.39		
รวม	27.62	72			

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระยะเวลาการดำเนินงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า จากการเปรียบเทียบพบว่า  $p\text{-value} = 0.55$  มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่าระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า พบว่า ปัจจัยสถานประกอบการที่แตกต่างกัน ไม่มีผลให้การตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 สรุปผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ปัจจัยสถานประกอบการ	การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า
	p-value
ประเภทสถานประกอบการ	0.18
วัตถุประสงค์ของการเช่าคลังสินค้า	0.12
รูปแบบพื้นที่ที่เช่า	0.39
โครงสร้างสัณฐานลักษณะผู้บริหาร	0.68
จำนวนพนักงาน	0.38
ระยะเวลาการดำเนินงาน	0.55

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสถานประกอบการทุกปัจจัย ได้แก่ ประเภทสถานประกอบการ วัตถุประสงค์ของการเช่าคลังสินค้า รูปแบบพื้นที่ที่เช่า โครงสร้างสัณฐานลักษณะผู้บริหาร จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่า  
คลังสินค้า

$H_0$  = ส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่า

คลังสินค้า

$H_1$  = ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่า

คลังสินค้า

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการ  
ตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า		
	r	p-value	ลำดับที่
ผลิตภัณฑ์	0.52	0.00**	2
ราคา	0.43	0.00**	5
ช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่)	0.22	0.06	-
การส่งเสริม	0.45	0.00**	4
บุคลากร	0.63	0.00**	1
กายภาพและการนำเสนอ	0.63	0.00**	1
กระบวนการ	0.48	0.00**	3

\*\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
บริการกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า พบว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.01  
กับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริม บุคลากร กายภาพและการ  
นำเสนอและกระบวนการ จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มี  
ความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริม บุคลากร  
กายภาพและการนำเสนอและกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่า การตัดสินใจเช่า  
คลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ระดับปานกลาง  
( $r=0.52$ ) ด้านราคาระดับต่ำ ( $r=0.43$ ) ด้านการส่งเสริมระดับต่ำ ( $r=0.45$ ) ด้านบุคลากรระดับปาน

กลาง ( $r=0.63$ ) กายภาพและการนำเสนอ ระดับปานกลาง ( $r=0.63$ ) และด้านกระบวนการระดับต่ำ ( $r=0.48$ ) และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

และการตัดสินใจเช่าคลังสินค้ามีค่า p-value มากกว่า 0.05 กับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_0$  = ความต้องการและแรงจูงใจไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

$H_1$  = ความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า

ความต้องการและแรงจูงใจ	การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า		
	r	p-value	ลำดับที่
แรงจูงใจภายใน	0.66	0.00**	2
แรงจูงใจภายนอก	0.67	0.00**	1

\*\*ระดับนัยสำคัญ .01

จากตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า พบว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 กับความต้องการและแรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก จึงปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับความต้องการและแรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับความต้องการและแรงจูงใจ ด้านแรงจูงใจภายในระดับปานกลาง ( $r=0.66$ ) และด้านแรงจูงใจภายนอกระดับปานกลาง ( $r=0.67$ ) และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

#### 4.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคลังสินค้า

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัตกรรม จำกัด ผู้ประกอบการมีการเสนอความคิดเห็น รวมถึงปัญหา ในการปรับปรุง พัฒนา และแก้ไข เพื่อให้เหมาะสมในการใช้งานมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มพื้นที่ในการขายสินค้า ควรสร้างหลังคาให้สูงขึ้น ควรมีจุดขึ้น ลงสินค้า (Loading dock) เนื่องจากปัจจุบันนี้เป็นเพียงพื้นที่ราบเรียบ ทำให้ขึ้น-ลงสินค้าจากตู้ Container เป็นไปด้วยความยากลำบาก ควรมีขนาดพื้นที่คลัง และสำนักงานให้เลือกหลายขนาด
2. ด้านราคา ค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภคไม่เหมาะสม ควรจะลดราคาลง
3. ด้านสถานที่ เครื่องหมายจราจรที่ชัดเจน ควรทำให้ใหม่อยู่เสมอเพื่อปลอดภัย และเส้นทางเดินรถตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น เพื่อความร่มรื่น สถานที่นั่งเล่นพักผ่อนรวมถึงสถานที่ออกกำลังกาย เพิ่มสถานที่จอดรถ ซ่อมแซมปรับปรุง บริเวณรอบ ๆ อาคารที่ชำรุดเสียหาย เพิ่มถนน การเชื่อมต่อสู่ทางสาธารณะ เนื่องจากเข้า-ออก เพียง 1 ทาง หาก
4. ด้านบุคลากร การบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย ขาดการใส่ใจในการบริการ
5. ด้านกายภาพและการนำเสนอซ่อมแซม ช่างซ่อมบำรุงภายในโครงการควรมีความเชี่ยวชาญ รวมถึงมีความสามารถที่หลากหลายและความรวดเร็ว กระตือรือร้น ในการแก้ปัญหา การรักษาความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย การเข้า-ออก ควรใช้ Key card เข้าออก การติดตั้งวงจรปิด (CCTV) ให้ครอบคลุม การติดตั้งโคมไฟส่องสว่าง อาหารและการพักผ่อน ควรมีสถานที่รับประทานอาหาร จำหน่ายอาหาร เพื่อความสะดวก ควรมี Sport club ภายในพื้นที่ ความสะอาด รักษาความสะอาดของห้องน้ำ และท่อระบายน้ำปัญหาความรำคาญเสียหายจากนก
6. ด้านกระบวนการ เพิ่มความรวดเร็ว และความถูกต้องในการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่ทางลูกค้าต้องการ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการใน บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือสถานประกอบการผู้ใช้บริการเช่าคลังสินค้าใน บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีทั้งสิ้น 73 สถานประกอบการ สถานที่ในการศึกษาวิจัยคือ คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด อยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 3 โซนคือ บางนา-ตราด กม.1 บางนา-ตราด กม.16 และ พระราม 2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

จากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประมวลผล เกี่ยวกับสถานประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 73 สถานประกอบการ มีผลการการวิจัย ดังนี้  
สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้า บริษัทโซติชนวัฒน์ จำกัด มากที่สุด คือ สถานประกอบการประเภทยานยนต์และชิ้นส่วน จำนวน 18 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 24.66 อันดับสอง คือ สถานประกอบการประเภทการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 17 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 23.29 และน้อยที่สุด คือ ประเภทธุรกิจการเงิน จำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า มากที่สุด คือ เช่าคลังสินค้าเพื่อเก็บสินค้าและสำนักงาน จำนวน 34 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 46.57 อันดับสอง คือ เพื่อผลิตและประกอบชิ้นส่วน และเพื่อเก็บสินค้าและประกอบชิ้นส่วน จำนวน 12 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 16.44 น้อยที่สุด คือ ใช้เป็นห้องแลป และตรวจสอบคุณภาพ จำนวน 2 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 2.74

รูปแบบพื้นที่คลังสินค้าที่ต้องการ มากที่สุด คือ พื้นที่เช่าพร้อมสำนักงานจำนวน 47 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 64.40 อันดับสองคือ พื้นที่จัดเก็บสินค้าพร้อมยกระดับเพื่อขนถ่าย

จำนวน 13 สถานประกอบการคิดเป็นร้อยละ 17.80 และน้อยที่สุด คือ พื้นที่เก็บสินค้าจำนวน 6 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 8.20

โครงสร้างลักษณะผู้บริหาร มากที่สุดสัญชาติไทย จำนวน 32 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 43.80 อันดับสอง คือ สัญชาติญี่ปุ่น จำนวน 27 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 37.00 และน้อยที่สุด คือ ไต้หวัน เกาหลี อิตาลี เดนมาร์ก ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย มีจำนวนสัญชาติละ 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ มากที่สุด มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน จำนวน 52 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 71.23 อันดับสอง มีพนักงาน 50-100 คน จำนวน 15 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 20.55 และน้อยที่สุด มีพนักงานมากกว่า 1,000 คน จำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ มากที่สุด ดำเนินกิจการน้อยกว่า 10 ปี จำนวน 35 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 47.95 อันดับสอง คือ ดำเนินกิจการมาแล้ว 10-20 ปี จำนวน 29 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 39.73 และน้อยที่สุด ดำเนินกิจการมาแล้ว 41-50 ปี จำนวน 1 สถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 1.37

### 5.1.2 ความต้องการและแรงจูงใจของสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า ความต้องการและแรงจูงใจ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ โดยปัจจัยแรงจูงใจภายในมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ) ส่วนปัจจัยจูงใจภายนอกมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ )

ปัจจัยแรงจูงใจภายในที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า คือ สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการคลังสินค้า โดยปกติมีการใช้บริการคลังสินค้าจากภายนอก เช่าคลังเก็บสินค้าเพื่อป้องกันการขาดแคลนสินค้า มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนความต้องการ ศูนย์กระจายสินค้า และการเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยให้ลดต้นทุน หรือมีความคุ้มค่ามากขึ้น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยจูงใจภายนอกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ คือ มีมาตรฐานควบคุมดูแลพื้นที่เช่า สถานที่ตั้งคลังสินค้าให้เช่ามีความสะดวกต่อการกระจายสินค้า และแหล่งลูกค้าของท่านมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เก็บสินค้า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนคลังสินค้าให้เช่ามีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้าเหมาะสมกว่าคลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านที่ท่านมีอยู่แล้ว และได้รับส่งเสริมการขายพิเศษจากการเช่าคลังสินค้ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

### 5.1.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการระดับมาก ผลการวิเคราะห์รายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.99$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.69$ ) ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ( $\bar{X} = 3.90$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.16$ ) ด้านกายภาพและการนำเสนอ ( $\bar{X} = 3.98$ ) และกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.76$ ) มีความสำคัญระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริม ( $\bar{X} = 3.42$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าตรงกับความต้องการ มีระบบบริหารจัดการที่มีคุณภาพ คลังสินค้ามีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ พื้นที่ส่วนกลางเพียงพอและเหมาะสม และมีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและครบวงจร มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการระดับมาก

ด้านราคา พบว่า ค่าเช่ามีความเหมาะสม มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคลังสินค้าอื่น ๆ มีเงื่อนไขการชำระค่าเช่าคลังสินค้าที่เหมาะสม และช่วยลดต้นทุน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก ส่วนโครงสร้างราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) พบว่า ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคมสะดวก ลักษณะของอาคารสถานที่เหมาะสมต่อการใช้ พื้นที่จอดรถเพียงพอ ครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับสถานประกอบการที่มาใช้บริการ ใกล้โรงงาน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความตระหนักถึงความต้องการของผู้เช่า ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีการติดต่อประสานงานที่ดี ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ และผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความสามารถในการแก้ปัญหา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก

ด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า ปลอดภัยได้มาตรฐาน ผู้ให้บริการมีความพร้อมด้านข้อมูลและเอกสารครบถ้วน ผู้ให้บริการมีการบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ ผู้ให้บริการมีมาตรฐานรับรองในการให้บริการในด้านคลังสินค้า และผู้ให้บริการมีการทำประกันภัยสินค้า ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก

ด้านกระบวนการ พบว่า เวลาเปิดให้บริการเป็นเวลาที่สะดวก สำหรับผู้เช่า เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย ความเร็วและการเคลื่อนที่อย่างมีประสิทธิภาพของสินค้า และ



การซ่อมบำรุงที่ทันเวลาป้องกันความเสียหาย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก ส่วน มีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คลิฟท์ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริม พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก ส่วน มีส่วนลด มีการโฆษณาที่ทำให้สถานประกอบการต้องการตัดสินใจเช่า มีส่วนลดเมื่อใช้บริการบ่อยครั้ง และมีการจัดโปรโมชั่น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับปานกลาง

#### 5.1.4 การตัดสินใจเลือกคลังสินค้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สถานประกอบการให้ความสำคัญก่อนการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก คือการประเมินคลังสินค้าต่างๆ จากการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียด ก่อนตัดสินใจ มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าที่หลากหลายก่อนตัดสินใจ สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความจำเป็นในการเช่าคลังสินค้า เนื่องจากที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้า การเลือกคลังสินค้ามีการคำนึงถึงความคุ้มค่า ชื่อเสียง ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่คลังสินค้าของสถานประกอบการมีอยู่ ไม่เหมาะสม และการตัดสินใจเช่าเพราะเคยใช้บริการเช่ามาก่อน มีสำคัญในการตัดสินใจระดับปานกลาง

#### 5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานความแตกต่างของปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการที่มีผลต่อการเช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวิวัฒน์ จำกัด พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการทุกปัจจัย ที่มีความแตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ประเภทของสถานประกอบการ ( $p\text{-value} = 0.18$ ) วัตถุประสงค์ในการเช่าคลังสินค้า ( $p\text{-value} = 0.12$ ) รูปแบบพื้นที่ที่เช่า ( $p\text{-value} = 0.39$ ) โครงสร้างสัญญาลักษณะผู้บริหาร ( $p\text{-value} = 0.68$ ) จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ ( $p\text{-value} = 0.38$ ) และระยะเวลาการดำเนินงาน ( $p\text{-value} = 0.55$ )

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) พบว่าการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยการตัดสินใจเช่าคลังสินค้ามีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ระดับปานกลาง ( $r=0.52$ ) ด้านราคาระดับต่ำ ( $r=0.43$ ) ด้านการส่งเสริมระดับต่ำ ( $r=0.45$ ) ด้านบุคลากรระดับปานกลาง ( $r=0.63$ ) ภายนอกและการนำเสนอ ระดับปานกลาง ( $r=0.63$ ) และด้าน

กระบวนการระดับต่ำ ( $r=0.48$ ) ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจกับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า พบว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับความต้องการและแรงจูงใจ ทั้งด้านแรงจูงใจภายใน ( $r=0.66$ ) และด้านแรงจูงใจภายนอก ( $r=0.67$ ) ระดับปานกลาง

### 5.1.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคลังสินค้า

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวิวัฒน์ จำกัด ผู้ประกอบการมีการเสนอความคิดเห็นรวมถึงปัญหา ในการปรับปรุง พัฒนา และแก้ไข เพื่อให้เหมาะสมในการใช้งานมากยิ่งขึ้น สรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวิวัฒน์ จำกัด ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุง เพิ่มเติม คือ ควรเพิ่มพื้นที่ในการขายสินค้า หลังจากคลังสินค้าควรมีระดับสูงขึ้น ควรมีจุดขึ้น-ลงสินค้า (Loading dock) เนื่องจากปัจจุบันนี้เป็นเพียงพื้นที่ราบเรียบ ทำให้ขึ้น-ลงสินค้าจากตู้ Container เป็นไปด้วยความยากลำบาก และควรมีขนาดพื้นที่คลัง และสำนักงานให้เลือกหลายขนาด

2. ด้านราคา สถานประกอบการมีความคิดเห็นและการเสนอแนะว่าค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภคไม่เหมาะสม ควรจะลดราคาลง

3. ด้านสถานที่ สถานประกอบการมีข้อเสนอแนะว่าเครื่องหมายจราจรที่ชัดเจนควรทำให้ใหม่อยู่เสมอเพื่อปลอดภัย และเส้นทางเดินรถตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น เพื่อความร่มรื่น สถานที่นั่งเล่นพักผ่อนรวมถึงสถานที่ออกกำลังกาย เพิ่มสถานที่จอดรถ เนื่องจากไม่เพียงพอ ควรซ่อมแซมปรับปรุงบริเวณรอบ ๆ อาคารที่ชำรุดเสียหาย และควรเพิ่มถนน เชื่อมต่อสู่ทางสาธารณะ เนื่องจากเข้า-ออก เพียง 1 ทาง เพื่อใช้ในยามวิการ

4. ด้านบุคลากร สถานประกอบการมีความคิดเห็นว่าการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย ขาดการใส่ใจในการบริการ

5. ด้านกายภาพและการนำเสนอ ช่างซ่อมบำรุงภายใน โครงการควรมีความเชี่ยวชาญ รวมถึงมีความสามารถที่หลากหลายและความรวดเร็ว กระจือรีออื่น ในการแก้ปัญหา การรักษาความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย การเข้า-ออก ควรใช้ Key card เข้าออก การติดตั้งวงจรปิด (CCTV) ให้ครอบคลุม การติดตั้งโคมไฟส่องสว่าง อาหารและการพักผ่อน ควรมีสถานที่

รับประทานอาหาร จำหน่ายอาหาร เพื่อความสะดวก ควรมี Sport club ภายในพื้นที่ ความสะดวก รักษาความสะดวกของห้องน้ำ และท่อระบายน้ำปัญหาความรำคาญเสียหายจากนก

6. ด้านกระบวนการ มีการเสนอแนะว่าควรเพิ่มความรวดเร็ว และความถูกต้องในการ จัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่ทางลูกค้าต้องการ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการในบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า และปัจจัยการตัดสินใจ พบประเด็นสำคัญ ผู้วิจัยจึงนำมาอภิปราย ดังนี้

### ความต้องการและแรงจูงใจของสถานประกอบการ

ความต้องการและแรงจูงใจมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ จากการวิจัย พบว่า แรงจูงใจภายในมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ) เนื่องจากโดยปกติสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าในบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด นั้นไม่มีคลังเก็บสินค้าเป็นของสถานประกอบการจึงได้ใช้บริการคลังสินค้าภายนอก เพื่อวัตถุประสงค์ในการเก็บสินค้าเพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้า ป้องกันการขาดแคลนสินค้า และมีความคุ้มค่า ด้วยเหตุนี้แรงจูงใจภายในจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับจิตวิทยาของการเกิดแรงจูงใจภายใน สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 107-108) อธิบายว่า เป็นภาวะที่เกิดความต้องการแสวงหาบางอย่างด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีปัจจัยภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง ความต้องการ (Need) เป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดแรงขับแล้วส่งผลกระทบต่อแสดงพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของความ ต้องการ กล่าวคือ สถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีความต้องการคลังสินค้าเนื่องจากภายในสถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีคลังสินค้า ด้วยคลังสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการเก็บรักษาสินค้าสำรองวัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อป้องกันการขาดแคลน คลังสินค้าจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นสถานประกอบการต่าง ๆ จึงเช่าคลังสินค้าจากภายนอก ดังที่ สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ดีโรจนวงศ์ (2558) ได้อธิบายว่า คลังสินค้า เป็นสิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่อพักและเก็บรักษาสินค้าในปริมาณที่มาก คลังสินค้ามีความสำคัญต่อธุรกิจ เช่น ใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน ระบบการผลิต การขนส่ง เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ เพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้า การดำเนินคลังสินค้ามีบทบาทสำคัญในระบบโลจิสติกส์ งานของคลังสินค้าเป็นจุดรวมของสินค้าก่อนกระจายไปยังลูกค้า คลังสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ นอกจากความสำคัญในการตัดสินใจเลือกคลังสินค้านี้ดังกล่าวในข้างต้นแล้ว สุชาติ เผ่าตะใจ (2556) กล่าวว่า การแก้ปัญหาคลังเก็บสินค้า

ภายในบริษัทไม่เพียงพอ สามารถแก้ปัญหานี้ได้ด้วยบริการคลังสินค้าจากซัพพลายเออร์ภายนอก โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องเพิ่มคลังสินค้าภายในบริษัท ซึ่งจะช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ คลังสินค้าได้มากกว่าการบริหารจัดการสินค้าด้วยตนเอง จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจภายในที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการคือ ความต้องการคลังสินค้า เนื่องจากสถานประกอบการไม่มีคลังสินค้า หรือมีคลังสินค้าแต่ไม่เพียงพอ จึงเช่าคลังสินค้าจากภายนอก

นอกจากแรงจูงใจภายใน คือความต้องการคลังสินค้า ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าแล้ว แรงจูงใจภายนอกก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการได้ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) แรงจูงใจภายนอกที่มีความสำคัญคือจุดเด่นของคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ที่มีมาตรฐานการควบคุมดูแลคลังสินค้า สถานที่ตั้งสะดวกเหมาะสม อยู่ใกล้แหล่งลูกค้า มีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกภายในคลังสินค้าที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นจุดเด่นที่สามารถกระตุ้นแรงจูงใจให้สถานประกอบการเกิดการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ดังที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 107-108) กล่าวว่า แรงจูงใจภายนอกคือภาวะที่ถูกกระตุ้นจากภายนอกให้มองเห็นจุดมุ่งหมาย เช่น เมื่อบุคคลมีเป้าหมายในการกระทำใดๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสม

#### ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการระดับมาก ผลการวิเคราะห์รายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.99$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.69$ ) ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) ( $\bar{X} = 3.90$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.16$ ) ด้านกายภาพและการนำเสนอ ( $\bar{X} = 3.98$ ) และกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.76$ ) มีความสำคัญระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริม ( $\bar{X} = 3.42$ ) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัดในระดับมาก ได้แก่นขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าที่มีขนาดตั้งแต่ 500 ตารางเมตร ถึง 1,100 ตารางเมตร คลังสินค้ามีระบบจัดการที่มีคุณภาพ คลังสินค้ามีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ พื้นที่ส่วนกลางเพียงพอ และมีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของคลังสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะของสถานประกอบการมากที่สุด จึงทำให้สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าบริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด สอดคล้องกับแนวคิดของฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนอง

ความจำเป็นและความต้องการคือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ด้านราคา พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ในระดับมาก ต่อราคาค่าเช่าคลังสินค้า การเช่าคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ช่วยให้เกิดต้นทุนในด้านการจัดการของสถานประกอบการได้ มีเงื่อนไขการชำระค่าเช่าคลังสินค้าที่เหมาะสม มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคลังสินค้าอื่น ๆ และนอกจากนี้โครงสร้างราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด ซึ่งปัจจัยด้านราคาเหล่านี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดด้านราคากับการตัดสินใจเลือก ของฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้กล่าวว่า ราคาคือต้นทุนของลูกค้า เพราะฉะนั้นลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อสิ่งนั้น ในทางกลับกันถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าราคาก็จะไม่ซื้อสิ่งนั้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า คลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีราคาค่าเช่าที่เหมาะสมกับคุณค่าที่สถานประกอบการได้รับจึงผลให้ราคาค่าเช่าคลังสินค้ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย (สถานที่) พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ในระดับมาก ต่อทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า เนื่องจากคลังสินค้าเหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายขนส่งสินค้า การคมนาคมสะดวก ครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับสถานประกอบการที่มาใช้บริการ ตั้งอยู่ใกล้โรงงาน นอกจากนี้ลักษณะของอาคารสถานที่ยังเหมาะสมต่อการใช้งานของสถานประกอบการ และมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 3 แห่ง คือ (1) คลังสินค้าบางนา-ตราด กม.1 ตั้งอยู่ริมถนนบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 1 ระหว่างสะพานกัลป์รถ BITEC (ฝั่งขาออก) จุดเชื่อมต่อถนนสุขุมวิท/ศรีนครินทร์ ก่อนถึงห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา ใกล้ทางด่วนบางนา-ท่าเรือ, ทางด่วนยกระดับบางนา-บางปะกง, วงแหวนตะวันออก กรุงเทพมหานคร-สายไหม (มอเตอร์เวย์) และสนามบินสุวรรณภูมิ (2) คลังสินค้าบางนา-ตราด กม.16 (ฝั่งขาออก) ตั้งอยู่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ ย่านอุตสาหกรรมใหญ่ และทางด่วนยกระดับบางนา-บางปะกง ทำเลดีเยี่ยมที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมภาคตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด) และ(3) คลังสินค้าพระราม 2 เป็นท่าเลประจูดสู่เศรษฐกิจภาคใต้ แหล่งรวมอุตสาหกรรมไทย ตั้งอยู่ริมถนนพระราม 2 ทำเลดีเยี่ยมใกล้กับกรุงเทพฯ มากกว่านิคมอุตสาหกรรมใด ๆ โดยอยู่ใกล้จากศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ (บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด, 2558) ด้วยลักษณะของสถานที่ของคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งครอบคลุมแหล่งธุรกิจสำคัญ สถานประกอบการจึงให้ความสำคัญระดับมาก

ต่อการเลือกคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้ง ฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้กล่าวว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ถูกจำเป็นต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาให้บริการดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะสถานที่ตั้งของคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีพื้นที่ที่ครอบคลุมแหล่งธุรกิจที่สำคัญ แหล่งคมนาคมสะดวก ใกล้แหล่งอุตสาหกรรม สะดวกต่อการใช้บริการคลังสินค้า จึงส่งผลให้สถานประกอบการให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านบุคลากร มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าในระดับมาก จากการวิจัยพบว่า คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีความตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการ บุคลากรมีการติดต่อประสานงานที่ดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ และมีความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้กล่าวว่าบุคลากรเป็นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ด้วยบุคลากรที่มีความตระหนักถึงความต้องการของสถานประกอบการ มีการติดต่อประสานงานที่ดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ และมีความสามารถในการแก้ปัญหา ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถกระตุ้นการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการได้ในระดับมาก

ด้านกายภาพและการนำเสนอ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในระดับมาก จากการวิจัยพบว่า คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน มีการทำประกันภัยสินค้า การบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ และผู้ให้บริการมีความพร้อม สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางกายภาพ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2556) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพเป็นลักษณะที่จำเป็น เป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้สร้างและรักษาภาพพจน์ และเป็นตัวสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ดังนั้นปัจจัยด้านกายภาพและนำเสนอที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ เมื่อเปรียบเทียบกับคลังสินค้าอื่นๆ คือ คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน มีการทำประกันภัยสินค้า การบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ และผู้ให้บริการมีความพร้อม จึงเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากคลังสินค้าอื่น ๆ ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด

ด้านกระบวนการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในระดับมาก จากการวิจัยพบว่า คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด มีการเปิดให้บริการเป็นเวลาที่

สะดวกเหมาะสม เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย การซ่อมบำรุงที่ทันเวลาป้องกันความเสียหาย การจัดเก็บและเคลื่อนที่ของสินค้ารวดเร็วมีระเบียบ และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คลิฟท์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นจุดเด่นของคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ที่ส่งผลให้มีความสำคัญระดับมากต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการ ฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) กล่าวว่า กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอกับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ลูกค้า เกิดความประทับใจ จึงกล่าวได้ว่า ด้านกระบวนการภายในคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ที่มีอยู่ ส่งผลให้สถานประกอบการเกิดความประทับใจจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกในระดับมาก

ด้านการส่งเสริม พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า การเข้าถึงสื่อโฆษณา โปรโมชั่น และส่วนลดในการใช้บริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการในระดับปานกลาง ฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือ ชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับผู้ซื้อ จึงอาจสรุปได้ว่า ในการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับคลังสินค้า การส่งเสริมการขายต่าง ๆ ยังไม่ใช่ว่าจะเป็นจุดเด่นต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการ ทั้งนี้อาจเกิดจาก สถานประกอบการในคลังสินค้าบริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ร้อยละ 56.20 เป็นสถานประกอบการจากต่างชาติ ทำให้การแจ้งข่าวสารการส่งเสริมอาจยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร จึงทำให้การส่งเสริมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการระดับปานกลาง

#### การตัดสินใจเลือกคลังสินค้า

สถานประกอบการให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) สถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด มีการประเมินคลังสินค้าต่างๆ จากการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ มีการค้นหาข้อมูลเปรียบเทียบเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาด้านชื่อเสียงของคลังสินค้าสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ ชูชัย สมितिไกร (2557: 68) กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยเจตนาและผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรอง ทั้งนี้เพื่อให้การบริโภคเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นก่อนจะมีการซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ ผู้บริโภคจะมีการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองสามารถซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้องที่สุด

### การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ที่ว่า “ปัจจัยสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าแตกต่างกัน” จากการทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย One Way Anova พบว่า ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสถานประกอบการทุกปัจจัย ได้แก่ ประเภทสถานประกอบการ วัตถุประสงค์ของการเช่าคลังสินค้า รูปแบบพื้นที่ที่เช่า โครงสร้างสัญญาคิณะผู้บริหาร จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินการ ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งผลการศึกษาสามารถอธิบายได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจของสถานประกอบการ คือ สถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ทุก ๆ สถานประกอบการมีกระบวนการก่อนการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าที่เหมือนกันคือ มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าที่หลากหลาย มีการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียด และประเมินคลังสินค้าจากผู้ให้บริการหลายแห่งก่อนตัดสินใจเลือก เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ผลการศึกษาดังกล่าวมีสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจของ ชูชัย สมิทธิกร (2557: 68) ที่ว่า “พฤติกรรมการตัดสินใจเกิดขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมายเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยเจตนาและผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรอง เพื่อให้การตัดสินใจเลือกนั้นเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและพึงพอใจมากที่สุด” ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้าใน บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด ได้มีการศึกษาข้อมูล การประเมินทางเลือกคลังสินค้าเหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานของทุก ๆ สถานประกอบการมากที่สุดแล้วว่า คลังสินค้า บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด เป็นคลังสินค้าที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ก่อนที่จะมีการตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้า ดังนั้น ปัจจัยเกี่ยวกับสถานประกอบการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน จึงไม่ส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า” จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า การตัดสินใจเช่าคลังสินค้า มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดบริการในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าสูง จะส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าสูงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้ธุรกิจสอดคล้อง กับความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ฟิลิป คอตเลอร์, อ่างถึงโน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541) จากผลการวิจัยจากกล่าวได้ว่า



คลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด ได้มีการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลให้สถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าเกิดความพอใจ และตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าของผู้เช่าพื้นที่รายย่อย ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ (ปวรศิริ มีสัจย์, 2555) และ วรวิทย์ ทองมี (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ขายสินค้าของลูกค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ขายสินค้า ได้แก่ ผลกระทบจากราคา

สมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่า “ปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า” จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ความต้องการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจมีสูง จะส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าสูงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก สถานประกอบการส่วนใหญ่มีความจำเป็นในการเช่าคลังสินค้า เนื่องจากที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้า การเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการมีการคำนึงถึงความคุ้มค่าสอดคล้องกับ สุชาติ เผ่าตะใจ (2556) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยตนเองและระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าจากผู้ให้บริการคลังสินค้าจากภายนอก ที่พบว่า การใช้บริการคลังสินค้าจากภายนอก ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการคลังสินค้าได้มากกว่าการบริหารจัดการสินค้าด้วยตนเอง ความคุ้มค่าจึงเป็นความต้องการและแรงจูงใจหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า ดังที่ชูชัย สมิทธิไกร (2557: 217) ได้อธิบายเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจว่า ความต้องการด้านต่าง ๆ คือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ผลักดันให้เกิดการกระทำต่างๆ ซึ่งภาวะที่มีแรงผลักดันเกิดขึ้นในจิตใจนี้เรียกว่า การมีแรงจูงใจ (Motivation) เมื่อมีแรงจูงใจจะมีพลังและความกระตือรือร้นที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างมีทิศทาง เพื่อตอบสนองความต้องการและบรรลุเป้าหมายของตน จึงกล่าวได้ว่าการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้า บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด เกิดจากความต้องการและแรงจูงใจที่สถานประกอบการมีอยู่

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยความต้องการและแรงจูงใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าของสถานประกอบการที่ผู้ให้เช่าคลังสินค้าต้องให้ความสำคัญ

ปรับปรุง และพัฒนาให้เหมาะสมอยู่เสมอ และการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ พบผลการวิจัยที่มีประโยชน์ต่อ ผู้ให้เช่าคลังสินค้า หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในหลายประเด็น ที่ผู้วิจัยจะได้นำเสนอไว้ในหัวข้อถัดไป

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สถานประกอบการที่เช่าคลังสินค้าเนื่องจากส่วนใหญ่ สถานประกอบการไม่มีคลังสินค้า จึงมีความต้องการเช่าคลังสินค้า ดังนั้นธุรกิจให้เช่าคลังสินค้าควรรีความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถานประกอบการที่ไม่มีคลังสินค้า ซึ่งอาจเป็นสถานประกอบการจากต่างชาติ สถานประกอบการขนาดเล็ก หรือสถานประกอบการที่เริ่มดำเนินกิจการ ซึ่งมีความต้องการเช่าคลังสินค้าสูง

2. ธุรกิจให้บริการคลังสินค้า ควรมีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกภายในคลังสินค้า และควรมีมาตรฐานควบคุมดูแลคลังสินค้าเพื่อให้สถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าเกิดความไว้วางใจในการเก็บรักษาสินค้า

3. สำหรับธุรกิจให้บริการคลังสินค้าที่เริ่มดำเนินกิจการ หรือขยายคลังสินค้า ควรเลือกสถานที่ที่การคมนาคมขนส่งสะดวก ใกล้แหล่งธุรกิจ หรือแหล่งอุตสาหกรรม เพื่อความสะดวกและคุ้มค่าของสถานประกอบการผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4. ควรสร้างคลังสินค้าให้มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มลูกค้า และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เตรียมไว้พร้อมบริการลูกค้าพร้อมกับคลังสินค้า ก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของคลังสินค้าที่เหมาะสมกับลักษณะของสถานประกอบการมากที่สุด

5. ด้านกระบวนการภายในคลังสินค้า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าระดับมากคือ กระบวนการดำเนินงานควรมีระเบียบและถูกต้อง คลังสินค้าควรมีเวลาเปิดให้บริการที่สะดวกต่อสถานประกอบการกลุ่มเป้าหมาย เอกสารในการติดต่อสื่อสารควรชัดเจนและเข้าใจง่าย กระบวนการการซ่อมบำรุงรวดเร็วและทันเวลาป้องกันความเสียหาย การนำสินค้าจัดเก็บและการเคลื่อนที่ของสินค้าควรมีความรวดเร็วมีระเบียบ และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คลิฟท์

6. ธุรกิจให้บริการคลังสินค้าควรมีการนำเสนอให้สถานประกอบการเห็นถึงคุณภาพของคลังสินค้าเนื่องจากสถานประกอบการให้ความสำคัญกับกระบวนการก่อนการตัดสินใจเลือกคลังสินค้าน้อยมาก สถานประกอบการมีการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้าที่หลากหลายก่อนตัดสินใจ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยเรื่องนี้ควรศึกษาให้ครอบคลุมประเภทของสถานประกอบการ หรือควรแบ่งประเภทสถานประกอบการเป็นปัจจัยหลักในการศึกษาเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความต้องการของประเภทสถานประกอบการผู้เช่าคลังสินค้าโดยแท้จริง และนำไปใช้ในการพัฒนาคลังสินค้า
2. ในกรณีที่ต้องการทราบถึงประเภทของสถานประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าควรศึกษาจากผู้ให้เช่าคลังสินค้านรายอื่น ๆ ร่วมด้วย เพื่อให้ครอบคลุมประเภทของสถานประกอบการ
3. ควรศึกษาเขตที่ตั้งของคลังสินค้ากับลักษณะรูปแบบของคลังสินค้าที่สถานประกอบการผู้ใช้บริการมีความต้องการซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกคลังสินค้า
4. ควรศึกษาความต้องการของกลุ่มประเภทสถานประกอบการที่มีระยะเวลาการประกอบกิจการเป็นระยะเวลายาวนานและสถานประกอบการที่มีความต้องการขนาดคลังสินค้าที่มีขนาดใหญ่ ว่ามีลักษณะความต้องการที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มลูกค้าอย่างไรซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกคลังสินค้า และเพื่อขยายหรือเพิ่มโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กฤษณ์ชาคริตส ฒ วัฒนประเสริฐ. (2558). **การจัดการโลจิสติกและซัพพลายเชน เชิงวิศวกรรม**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ปัญญาชน.
- เกียรติพงษ์ มูลโพธิ์. (2555). “ความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ต่อส่วนประสานทางการตลาดของ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่แอร์พอร์ต”. รายงานการศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คัตนาค์ มณีศรี. (2556). **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมพล พะโยมศรี. (2555). “ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ ในคลังสินค้าระหว่างประเทศบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการบิน บัณฑิตวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยตลาด**. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปวรศิริ มีสัตย์. (2555). “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า ของผู้เช่าพื้นที่รายย่อย”. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มนสา อัสวากาญจน์. (2554). “ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกเช่าพื้นที่สำนักงานขนาดเล็กใน ศูนย์กลางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ ปริญญา สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิต วิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2556). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รติกร รสฟุ้ง. (2556). “การออกแบบคลังสินค้าสำหรับผู้กระจายสินค้ารายย่อย กรณีศึกษา ตัวแทน จำหน่ายค้าส่งและค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ” วิทยานิพนธ์ ปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิต วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ราชนนท์ ชูศรี. (2554). “ศึกษาการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์กระจายสินค้าวัสดุ ก่อสร้าง ในเขตอำเภอเขียงของ จังหวัดเชียงราย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต สาขาการจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- วรวิทย์ ทงมี. (2555). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่ขายสินค้าของลูกค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วิรงรอง กานต์วิเศษณ์. (2554). “ความพึงพอใจในการเช่าพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษา บริษัทเหมาราชพัฒนาที่ดิน จำกัด (มหาชน) ในเขตนิคมอุตสาหกรรม”. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซ เท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ธีระฟิล์ม และไซเทกซ์.
- สุชาติ เผ่าดีใจ. (2556). “การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยตนเอง และระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าจากผู้ให้บริการคลังสินค้าภายนอก” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรรถพันธ์ นันทกุลวานิช. (2556). “การปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการรับสินค้าของคลังสินค้า กรณีศึกษาธุรกิจการผลิตสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการขนส่งและ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

### แหล่งข้อมูลออนไลน์

- บริษัท โชติชนวัฒน์ จำกัด. (2559). **ความเป็นมาของของโครงการโชติชนวัฒน์ [ออนไลน์]**. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/index.php>
- \_\_\_\_\_. (2559). **สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ [ออนไลน์]**. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/facilities.php>

- \_\_\_\_\_. (2559). รายละเอียดโครงการบางนา-ตราด กม.1 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=77>
- \_\_\_\_\_. (2559). รายละเอียดโครงการบางนา-ตราด กม.16 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=78>
- \_\_\_\_\_. (2559). รายละเอียดโครงการพระราม 2 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 มกราคม 2559. เข้าถึงจาก <http://www.warehousechod.com/TH/project.php?projId=79>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). ธุรกิจคลังสินค้าเติบโตจากอานิสงส์การปรับกลยุทธ์รับมือความเสี่ยงภัยพิบัติ (มองเศรษฐกิจฉบับที่ 3286). คลังสินค้า [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม. เข้าถึงจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28841>
- สมโรตม์ โกมลวนิช และอนันต์ ดีโรจนวงศ์. (2558). ความสำคัญและประเภทของคลังสินค้า [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 27 พฤษภาคม. เข้าถึงจาก [http://logisticscorner.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1760:warehouse-management&catid=38:warehousing&Itemid=92](http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1760:warehouse-management&catid=38:warehousing&Itemid=92)
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม. เข้าถึงจาก <http://www.oie.go.th/academic>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). ระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม. เข้าถึงจาก [www.smeservicecenter.net](http://www.smeservicecenter.net)
- มาร์คัส เบอร์เทนชอว์. (2559). โปรเจกต์รัฐฯ 2 ล้านล. ลงทุนรถไฟ หนุนตลาดให้เข้าคลังสินค้าบูม. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 31 พฤษภาคม. เข้าถึงจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000032367>
- Durmus, Ali and Turk, Sevkiye Sence. (2014). **Factors** Influencing Location Selection of **Warehouses** at the Intra-Urban Level: Istanbul Case, *European Planning Studies*; 22 (2), p268-292, 25p. Retrieved from <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail>.
- Roh, Saeyeo. (2012). **The pre-positioning of humanitarian aid : the warehouse location problem.** **Cardiff University.** Retrieved from <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?did=3&uin=uk.bl.ethos.567535>





### แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการคลังสินค้าบริษัท โชติ  
 ธนวัฒน์ จำกัด  
คำชี้แจง

แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเอกสารประกอบการวิจัยของนักศึกษาหลักสูตรปริญญา  
 มหาบัณฑิต สาขาประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งการให้ข้อมูลท่านในครั้งนี้  
 นี้ผู้ศึกษาจะนำไปประมวลผลและหาข้อสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ  
 และผู้ลงทุนที่จะลงทุนดำเนินการธุรกิจให้เช่าคลังสินค้าในการพิจารณาจัดเตรียม และ พัฒนา การ  
 ให้บริการเช่าพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต ผู้ศึกษา จึงใคร่  
 ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและขอขอบคุณในความร่วมมื  
 การตอบแบบสอบถามครั้งนี้แบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังปรากฏดังต่อไปนี้

**Subject :** Decision Leasing Influencing factor of Chodthanawat Co., Ltd Warehouse's  
 Entrepreneues.

#### **Instructions**

This questionnaire is a part of research of a Master's degree student from the Faculty of  
 Business Administration, majoring in entrepreneurship, Silapakorn University's graduate school.  
 Your information will be processed and analysed. The research result is expected to be a guidance  
 for entrepreneurs and investors involving in warehousing business for a preparation and an  
 improvement of their service quality with the aim of meeting the future requirements. The  
 researcher would like to thank in advance for your cooperation in completing this questionnaire  
 with true information. For the questionnaire, it is composed of 5 parts as follows;



## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

### Part 1 General Information a Company

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง

**Instructions** Please tick  the appropriate boxes

1. ประเภทสถานประกอบการของท่านดำเนินธุรกิจอยู่ในกลุ่มใด (What type of business are you in?)

- อาหาร (Food)  ขนส่งและ โลจิสติกส์ (Transportation & Logistics)
- อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics)  ยานยนต์และชิ้นส่วน (Automotive & Automotive part)
- โพลีเมอร์ (Polymer)  สื่อและสิ่งพิมพ์ (Media and Publishing)
- อื่น ๆ โปรดระบุ Other (Please specify).....

2. สถานประกอบการของท่านเช่าพื้นที่เช่าคลังสินค้าของบริษัท โชติธรรวัฒน์ จำกัด เพื่อวัตถุประสงค์ใด (For what purpose does your company lease the warehouse of Chodthanawat Co., Ltd.?)

- เก็บสินค้า (Merchandise Storage)  ประกอบชิ้นส่วน (Assembling service)
- เก็บสินค้าและประกอบชิ้นส่วน (Merchandise Storage & Assembling Service)
- เก็บสินค้าและสำนักงาน (Storage & Office)
- ผลิต ประกอบชิ้นส่วนและสำนักงาน (Production & Assembling service & Office)
- อื่น ๆ (ระบุ) Other (Please specify).....

3. รูปแบบพื้นที่เช่าใดที่สถานประกอบการท่านต้องการ (What kind of a leasing warehouse does your company want?)

- เฉพาะพื้นที่เก็บสินค้า (Only merchandise storage)
- พื้นที่ประกอบชิ้นส่วน (Only assembling service)
- พื้นที่เก็บสินค้าพร้อมยกระดับเพื่อขนถ่าย (Merchandise storage ready for loading)
- พื้นที่เช่าพร้อมสำนักงาน (Merchandise Storage & Office)

4. โครงสร้างสัญชาติของคณะผู้บริหารสถานประกอบการของท่าน (What is the nationality of your director(s)?)

- ไทย Thai  ญี่ปุ่น Japanese  จีน Chinese  สหรัฐอเมริกา American

อื่น ๆ โปรดระบุ Other (Please specify).....

5. จำนวนพนักงานในสถานประกอบการท่าน (Number of Employees (person))

น้อยกว่า 50 คน (Less than 50 person)     50 - 100 คน (50 – 100 person)

101 - 500 คน (101 – 500 person)     501 - 1,000 คน (501 - 1,000 person)

มากกว่า 1,000 คนขึ้นไป (More than 1,000 person)

6. ระยะเวลาการดำเนินกิจการ (How long has your company been running?)

ต่ำกว่า 10 ปี (Less than 10 years)     10 - 20 ปี (10 – 20 years)

21 - 30 ปี (21 - 30 years)     31 - 40 ปี (31 - 40 years)

41 - 50 ปี (41 - 50 years)     มากกว่า 50 ปี (More than 50 years)

## ส่วนที่ 2 ความต้องการและแรงจูงใจ

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าสำหรับสถานประกอบการของท่านมากน้อยเพียงใด

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

### Part 2 Needs and Motivation

In your opinion, to what extent that each following factor affects your company's decision to lease a warehouse?

**Instructions:** Please rate the following statement by ticking the appropriate box (5= Extremely influential, 4= Very influential, 3 = Somewhat influential, 2= Slightly influential, 1= Not at all influential)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ Factors influencing the decision to lease a warehouse	ระดับความสำคัญ (Level of Influence)				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยภายใน. (Internal factors)</b>					
1. สถานประกอบการของท่านมีความต้องการคลังสินค้า (Your company needs a warehouse.)					
2. สถานประกอบการของท่านมีความต้องการศูนย์กระจายสินค้า (Your company requires a merchandise distribution hub.)					

3. การเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยให้ลดต้นทุน หรือมีความคุ้มค่ามากขึ้น (The company can reduce cost or benefit more by leasing a warehouse.)					
4. สถานประกอบการของท่านใช้บริการเช่าคลังสินค้า (Your company uses warehousing service).					
5. การเช่าคลังเก็บสินค้าช่วยป้องกันการขาดแคลนสินค้า (Your company leases a warehouse to prevent the merchandise shortage.)					
<b>ปัจจัยภายนอก (External factors)</b>					
1. แหล่งลูกค้าของท่านมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่เก็บสินค้า (Your Customer's location influences the selection of a warehouse.)					
2. สถานที่ตั้งคลังสินค้าให้เข้ามีความสะดวกต่อการกระจายสินค้า (From a warehouse location, it is convenient to distribute goods and services.)					
3. ได้รับส่งเสริมการขายพิเศษจากการเช่าคลังสินค้า (Receiving sales promotion influences the selection of a warehouse.)					
4. คลังสินค้าให้เช่ามีเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้าเหมาะสมกว่าคลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านที่ที่ท่านมีอยู่แล้ว (A leasing warehouse has superior technologies that help facilitate product storage better than the company's warehouse).					
5. มีมาตรฐานควบคุมดูแลพื้นที่เช่า (A leasing warehouse has a good management standard.)					

### ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7ps)

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้า สำหรับสถานประกอบการของท่านมากน้อยเพียงใด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

#### Part 3 Servicing Marketing Mixes (7ps)

In your opinion, to what extent that each following factor affects your company's decision to lease a warehouse?

**Instructions:** Please rate the following statement by ticking the appropriate box (5= Extremely influential, 4= Very influential, 3 = Somewhat influential, 2= Slightly influential, 1= Not at all influential)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ Factors influencing the decision to lease a warehouse space	ระดับความสำคัญ (Level of Influence)				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์(Product)</b>					
1. ขนาดพื้นที่จัดเก็บสินค้าตรงกับความต้องการ (Size of a leasing warehouse is appropriate as per your requirement.)					
2. มีระบบบริหารจัดการที่มีมาตรฐาน(The warehouse company has standardized management system.)					
3. คลังสินค้าน่าเชื่อถือและมีความน่าเชื่อถือ (The warehouse company is reputable and trustworthy.)					
4. มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและครบวงจร (The warehouse company offers modern and fully integrated technologies.)					
5. พื้นที่ส่วนกลางเพียงพอและเหมาะสม (The warehouse company has sufficient and appropriate public area.)					
<b>ด้านราคา (Price)</b>					
1. ค่าเช่ามีความเหมาะสม (The warehouse company offers					

appropriate lease price.)					
2. มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคลังสินค้าอื่น ๆ (The service is worth paying when comparing with other warehouses.)					
3. ช่วยลดต้นทุน (It helps reduce cost.)					
4. โครงสร้างราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด (The rental rate based on Market rate)					
5. มีเงื่อนไขการชำระค่าเช่าคลังสินค้าที่เหมาะสม (The warehouse company has the appropriate payment condition.)					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) (Place of Distribution)</b>					
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคมสะดวก (The warehouse is located in an appropriate location and it is convenient for transportation.)					
2. ใกล้โรงงาน (The warehouse is near the factory.)					
3. พื้นที่จอดรถเพียงพอ (The warehouse provides sufficient area for parking.)					
4. ลักษณะของอาคาร สถานที่เหมาะสมต่อการใช้ (The appearance of a warehouse is appropriate to use.)					
5. มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้โรงงานและครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับสถานประกอบการที่มาใช้บริการ (A warehouse is located near the factory and covers all the area of the companies that use warehouse service.)					
<b>ด้านการส่งเสริม (Place of Distribution)</b>					
1.ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า (It is convenient to access to information related to a warehouse.)					
2.มีการโฆษณาที่ทำให้สถานประกอบการต้องการตัดสินใจเช่า (There is an advertisement that affects the company's decision to lease a warehouse.)					

3. มีบริการส่วนลด(There is a discount for leasing a warehouse.)					
4. มีส่วนลดเมื่อใช้บริการบ่อยครั้ง (There is a discount if the company leases a warehouse for several times.)					
5. มีการจัดโปรโมชั่น (There are sales promotions offered to the company.)					
<b>ด้านบุคลากร (Personnel)</b>					
1. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการ มีความสุภาพและยินดีต่อการให้บริการ (Sales executive and operations team are polite and have a service mind.)					
2. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีการติดต่อประสานงานที่ดี (Sales executive and operations team provides a good cooperation and communication.)					
3. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความตระหนักถึงความต้องการของผู้เช่า (Sales executive and operations team understands the requirement of lessee.)					
4. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Sales executive and operations team are keen to deliver service.)					
5. ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายปฏิบัติการมีความสามารถในการแก้ปัญหา (Sales executive and operations team are able to solve problems.)					
<b>ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical environment and presentation)</b>					
1. ผู้ให้บริการมีความพร้อมด้านข้อมูลและเอกสารครบถ้วน (The service provider is ready to provide information and related documents.)					
2. ผู้ให้บริการมีมาตรฐานรับรองในการให้บริการในด้านคลังสินค้า (The service provider obtains certificate of standards related to warehousing service.)					

3. ผู้ให้บริการมีการบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ (The service provider offers fast and high quality service.)					
4. ปลอดภัยได้มาตรฐาน (Safety and standard compliance)					
5. ผู้ให้บริการมีการทำประกันภัยอาคาร (The service provider provides Building insurance.)					
<b>ด้านกระบวนการ (Process)</b>					
1. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ไว้บริการ เช่น รถโฟล์คลิฟท์ (The service provider has tools and equipments ready for service such as forklift.)					
2. การซ่อมบำรุงที่ทันเวลาป้องกันความเสียหาย (There is an on-time maintainance that can prevent damage.)					
3. ความเร็วและการเคลื่อนที่อย่างมีประสิทธิภาพของสินค้า (The transportation of merchandise is rapid and efficient.)					
4. เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย (The documents used in the communication process are clear and easy to understand.)					
5. เวลาเปิดให้บริการเป็นเวลาที่สะดวก สำหรับผู้เช่า (The opening time is convenient for the lessee.)					

#### ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกเช่าคลังสินค้า

##### Part 4 Decision to lease a warehouse space

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าสำหรับสถานประกอบการของท่านมากน้อยเพียงใด

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

In your opinion, to what extent that each following factor affects your company's decision to lease a warehouse?

**Instructions:** Please rate the following statement by ticking the appropriate box (5= Extremely influential, 4= Very influential, 3 = Somewhat influential, 2= Slightly influential, 1= Not at all influential)

ปัจจัยการตัดสินใจ Factors influencing the decision to lease a warehouse space	ระดับความสำคัญ (Level of Influence)				
	5	4	3	2	1
1. สถานประกอบการของท่านมีความจำเป็นในการเช่าคลังสินค้า (It is necessary for your company to lease a warehouse space.)					
2. คลังสินค้าที่สถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้า (Your company warehouse is not sufficient for all merchandise.)					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกที่คลังสินค้าของสถานประกอบการของท่านมีอยู่ไม่เหมาะสม (The current facilities of your warehouse is not appropriate.)					
4. ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้เช่าคลังสินค้านก่อนตัดสินใจ (Before making a decision, you have searched information on warehousing service providers.)					
5. ท่านมีการศึกษาข้อมูลคลังสินค้าอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจ (Before making a decision, you have carefully studied the information of a warehouse.)					
6. คลังสินค้าที่ท่านสนใจและศึกษาข้อมูลรายละเอียดมีหลากหลาย (You are interested in and have searched for information of many warehouses.)					
7. ท่านได้ประเมินคลังสินค้าต่างๆ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Before making a decision, you have compared and evaluated each warehouse based on your obtained information.)					
8. ท่านประเมินทางเลือกจากชื่อเสียงของผู้ให้เช่าคลังสินค้า (You evaluate all alternatives based on reputation of warehouse service providers.)					
9. ท่านตัดสินใจเช่าเพราะเคยใช้บริการเช่ามาก่อน (You decide to lease a warehouse because you have used its					



service before.)					
10. ท่านตัดสินใจเช่าคลังสินค้าเพราะความคุ้มค่า (You decide to lease a warehouse because it is worthy.)					
11. ท่านตัดสินใจเช่าคลังสินค้าเพราะเหตุผลอื่น ๆ โปรดระบุ (You decide to lease a warehouse because other reasons (please specify)).....					

### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคลังสินค้า

#### Part 5 Addition suggestions about warehouse

1. ความต้องการและแรงจูงใจอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกคลังสินค้า เกี่ยวกับสถานประกอบการท่านคืออะไร (What is other needs and motivations of your company influencing your decision to select a warehouse?)

.....

.....

.....

.....

2. คลังสินค้าในโครงการโชติธรวัดน์ ควรมีการปรับปรุง เพิ่มเติม หรือแก้ไขด้านใด เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อความต้องการของสถานประกอบการท่านมากที่สุด เพราะเหตุใด (What should the warehouses in Chodthanawat Project be improved, adjusted or corrected to meet the needs of your company the most? and why?)

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (Other suggestions)

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข.

ตาราง ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

แบบสอบถามข้อที่	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
8	1	0	1	2	.67	ใช้ได้
9	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
10	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
11	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
12	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
13	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
14	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
15	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
16	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
17	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
18	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
19	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
20	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
21	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
22	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
23	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
24	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
25	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

แบบสอบถามข้อที่	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
26	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
27	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
28	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
29	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
30	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
31	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
32	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
33	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
34	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
35	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
36	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
37	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
38	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
39	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
40	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
41	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
42	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
43	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
44	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
45	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
46	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
47	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
48	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
49	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
50	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้

แบบสอบถามข้อที่	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
51	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
52	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
53	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
54	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
55	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
56	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
57	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
58	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
59	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
60	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
61	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

#### หมายเหตุ

- +1 แทน แน่ใจว่าข้อสอบมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 แทน ไม่แน่ใจว่าข้อสอบมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 แทน แน่ใจว่าข้อสอบไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์



ที่ ศธ 0520.303.1/ 0595



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ  
จังหวัดเพชรบุรี 76120

25 กุมภาพันธ์ 2559

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน กรรมการผู้จัดการ

ด้วย นางประทุม สุดใจ รหัสประจำตัว 57602744 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการคลังสินค้าบริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด” มีความประสงค์ขอเก็บรวบรวมข้อมูลสถานประกอบการในคลังสินค้า บริษัท โซดิธันวัดน์ จำกัด โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 73 ชุด เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะฯ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน และขออนุญาตให้นางประทุม สุดใจ หมายเลขโทรศัพท์ 08 1732 6405 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ ทั้งนี้ คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุด)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย  
ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 0 3259 4031

โทรสาร 0 3259 4023



ภาคผนวก ง.





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-031

ที่ /2559

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์

ด้วยนางประทุม สุดใจ รหัสประจำตัว 57602744 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการคลังสินค้าบริษัท โซติธน์วิวัฒน์ จำกัด” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภานนท์ หอมสุด)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-031

ที่ /2559

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2559

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภนัท หอมสุด

ด้วยนางประทุม สุดใจ รหัสประจำตัว 57602744 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการคลังสินค้าบริษัท โซติธน์วิวัฒน์ จำกัด” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภนัท หอมสุด)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย



### บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 0-32594-031

ที่ /2559

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559

เรื่อง ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์

ด้วยนางประทุม สุดใจ รหัสประจำตัว 57602744 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าคลังสินค้าของสถานประกอบการคลังสินค้าบริษัท โซติธวัฒน์ จำกัด” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษารายดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงนุช หอมสุต)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางประทุม สุดใจ
ที่อยู่	เลขที่ 640 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 75 แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
ที่ทำงาน	บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด เลขที่ 78 อาคารเกษรตินาคิน ตรอกกัปตันบุช ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
ระดับมัธยมศึกษา	แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี อำเภอในเมือง จังหวัดพิษณุโลก
ระดับปริญญาตรี	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงบางกะปิ เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ประวัติการทำงาน	
พศ.2532 –ปัจจุบัน	บริษัท โซติชนวัฒน์ จำกัด

