

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหาที่นำไปสู่การค้นคว้าวิจัย	1
สถานที่ทำการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	5
บทที่ 2 หลักการทฤษฎีและวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
หลักการ ทฤษฎี	6
สาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 แผนการดำเนินการ ขอบเขตและวิธีการวิจัย	29
วิธีดำเนินการวิจัย	29
รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการขนส่ง	30
การรวบรวมกลยุทธ์ด้านการขนส่ง	30
การออกแบบสอบถามโดยการเปรียบเทียบเชิงคู่	30
การส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการขนส่ง	30
การวิเคราะห์หาลำดับความสำคัญของกลยุทธ์โดยเทคนิคลำดับชั้นวิเคราะห์	31
การหาความสอดคล้องกันของเหตุผล	32
การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ไคสแควร์	33
บทที่ 4 ผลการวิจัย	35
ผลการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการขนส่ง	35
ผลการรวบรวมกลยุทธ์ด้านการขนส่ง	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลการออกแบบสอบถาม โดยการเปรียบเทียบเชิงคู่	42
ผลการสอบถาม ไปยังผู้ประกอบการขนส่ง	42
ผลวิเคราะห์หาลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ โดยเทคนิคลำดับชั้นวิเคราะห์	44
ผลการหาความสัมพันธ์ของกันของเหตุผล	53
ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ไคสแควร์	56
บทที่ 5 ผลการวิจัย	60
ผลและอภิปรายการวิจัย	60
การนำผลวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์	66
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	69
เอกสารอ้างอิง	72
ภาคผนวก	
1. ข้อมูลของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นผู้ขนส่งสินค้าทางถนน	75
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	79
3. แบบสำรวจเปรียบเทียบเชิงคู่	81
4. ผลการสำรวจ	88
5. ผลการประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ด้านการขนส่ง โดยใช้ กระบวนการลำดับชั้นวิเคราะห์	101
6. การสำรวจกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้จริง	119
7. การพิสูจน์สมมติฐานโดยใช้ไคสแควร์	123
ประวัติผู้เขียน	136

สารบัญตาราง

	หน้า
1.1 แสดงต้นทุน โลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์รวมภายในประเทศ	1
1.2 แสดงปริมาณการส่งสินค้าภายในประเทศ	2
2.1 แสดงมาตราส่วนในการเปรียบเทียบความสำคัญ	19
2.2 แสดงตารางเมตริกซ์ในการเปรียบเทียบหลักเกณฑ์เป็นคู่	20
2.3 แสดงค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงคู่ (RCI)	22
3.1 แสดงการกรอกคะแนนในตารางเมตริกซ์	31
3.2 แสดงค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงคู่ (RCI)	33
4.1 แสดงเมตริกซ์เปรียบเทียบเกณฑ์หลักด้านวิสัยทัศน์	44
4.2 แสดงเมตริกซ์และการลงคะแนนจากการสำรวจ	44
4.3 แสดงการคำนวณส่วนกลับของคะแนนในแต่ละช่องของตารางเมตริกซ์	45
4.4 แสดงผลการคำนวณผลรวมของคอลัมน์	45
4.5 แสดงการคำนวณน้ำหนัก	46
4.6 แสดงผลการคำนวณสัดส่วนความสอดคล้อง (CR)	55
4.7 แสดงน้ำหนักกลยุทธ์หลักด้านวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่ 20 หลังปรับให้เข้ากับ ผลการคำนวณของตน	56
4.8 แสดงน้ำหนักกลยุทธ์หลักด้านการตลาดของผู้ประกอบการที่ 20 หลังปรับให้เข้ากับ ผลการคำนวณของตน	57
4.9 แสดงน้ำหนักกลยุทธ์หลักด้านวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่ 20 หลังปรับให้เข้ากับ ผลการคำนวณของผู้ประกอบการ 31 ราย	58
4.10 แสดงน้ำหนักกลยุทธ์หลักด้านการตลาดของผู้ประกอบการที่ 20 หลังปรับให้เข้ากับ ผลการคำนวณของผู้ประกอบการ 31 ราย	58
4.11 แสดงค่าไคสแควร์ของกลยุทธ์รองของผู้ประกอบการที่ 20	59

สารบัญภาพ

	หน้า
1.1 แสดงโครงสร้างต้นทุน โลจิสติกส์ของกิจการทั่วไป	2
1.2 แสดงจำนวนนิติบุคคลที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนน รวมทั้งหมดและคงอยู่ ซึ่งมีที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2548	4
2.1 แสดงตัวแบบการขนส่ง (Transportation Model)	9
2.2 แสดงการนำร่องของยานพาหนะต่างๆจากที่หนึ่งไปที่อื่นๆ	10
2.3 แสดงการนำร่องด้วยเครื่องติดตามตำแหน่ง (GPS) ในรถยนต์	11
2.4 แสดงตัวอย่าง โครงสร้างเชิงลำดับชั้น	18
2.5 แสดงแผนภูมิขั้นตอนกระบวนการลำดับชั้นวิเคราะห์ (AHP)	22
3.1 แสดงลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย	29
4.1 แสดงแผนภูมิลำดับชั้นกระบวนการ (ด้านวิสัยทัศน์)	40
4.2 แสดงแผนภูมิลำดับชั้นกระบวนการ (ด้านการตลาด)	41
4.3 แสดงสัดส่วนลักษณะกิจกรรมทางการขนส่ง	42
4.4 แสดงสัดส่วนกลุ่มสินค้าที่ขนส่ง	42
4.5 แสดงสัดส่วนกลุ่มลูกค้า	43
4.6 แสดงสัดส่วนพื้นที่การขนส่ง	43
4.7 แสดงร้อยละของน้ำหนักของเกณฑ์หลักด้านวิสัยทัศน์จากผู้ประกอบการที่ 20	46
4.8 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์หลักด้านวิสัยทัศน์	48
4.9 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์หลักด้านการตลาด	48
4.10 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านลักษณะการบริการ	50
4.11 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านราคา	51
4.12 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านการเจริญเติบโต	51
4.13 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านปรัชญา	51
4.14 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านบุคลากร	52
4.15 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านสถานที่	52
4.16 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านภาพพจน์	52
4.17 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองด้านเทคนิค เทคโนโลยี	53
4.18 แสดงภาพรวมลำดับความสำคัญของกลยุทธ์รองการส่งเสริมการตลาด	53