

บทที่ 2

เนื้อเรื่อง

งานวิจัยเรื่อง “แผนการจัดการโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา” ประกอบด้วย (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) กับผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยในประเทศไทย และผู้ประกอบการร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา (2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) จากผู้บริโภครที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาแผนการจัดการโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน ในเส้นทางท่องเที่ยวไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และไทย-ราชอาณาจักรกัมพูชา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยและมีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา และผู้ประกอบการร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ

(2.1) ผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยและมีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 20 คน

(2.2) ผู้ประกอบการร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 20 คน

(2.3) ผู้ประกอบการร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยในราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 20 คน

รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณจำนวนทั้งสิ้น 60 คน ดังตารางที่

(3) วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

ตารางที่ 2.1 จำนวนผู้ประกอบการที่จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวไทย – ลาว – กัมพูชา

พื้นที่เส้นทางท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง (คน)		
	ผู้ประกอบการ ในไทย	ผู้ประกอบการ ในพื้นที่	รวม
เส้นทางที่ 1 ไทย - ลาว	10		30
- เวียงจันทน์		7	
- วังเวียง		7	
- หลวงพระบาง		6	
เส้นทางที่ 2 ไทย - กัมพูชา	10		30
- พนมเปญ		10	
- เสียมเรียบ		10	
รวม	20	40	60

2.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

(1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ , 2549, หน้า 178) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

$Z_{1-2/2}$ = ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น (1-2) 99% มีค่า 2.58

e = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ กำหนดให้มีค่า 0.05

$$\begin{aligned}
 p &= \text{ค่าสัดส่วนประชากร กำหนดให้มีค่า 0.5 (ทำให้ } pq \text{ มีค่าสูงสุด)} \\
 q &= 1 - P \\
 \text{แทนค่า } n &= \frac{(2.58)^2(0.25)}{(0.05)^2} \\
 &= \frac{1.6641}{0.0025} \\
 &= 665.64
 \end{aligned}$$

ดังนั้นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 666 คน และคณะผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 34 คน เพื่อให้ข้อมูลมีความเหมาะสมมากขึ้น รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 700 คน

(3) วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งตามพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวไทย (หนองคาย) – ลาว (เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง) และเส้นทางท่องเที่ยวไทย (อัญประเทศ) – กัมพูชา (เสียมเรียบ - พนมเปญ) เส้นทางละ 350 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเส้นทาง 700 คน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 จำนวนตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวไทย – ลาว – กัมพูชา

พื้นที่เส้นทางท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง (คน)
เส้นทางที่ 1 ไทย - ลาว	
- เวียงจันทน์	116
- วังเวียง	117
- หลวงพระบาง	117
รวม	350
เส้นทางที่ 2 ไทย - กัมพูชา	
- พนมเปญ	175
- เสียมเรียบ	175
รวม	350

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยแจกแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยจากร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตในแต่ละพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวจนครบจำนวนตามขั้นที่ 1

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

(1.1) แบบสัมภาษณ์ที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีแล้วกำหนดเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

- ด้านการพยากรณ์อุปสงค์
- ด้านการจัดซื้อ
- ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง
- ด้านการบริหารคลังสินค้า
- ด้านบรรจุภัณฑ์
- ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้า
- ด้านการขนส่ง
- ด้านการให้บริการลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน
- ด้านการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์
- ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ

(1.2) แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ซึ่งสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ จำนวน 43 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ระดับ คะแนน	ระดับทัศนคติ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 - 1.85	น้อยที่สุด
2	ไม่เห็นด้วย	1.86 - 2.71	น้อย
3	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	2.72 - 3.57	ค่อนข้างน้อย
4	เฉยๆ	3.58 - 4.43	ปานกลาง
5	ค่อนข้างเห็นด้วย	4.44 - 5.29	ค่อนข้างมาก
6	เห็นด้วย	5.30 - 6.15	มาก
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6.16 - 7.00	มากที่สุด

(2) การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) จากนั้นคณะผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

2.2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

(1) ลักษณะของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยจากร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทย ประกอบด้วย

(1) คำถามแบบปลายปิดมีหลายตัวเลือก ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 1 ข้อ และให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จำนวน 5 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

(2) คำถามแบบปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำนวน 34 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ระดับ คะแนน	ระดับทัศนคติ/ความพึงพอใจ/ ความภักดี	คะแนน เฉลี่ย	ระดับทัศนคติ/ความพึงพอใจ/ ความภักดี
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 - 1.85	ไม่ดีอย่างมาก/ไม่พอใจอย่าง มาก/น้อยที่สุด
2	ไม่เห็นด้วย	1.86 - 2.71	ไม่ดี/ไม่พอใจ/น้อย
3	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	2.72 - 3.57	ค่อนข้างไม่ดี/ค่อนข้างไม่พอใจ/ ค่อนข้างน้อย
4	เฉยๆ	3.58 - 4.43	ปานกลาง/ปานกลาง/ปานกลาง
5	ค่อนข้างเห็นด้วย	4.44 - 5.29	ค่อนข้างดี/ค่อนข้างพอใจ/ ค่อนข้างมาก
6	เห็นด้วย	5.30 - 6.15	ดี/พอใจ/มาก
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6.16 - 7.00	ดีมาก/พอใจมากที่สุด/มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ทัศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย จำนวน 23 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating scale มี 7 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายคะแนนจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ระดับ คะแนน	ระดับทัศนคติ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 - 1.85	ไม่ดีอย่างมาก
2	ไม่เห็นด้วย	1.86 - 2.71	ไม่ดี
3	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	2.72 - 3.57	ค่อนข้างไม่ดี
4	เฉยๆ	3.58 - 4.43	ปานกลาง
5	ค่อนข้างเห็นด้วย	4.44 - 5.29	ค่อนข้างดี
6	เห็นด้วย	5.30 - 6.15	ดี
7	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6.16 - 7.00	ดีมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 5 ลักษณะส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบปลายปิดมีหลายตัวเลือก ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ศาสนา และ

สัญชาติ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

(2) การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

(2.1) การวัดความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ได้แก่ ความสอดคล้อง ครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

(2.2) การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามทั้งหมดไป ทดลองกับผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient method) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อมั่น
	n	คือ	จำนวนข้อ
	S_i^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ในการหาค่าความเชื่อมั่นตามสูตรนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละส่วนและความเชื่อมั่นทั้งฉบับดังนี้

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุง อาหารไทย	
(1) ด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการ	.8628
(2) ด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ	.7370
(3) ด้านคุณภาพของข้อมูล	.9097
(4) ด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อ	.8471
(5) ด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ	.8772
(6) ด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	.8579
(7) ด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	.8630
(8) ด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	.7389
(9) ด้านความตรงต่อเวลา	.7063
(10) ความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย	.8100
(11) ความภาคภูมิใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย	.9071
ส่วนที่ 3 ทศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย	.9605
ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับ	.9527

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) กับผู้ประกอบการในประเทศไทยที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยและมีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา และผู้ประกอบการร้านค้าส่ง/ร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 60 คน

2.3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 700 คน

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกครบตามจำนวนที่กำหนดแล้ว คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดมาบันทึกรายละเอียดตามประเด็นการสัมภาษณ์ และสรุปวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือก โดยพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

(1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (**Descriptive statistics**) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทย ทักษะติดต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ทักษะดีโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย และลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

(2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (**Inferential statistics**) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติดังนี้

(2.1) การวิเคราะห์ค่าที (Independent-Samples t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

การทดสอบ Levene's test for equality of variances ถ้าพบว่ามีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจะใช้ค่า t-test ในกรณี Not equal variances ในการทดสอบความแตกต่าง แต่ถ้าพบว่ามีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจะใช้ค่า t-test ในกรณี Equal variances ในการทดสอบความแตกต่าง

(2.2) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน

การทดสอบ Test of homogeneity of variances ถ้าพบว่า Levene statistic มีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจะใช้ค่าสถิติ Brown-forsythe ในการทดสอบความแตกต่าง แต่ถ้าพบว่า Levene statistic มีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจะใช้ค่า F-test ในการทดสอบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่ใช้ค่าสถิติ F-test และจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Dunnett T3 ในกรณีที่ใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe

(2.3) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions) เพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์ว่า ตัวแปรอิสระใดมีผลต่อตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระใดไม่มีผลต่อตัวแปรตาม

2.5 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 350 คน และผู้บริโภคที่ซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารไทยในราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 350 คน รวมทั้งสิ้น 700 คน คณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ (1) การนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาตามประเด็นในแบบสอบถาม (2) การนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ในการสมมติฐานการวิจัย โดยมีผลการวิจัยดังนี้

2.5.1 การนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ใน 5 ส่วน ดังนี้

(1) ลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 2.3 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคเครื่องปรุงอาหารไทย

ลักษณะส่วนบุคคล	ลาว		กัมพูชา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				
- ชาย	89	26.73	120	35.93
- หญิง	244	73.27	214	64.07
รวม	333	100.00	334	100.00
2. อายุ				
- ต่ำกว่า 25 ปี	146	44.51	107	35.55
- 25 - 34 ปี	101	30.79	105	34.88
- 35 - 44 ปี	37	11.28	43	14.29
- 45 ปีขึ้นไป	44	13.42	46	15.28
รวม	328	100.00	301	100.00
3. สถานภาพ				
- โสด	182	56.35	173	58.45
- สมรส	141	43.65	123	41.55
รวม	323	100.00	296	100.00
4. ระดับการศึกษา				
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	195	66.33	160	62.75
- ปริญญาตรีขึ้นไป	99	33.67	95	37.25
รวม	294	100.00	255	100.00

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ลาว		กัมพูชา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ				
- ผู้เชี่ยวชาญฝีมืออาชีพ	21	6.40	61	19.24
- ผู้บริหาร/จัดการ	30	9.15	21	6.62
- ผู้ประกอบการ	78	23.78	48	15.14
- พนักงานทางด้านการค้า	29	8.84	20	6.31
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	19.51	21	6.63
- ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	22	6.71	30	9.46
- เกษตรกร	24	7.32	43	13.57
- แม่บ้าน	17	5.18	51	16.09
- นักศึกษา/นักเรียน	43	13.11	-	-
- เกษียณ/ว่างงาน	-	-	22	6.94
รวม	328	100.00	317	100.00
6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน				
- ต่ำกว่า 13,500 บาท	165	62.98	168	77.42
- 13,500 - 26,999 บาท	43	16.41	35	16.13
- 27,000 - 40,499 บาท	16	6.11	8	3.69
- 40,500 บาทขึ้นไป	38	14.50	6	2.76
รวม	262	100.00	217	100.00
7. ศาสนา				
- พุทธ	319	95.80	325	97.60
- คริสต์	6	1.80	4	1.20
- อิสลาม	-	-	3	0.90
- อื่นๆ	8	2.40	1	0.30
รวม	333	100.00	333	100.00
8. สัญชาติ				
- ลาว	350	100.00	-	-
- กัมพูชา	-	-	350	100.00
รวม	350	100.00	350	100.00

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (73.27%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (44.51%) สถานภาพโสด (56.35%) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (66.33%) มีอาชีพผู้ประกอบการ (23.78%) รายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 13,500 บาท (62.98%) นับถือศาสนาพุทธ (95.80%)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (64.07%) อายุต่ำกว่า 25 ปี (35.55%) สถานภาพโสด (58.45%) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (62.75%) มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ (19.24 %) รายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 13,500 บาท (77.42%) นับถือศาสนาพุทธ (97.60%)

(2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทย

ตารางที่ 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อ/ใช้เครื่องปรุงอาหารไทย

ข้อมูลทั่วไป	ลาว		กัมพูชา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยจากผู้จำหน่ายใด				
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	52	14.86	148	42.28
- ร้านค้าปลีก	137	39.14	126	36.00
- ร้านค้าส่ง	147	42.00	42	12.00
- ห้างสรรพสินค้า	-	-	17	4.86
- ตลาดสด	14	4.00	17	4.86
รวม	350	100.00	350	100.00
2. เครื่องปรุงอาหารไทยรสเค็มที่ซื้อ*				
- น้ำปลา	296	84.57	224	64.00
- เกลือสมุทร	155	44.29	149	42.57
- กะปิ	192	54.86	98	28.00
- ซอสถั่วเหลือง (ซีอิ๊ว)	197	56.29	131	37.43
- น้ำมันหอย	226	64.57	114	32.57
- ปลาร้า	67	19.14	45	12.86

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ลาว		กัมพูชา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. เครื่องปรุงอาหารไทยรสหวานที่ซื้อ*				
- น้ำตาลทรายขาว	275	78.57	252	72.00
- น้ำตาลแดง	89	25.43	89	25.43
- น้ำตาลปีก	52	14.86	82	23.43
- น้ำตาลสด	39	11.14	136	38.86
4. เครื่องปรุงอาหารไทยรสเปรี้ยวที่ซื้อ*				
- มะนาว	135	38.57	104	29.71
- มะขามเปียก	69	19.71	87	24.86
- น้ำส้มสายชู	163	46.57	178	50.86
- มะกรูด	17	4.86	106	30.29
- มะเขือเทศ	109	31.14	140	40.00
- อื่นๆ ได้แก่ น้ำมะนาว	1	0.29	6	1.71
5. เครื่องปรุงอาหารไทยรสเผ็ดที่ซื้อ*				
- พริกสด	132	37.71	95	27.14
- พริกแห้ง	80	22.86	128	36.57
- พริกแกง	96	27.43	223	63.71
- พริกไทย	212	60.57	123	35.14
6. เครื่องปรุงอาหารไทยสมุนไพรอบแห้งที่ซื้อ*				
- ผักชีอบแห้ง	32	9.14	134	38.29
- กระชายเส้นอบแห้ง	23	6.57	49	14.00
- กระเทียมอบแห้ง	94	26.86	168	48.00
- ผักชีฝรั่ง (ผักชีใบยาว)	28	8.00	65	18.57
- หอมแดงซอยอบแห้ง	51	14.57	171	48.86
- ขมิ้นอบแห้ง	26	7.43	38	10.86
- สะระแหน่อบแห้ง	21	6.00	66	18.86
- ผักแพวอบแห้ง	18	5.14	71	20.29

* n = 350 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวส่วนใหญ่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยจากร้านค้าส่ง (42.00%) รองลงมาคือ ร้านค้าปลีก (39.14%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเค็มที่ซื้อคือ น้ำปลา (84.57%) รองลงมาคือ น้ำมันหอย (64.57%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสหวานที่ซื้อคือ น้ำตาลทรายขาว (78.57%) รองลงมาคือ น้ำตาลแดง (25.43%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเปรี้ยวที่ซื้อคือ น้ำส้มสายชู (46.57%) รองลงมาคือ มะนาว (38.57%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเผ็ดที่ซื้อคือ พริกไทย (60.57%) รองลงมาคือ พริกสด (37.71%) และเครื่องปรุงอาหารไทยสมุนไพรอบแห้งที่ซื้อกระเทียมอบแห้ง (26.86%) รองลงมาคือ หอมแดงซอยอบแห้ง (14.57%)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาส่วนใหญ่ซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยจากซูเปอร์มาร์เก็ต (42.28%) รองลงมาคือ ร้านค้าปลีก (36.00%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเค็มที่ซื้อคือ น้ำปลา (64.00%) รองลงมาคือ เกลือสมุทร (42.57%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสหวานที่ซื้อคือ น้ำตาลทรายขาว (72.00%) รองลงมาคือ น้ำตาลสด (38.86%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเปรี้ยวที่ซื้อคือ น้ำส้มสายชู (50.86%) รองลงมาคือ มะเขือเทศ (40.00%) เครื่องปรุงอาหารไทยรสเผ็ดที่ซื้อคือ พริกแกง (63.71%) รองลงมาคือ พริกแห้ง (36.57%) และเครื่องปรุงอาหารไทยสมุนไพรอบแห้งที่ซื้อหอมแดงซอยอบแห้ง (48.86%) รองลงมาคือ กระเทียมอบแห้ง (48.00%)

ตารางที่ 2.5 ความถี่ในการซื้อและใช้เครื่องปรุงอาหารไทย

ความถี่ในการซื้อและใช้เครื่องปรุง อาหารไทย	ลาว		กัมพูชา	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ความถี่ในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย โดยเฉลี่ย (ครั้งต่อเดือน)	5.04	6.576	5.60	5.489
2. ความถี่ในการใช้เครื่องปรุงอาหารไทย โดยเฉลี่ย (วันต่อสัปดาห์)	3.32	2.665	3.01	2.219

จากตารางที่ 2.5 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความถี่ในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยเฉลี่ย 5 ครั้งต่อเดือน ($\bar{x} = 5.04$) และมีความถี่ในการใช้เครื่องปรุงอาหารไทยโดยเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{x} = 3.32$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาความถี่ในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยเฉลี่ย 6 ครั้งต่อเดือน ($\bar{x} = 5.60$) ความถี่ในการใช้เครื่องปรุงอาหารไทยโดยเฉลี่ย 3 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{x} = 3.01$)

(3) **ทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย**
ตารางที่ 2.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของ
 การซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ ประกอบ	ค่า ไอเกน	ร้อยละ ของความ แปรปรวน	ค่า ความ เชื่อมั่น
ด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการ		2.264	75.452	.8371
1. พนักงานที่ให้บริการใช้ความพยายามที่จะเข้าใจ สถานการณ์	.880			
2. ปัญหาที่ได้รับการแก้ไขจากพนักงานที่ให้บริการ	.871			
3. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และประสบการณ์ ที่พอเพียง	.855			
ด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ		2.179	72.645	.8106
4. ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ค่อยเป็นปัญหากับ ผู้ชาย	.867			
5. ความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อ ที่มาก	.864			
6. ความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อ ที่น้อย	.826			
ด้านคุณภาพของข้อมูล		1.728	86.380	.8423
7. มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการกับลูกค้า	.929			
8. มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการอย่างพอเพียง	.929			
ด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อ		1.654	82.708	.7896
9. ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีประสิทธิภาพ	.909			
10. ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีลักษณะง่ายต่อการสั่งซื้อ	.909			
ด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ		2.089	69.621	.7814
11. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ผิดจากคำสั่งซื้อ	.852			
12. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ส่งผิดจำนวน	.818			
13. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าผิดประเภทปะปนมาด้วย	.833			
ด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ		2.224	74.117	.8247
14. สินค้าที่ได้รับจากโกดังไม่มีความเสียหาย	.865			
15. สินค้าที่ได้รับจากผู้ขายโดยตรงไม่มีความเสียหาย	.858			
16. ความเสียหายของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ได้เกิดขึ้นจาก การขนส่งหรือพาหนะขนส่ง	.860			

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนัก องค์ ประกอบ	ค่า ไอเกน	ร้อยละ ของความ แปรปรวน	ค่า ความ เชื่อมั่น
ด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ		2.046	68.201	.7668
17. สินค้าทดแทนจากผู้ขายสามารถใช้แทนกันได้ดี	.829			
18. สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะตรงตามความต้องการ	.827			
19. สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะสอดคล้องกับคำสั่งซื้อ	.821			
ด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ		2.162	72.054	.8050
20. การแก้ไขการส่งสินค้าผิดสร้างความพึงพอใจ	.820			
21. ขั้นตอนการรายงานสินค้าที่ส่งผิดมีความพอเพียงต่อความต้องการของท่าน	.865			
22. การตอบสนองต่อการรายงานสินค้าที่ส่งผิดสร้างความพึงพอใจ	.860			
ด้านความตรงต่อเวลา		2.173	72.442	.8093
23. ระยะเวลาระหว่างการสั่งซื้อและการส่งสินค้านี้มีระยะเวลาที่สั้น	.863			
24. การส่งสินค้ามักมาถึงตามวันที่กำหนดไว้	.843			
25. ช่วงเวลาของการสั่งซื้อมีระยะเวลาที่สั้น	.848			
ด้านความพึงพอใจ		2.310	76.992	.8499
26. รู้สึกประทับใจกับการบริการจากผู้ขาย	.896			
27. มีความสุขกับการบริการจากผู้ขาย	.894			
28. รู้สึกพึงพอใจกับการบริการโลจิสติกส์จากผู้ขาย	.841			
ด้านความภักดี		3.997	66.609	.8992
29. คิดว่าเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อผู้ขายรายนี้	.814			
30. จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ทุกครั้งที่มีโอกาส	.818			
31. จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ให้บ่อยครั้งเท่าที่สามารถทำได้	.841			
32. บริการจากผู้ขายรายนี้เป็นหนึ่งในบริการที่นิยม	.808			
33. มักจะแนะนำให้คนอื่นใช้บริการจากผู้ขายรายนี้	.807			
34. จะบอกคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งดี ๆ ของผู้ขายรายนี้	.808			

จากตารางที่ 2.6 ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแสดงให้เห็นว่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปร มีค่าตั้งแต่ .807-.929 ซึ่งสูงกว่าค่าวิกฤติที่กำหนดไว้ที่ .50 และตัวแปรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .7668-.8992 ซึ่งสูงกว่าค่าวิกฤติที่กำหนดไว้ที่ .70

ตารางที่ 2.7 ทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการ

ด้านคุณภาพของพนักงาน ให้บริการ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. พนักงานที่ให้บริการใช้ความพยายามที่จะเข้าใจสถานการณ์	5.48	1.625	ดี	2	4.44	1.537	ค่อนข้างดี	3
2. ปัญหามักได้รับการแก้ไขจากพนักงานที่ให้บริการ	5.37	1.639	ดี	3	4.53	1.532	ค่อนข้างดี	2
3. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และประสบการณ์ที่พอเพียง	5.82	1.382	ดี	1	4.79	1.530	ค่อนข้างดี	1
รวม	5.56	1.353	ดี		4.58	1.284	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.7 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และประสบการณ์ที่พอเพียง ($\bar{x} = 5.82$) พนักงานที่ให้บริการใช้ความพยายามที่จะเข้าใจสถานการณ์ ($\bar{x} = 5.48$) และปัญหา มักได้รับการแก้ไขจากพนักงานที่ให้บริการ ($\bar{x} = 5.37$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของพนักงานให้บริการในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และประสบการณ์ที่พอเพียง ($\bar{x} = 4.79$) ปัญหา มักได้รับการแก้ไขจากพนักงานที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.53$) และพนักงานที่ให้บริการใช้ความพยายามที่จะเข้าใจสถานการณ์ ($\bar{x} = 4.44$)

ตารางที่ 2.8 ทักษะคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ

ด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
4. ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ค่อยเป็นปัญหากับผู้ชาย	5.70	1.52	ดี	1	4.40	1.79	ปานกลาง	3
5. ความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่มาก	5.49	1.51	ดี	3	4.43	1.51	ปานกลาง	2
6. ความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่น้อย	5.61	1.56	ดี	2	4.59	1.54	ค่อนข้างดี	1
รวม	5.60	1.303	ดี		4.48	1.322	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.8 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.60$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับดีทุกข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ค่อยเป็นปัญหากับผู้ชาย ($\bar{x} = 5.70$) ความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่น้อย ($\bar{x} = 5.61$) และความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่มาก ($\bar{x} = 5.49$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับค่อนข้างดี ในเรื่องความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่น้อย ($\bar{x} = 4.59$) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับปานกลาง ในเรื่องความยุ่งยากไม่เคยเกิดขึ้นเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่มาก ($\bar{x} = 4.43$) และปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ค่อยเป็นปัญหากับผู้ชาย ($\bar{x} = 4.40$)

ตารางที่ 2.9 ทักษะคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านคุณภาพของข้อมูล

ด้านคุณภาพของข้อมูล	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
7. มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการกับลูกค้า	4.64	2.164	ค่อนข้างดี	2	5.05	1.551	ค่อนข้างดี	1
8. มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการอย่างพอเพียง	4.77	2.171	ค่อนข้างดี	1	4.88	1.529	ค่อนข้างดี	2
รวม	4.70	2.110	ค่อนข้างดี		4.96	1.288	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.9 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของข้อมูลโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.70$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของข้อมูลในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการอย่างพอเพียง ($\bar{x} = 4.77$) และมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการกับลูกค้า ($\bar{x} = 4.64$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของข้อมูลโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.96$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของข้อมูลในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการกับลูกค้า ($\bar{x} = 5.05$) และมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้บริการอย่างพอเพียง ($\bar{x} = 4.88$)

ตารางที่ 2.10 ทิศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อ

ขั้นตอนในการสั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
9. ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีประสิทธิภาพ	5.83	1.494	ดี	2	5.03	1.400	ค่อนข้างดี	2
10. ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีลักษณะง่ายต่อการสั่งซื้อ	5.96	1.366	ดี	1	5.20	1.318	ค่อนข้างดี	1
รวม	5.90	1.324	ดี		5.12	1.189	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.10 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีลักษณะง่ายต่อการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 5.96$) และขั้นตอนของการสั่งซื้อมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 5.83$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 5.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ขั้นตอนของการสั่งซื้อมีลักษณะง่ายต่อการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 5.20$) และขั้นตอนของการสั่งซื้อมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 5.03$)

ตารางที่ 2.11 ทักษะคิดต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ

ด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
11. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ผิดจากคำสั่งซื้อ	5.86	1.523	ดี	1	4.64	1.668	ค่อนข้างดี	3
12. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ส่งผิดจำนวน	5.72	1.474	ดี	3	4.86	1.558	ค่อนข้างดี	2
13. สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าผิดประเภทปะปนมาด้วย	5.80	1.467	ดี	2	4.87	1.528	ค่อนข้างดี	1
รวม	5.80	1.311	ดี		4.79	1.194	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.11 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ผิดจากคำสั่งซื้อ ($\bar{x} = 5.86$) สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าผิดประเภทปะปนมาด้วย ($\bar{x} = 5.80$) และสินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ส่งผิดจำนวน ($\bar{x} = 5.72$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าผิดประเภทปะปนมาด้วย ($\bar{x} = 4.87$) สินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ส่งผิดจำนวน ($\bar{x} = 4.86$) และสินค้าที่ได้รับไม่มีสินค้าที่ผิดจากคำสั่งซื้อ ($\bar{x} = 4.64$)

ตารางที่ 2.12 ทักษะคิดต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ

ด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
14. สินค้าที่ได้รับจากโกดังไม่มีความเสียหาย	5.62	1.601	ดี	2	4.57	1.602	ค่อนข้างดี	2
15. สินค้าที่ได้รับจากผู้ขายโดยตรงไม่มีความเสียหาย	5.76	1.446	ดี	1	4.91	1.529	ค่อนข้างดี	1
16. ความเสียหายของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ได้เกิดขึ้นจากการขนส่งหรือพาหนะขนส่ง	5.56	1.597	ดี	3	4.53	1.576	ค่อนข้างดี	3
รวม	5.65	1.343	ดี		4.67	1.295	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.12 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.65$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับดีทุกข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าที่ได้รับจากผู้ขายโดยตรงไม่มีความเสียหาย ($\bar{x} = 5.76$) สินค้าที่ได้รับจากโกดังไม่มีความเสียหาย ($\bar{x} = 5.62$) และความเสียหายของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ได้เกิดขึ้นจากการขนส่งหรือพาหนะขนส่ง ($\bar{x} = 5.56$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตาม ลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าที่ได้รับจากผู้ขายโดยตรงไม่มีความเสียหาย ($\bar{x} = 4.91$) สินค้าที่ได้รับจากโกดังไม่มีความเสียหาย ($\bar{x} = 4.57$) และความเสียหายของสินค้าที่สั่งซื้อไม่ได้เกิดขึ้นจากการขนส่งหรือพาหนะขนส่ง ($\bar{x} = 4.53$)

ตารางที่ 2.13 ทักษะคิดต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ

ด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
17. สินค้าทดแทนจากผู้ขายสามารถใช้แทนกันได้ดี	5.79	1.487	ดี	3	4.95	1.51	ค่อนข้างดี	1
18. สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะตรงตามความต้องการ	5.86	1.399	ดี	2	4.90	1.574	ค่อนข้างดี	3
19. สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะสอดคล้องกับคำสั่งซื้อ	5.98	1.315	ดี	1	4.95	1.53	ค่อนข้างดี	2
รวม	5.89	1.182	ดี		4.94	1.195	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.13 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับดีทุกข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะสอดคล้องกับคำสั่งซื้อ ($\bar{x} = 5.89$) สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะตรงตามความต้องการ ($\bar{x} = 5.86$) และสินค้าทดแทนจากผู้ขายสามารถใช้แทนกันได้ดี ($\bar{x} = 5.79$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านคุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อในระดับค่อนข้างดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ สินค้าทดแทนจากผู้ขายสามารถใช้แทนกันได้ดี ($\bar{x} = 4.95$) สินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะสอดคล้องกับคำสั่งซื้อ ($\bar{x} = 4.95$) และสินค้าที่สั่งซื้อจากผู้ขายมีลักษณะตรงตามความต้องการ ($\bar{x} = 4.90$)

ตารางที่ 2.14 ทิศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ

ด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
20. การแก้ไขการส่งสินค้าผิดสร้างความพึงพอใจ	5.56	1.745	ดี	3	4.94	1.474	ค่อนข้างดี	1
21. ขั้นตอนการรายงานสินค้าที่ส่งผิดมีความพอเพียงต่อความต้องการของท่าน	5.56	1.611	ดี	2	4.94	1.480	ค่อนข้างดี	2
22. การตอบสนองต่อการรายงานสินค้าที่ส่งผิดสร้างความพึงพอใจ	5.61	1.699	ดี	1	4.63	1.579	ค่อนข้างดี	3
รวม	5.58	1.483	ดี		4.84	1.193	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.14 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การตอบสนองต่อการรายงานสินค้าที่ส่งผิดสร้างความพึงพอใจ ($\bar{x} = 5.58$) ขั้นตอนการรายงานสินค้าที่ส่งผิดมีความพอเพียงต่อความต้องการของท่าน ($\bar{x} = 5.56$) และการแก้ไขการส่งสินค้าผิดสร้างความพึงพอใจ ($\bar{x} = 5.56$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านการดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การแก้ไขการส่งสินค้าผิดสร้างความพึงพอใจ ($\bar{x} = 4.94$) ขั้นตอนการรายงานสินค้าที่ส่งผิดมีความพอเพียงต่อความต้องการของท่าน ($\bar{x} = 4.94$) และการตอบสนองต่อการรายงานสินค้าที่ส่งผิดสร้างความพึงพอใจ ($\bar{x} = 4.63$)

ตารางที่ 2.15 ทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย ด้านความตรงต่อเวลา

ด้านความตรงต่อเวลา	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
23. ระยะเวลาระหว่างการสั่งซื้อและการส่งสินค้ามีระยะเวลาที่สั้น	5.55	1.628	ดี	3	4.78	1.683	ค่อนข้างดี	2
24. การส่งสินค้ามาถึงตามวันที่กำหนดไว้	5.80	1.453	ดี	1	4.88	1.487	ค่อนข้างดี	1
25. ช่วงเวลาของการสั่งซื้อมีระยะเวลาที่สั้น	5.63	1.578	ดี	2	4.77	1.521	ค่อนข้างดี	3
รวม	5.66	1.357	ดี		4.81	1.260	ค่อนข้างดี	

จากตารางที่ 2.15 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความตรงต่อเวลาโดยรวมในระดับดี ($\bar{x} = 5.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความตรงต่อเวลาในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การส่งสินค้ามาถึงตามวันที่กำหนดไว้ ($\bar{x} = 5.80$) ช่วงเวลาของการสั่งซื้อมีระยะเวลาที่สั้น ($\bar{x} = 5.63$) และระยะเวลาระหว่างการสั่งซื้อและการส่งสินค้ามีระยะเวลาที่สั้น ($\bar{x} = 5.55$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความตรงต่อเวลาโดยรวมในระดับค่อนข้างดี ($\bar{x} = 4.81$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยด้านความตรงต่อเวลาในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ การส่งสินค้ามาถึงตามวันที่กำหนดไว้ ($\bar{x} = 4.88$) ระยะเวลาระหว่างการสั่งซื้อและการส่งสินค้ามีระยะเวลาที่สั้น ($\bar{x} = 4.78$) และช่วงเวลาของการสั่งซื้อมีระยะเวลาที่สั้น ($\bar{x} = 4.77$)

ตารางที่ 2.16 ความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย

ความพึงพอใจ	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
26. รู้สึกประทับใจกับการบริการจากผู้ขาย	5.95	1.403	พอใจ	1	4.88	1.459	ค่อนข้างพอใจ	3
27. มีความสุขกับการบริการจากผู้ขาย	5.89	1.408	พอใจ	2	4.95	1.306	ค่อนข้างพอใจ	2
28. รู้สึกพึงพอใจกับการบริการโลจิสติกส์จากผู้ขาย	5.71	1.562	พอใจ	3	5.07	1.306	ค่อนข้างพอใจ	1
รวม	5.85	1.296	พอใจ		4.97	1.141	ค่อนข้างพอใจ	

จากตารางที่ 2.16 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยรวมในระดับพอใจ ($\bar{x} = 5.85$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับพอใจทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ รู้สึกประทับใจกับการบริการจากผู้ขาย ($\bar{x} = 5.95$) มีความสุขกับการบริการจากผู้ขาย ($\bar{x} = 5.89$) และรู้สึกพึงพอใจกับการบริการโลจิสติกส์จากผู้ขาย ($\bar{x} = 5.71$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยรวมในระดับค่อนข้างพอใจ ($\bar{x} = 4.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับค่อนข้างพอใจทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ รู้สึกพึงพอใจกับการบริการโลจิสติกส์จากผู้ขาย ($\bar{x} = 5.07$) มีความสุขกับการบริการจากผู้ขาย ($\bar{x} = 4.95$) และรู้สึกประทับใจกับการบริการจากผู้ขาย ($\bar{x} = 4.88$)

ตารางที่ 2.17 ความภักดีต่อผู้ชายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย

ความภักดี	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
29. คิดว่าเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อผู้ชายรายนี้	5.86	1.364	มาก	4	4.88	1.350	ค่อนข้างมาก	5
30. จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ทุกครั้งที่มีโอกาส	5.90	1.260	มาก	2	4.92	1.350	ค่อนข้างมาก	4
31. จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ให้บ่อยครั้งเท่าที่สามารถทำได้	5.87	1.334	มาก	3	4.95	1.321	ค่อนข้างมาก	3
32. บริการจากผู้ขายรายนี้เป็นหนึ่งในบริการที่นิยม	5.82	1.289	มาก	5	5.14	1.314	ค่อนข้างมาก	1
33. มักจะแนะนำให้คนอื่นใช้บริการผู้ชายรายนี้	5.80	1.392	มาก	6	4.85	1.502	ค่อนข้างมาก	6
34. จะบอกคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งดีๆ ของผู้ชายรายนี้	5.94	1.253	มาก	1	5.14	1.332	ค่อนข้างมาก	2
รวม	5.86	1.130	มาก		4.98	.992	ค่อนข้างมาก	

จากตารางที่ 2.17 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความภักดีต่อผู้ชายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 5.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความภักดีต่อผู้ชายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ จะบอกคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งดีๆ ของผู้ชายรายนี้ ($\bar{x} = 5.94$) จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ทุกครั้งที่มีโอกาส ($\bar{x} = 5.90$) จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ให้บ่อยครั้งเท่าที่สามารถทำได้ ($\bar{x} = 5.87$) คิดว่าเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อผู้ชายรายนี้ ($\bar{x} = 5.86$) บริการจากผู้ขายรายนี้เป็นหนึ่งในบริการที่นิยม ($\bar{x} = 5.82$) และมักจะแนะนำให้คนอื่นใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ ($\bar{x} = 5.80$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีความภักดีต่อผู้ชายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 5.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บริโภคมีความภักดีต่อผู้ชายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับค่อนข้างมากทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ บริการจากผู้ขายรายนี้เป็นหนึ่งในบริการที่นิยม ($\bar{x} = 5.14$) จะบอกคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งดีๆ ของผู้ชายรายนี้ ($\bar{x} = 5.14$) จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ให้บ่อยครั้งเท่าที่สามารถทำได้ ($\bar{x} = 4.95$) จะใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ทุกครั้งที่มีโอกาส ($\bar{x} = 4.92$) คิดว่าเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อผู้ชายรายนี้ ($\bar{x} = 4.88$) และมักจะแนะนำให้คนอื่นใช้บริการจากผู้ขายรายนี้ ($\bar{x} = 4.85$)

ตารางที่ 2.18 สรุปค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล

ตัวแปร	ลาว		กัมพูชา	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. คุณภาพของพนักงานให้บริการ	5.56	1.353	4.58	1.284
2. ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ	5.60	1.303	4.48	1.322
3. คุณภาพของข้อมูล	4.70	2.110	4.96	1.288
4. ขั้นตอนในการสั่งซื้อ	5.90	1.324	5.12	1.189
5. ความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ	5.80	1.311	4.79	1.194
6. สภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	5.65	1.343	4.67	1.295
7. คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	5.88	1.182	4.94	1.195
8. การดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	5.58	1.483	4.84	1.193
9. ความตรงต่อเวลา	5.66	1.357	4.81	1.260
10. ความพึงพอใจ	5.85	1.296	4.97	1.141
11. ความมั่งคั่ง	5.86	1.130	4.98	.992

จากตารางที่ 2.18 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลมากกว่าผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาทุกตัวแปร ยกเว้นตัวแปรด้านคุณภาพของข้อมูล

(4) ทศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย

ตารางที่ 2.19 ทศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย

ทศนคติโดยรวม ต่อเครื่องปรุงอาหารไทย	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. รสชาติของเครื่องปรุงอาหารไทย มีความกลมกล่อม เข้มข้น และ กลิ่นหอม	5.97	1.366	ดี	9	5.09	1.540	ค่อนข้าง ดี	16
2. เครื่องปรุงอาหารไทยมีคุณค่า ทางโภชนาการ และสารอาหาร ที่มีประโยชน์	5.79	1.327	ดี	17	4.78	1.316	ค่อนข้าง ดี	23
3. เครื่องปรุงอาหารไทยมีครบทุก รสชาติ (เปรี้ยว เผ็ด เค็ม หวาน)	5.99	1.339	ดี	7	5.38	1.329	ดี	3
4. เครื่องปรุงอาหารไทยมีความ หลากหลายให้เลือก	6.15	1.245	ดี	2	5.34	1.303	ดี	5
5. เครื่องปรุงอาหารไทยมีความ สดใหม่	5.63	1.458	ดี	23	5.10	1.419	ค่อนข้าง ดี	15
6. เครื่องปรุงอาหารไทยมีความ สะอาด ปลอดภัย และมีคุณภาพ	5.85	1.315	ดี	14	5.21	1.302	ค่อนข้าง ดี	7
7. เครื่องปรุงอาหารไทยมีภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของตราที่ดี	5.96	1.232	ดี	10	5.05	1.434	ค่อนข้าง ดี	20
8. เครื่องปรุงอาหารไทยมีราคา เหมาะสมและมีความคุ้มค่า	5.78	1.334	ดี	19	5.16	1.380	ค่อนข้าง ดี	11
9. บรรจุภัณฑ์ของเครื่องปรุงอาหาร ไทยแต่ละประเภทมีความเหมาะสม	5.82	1.305	ดี	16	5.08	1.266	ค่อนข้าง ดี	17
10. เคยเห็นโฆษณาเครื่องปรุงอาหาร ไทยผ่านทางโทรทัศน์	6.16	1.371	ดีมาก	1	5.41	1.308	ดี	2
11. มีเครื่องปรุงอาหารไทยที่ หลากหลายชนิด	5.98	1.322	ดี	8	4.95	1.338	ค่อนข้าง ดี	22
12. มีเครื่องปรุงอาหารไทยหลาย ยี่ห้อให้เลือก	6.08	1.195	ดี	4	5.37	1.297	ดี	4
13. เจาะจงชื่อเครื่องปรุงอาหารไทย มากกว่าของชาติอื่น	5.77	1.478	ดี	20	5.02	1.248	ค่อนข้าง ดี	21
14. มีเครื่องปรุงอาหารไทยให้เลือก ได้ครบถ้วน	5.86	1.412	ดี	12	5.15	1.395	ค่อนข้าง ดี	13

ตารางที่ 2.19 (ต่อ)

ทัศนคติโดยรวม ต่อเครื่องปรุงอาหารไทย	ลาว				กัมพูชา			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ	\bar{x}	S.D.	แปลผล	อันดับ
15. เครื่องปรุงอาหารไทยมีมาตรฐานคุณภาพ	6.07	1.120	ดี	5	5.11	1.290	ค่อนข้างดี	14
16. ป้ายฉลากของเครื่องปรุงอาหารไทยระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน	6.04	1.301	ดี	6	5.21	1.359	ค่อนข้างดี	8
17. จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยที่ไม่หมดอายุการใช้งาน	5.85	1.385	ดี	15	5.16	1.393	ค่อนข้างดี	12
18. ตราเครื่องปรุงอาหารไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	5.94	1.349	ดี	11	5.21	1.444	ค่อนข้างดี	9
19. เครื่องปรุงอาหารไทยเพียงพอต่อความต้องการ	6.11	1.196	ดี	3	5.07	1.466	ค่อนข้างดี	19
20. เครื่องปรุงอาหารไทยสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าชาติอื่น	5.79	1.424	ดี	18	5.08	1.436	ค่อนข้างดี	18
21. เครื่องปรุงอาหารไทยมีความโดดเด่นมากกว่าชาติอื่น	5.76	1.468	ดี	21	5.23	1.274	ค่อนข้างดี	6
22. เครื่องปรุงอาหารไทยมีรสชาติความอร่อยถูกใจมากกว่าชาติอื่น	5.73	1.430	ดี	22	5.20	1.441	ค่อนข้างดี	10
23. เครื่องปรุงอาหารไทยมีความหลากหลายชนิดมากกว่าชาติอื่น	5.85	1.307	ดี	13	5.75	1.327	ดี	1

จากตารางที่ 2.19 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีทัศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับดีทุกข้อ ยกเว้นเรื่องเคยเห็นโฆษณาเครื่องปรุงอาหารไทยผ่านทางโทรทัศน์ที่ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีมาก ($\bar{x} = 6.16$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทย ในระดับดีทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 5 อันดับแรก ดังนี้ เครื่องปรุงอาหารไทยมีความหลากหลายให้เลือก ($\bar{x} = 6.15$) เครื่องปรุงอาหารไทยเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 6.11$) มีเครื่องปรุงอาหารไทยหลายยี่ห้อให้เลือก ($\bar{x} = 6.08$) เครื่องปรุงอาหารไทยมีมาตรฐานคุณภาพ ($\bar{x} = 6.07$) และป้ายฉลากของเครื่องปรุงอาหารไทย

ระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน ($\bar{x} = 6.04$) ส่วนข้อที่ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีเป็นอันดับสุดท้าย คือ เครื่องปรุงอาหารไทยมีความสดใหม่ ($\bar{x} = 5.63$)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีทัศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับดีเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ เครื่องปรุงอาหารไทยมีความหลากหลายชนิดมากกว่าของชาติอื่น ($\bar{x} = 5.75$) เคยเห็นโฆษณาเครื่องปรุงอาหารไทยผ่านทางโทรทัศน์ ($\bar{x} = 5.41$) เครื่องปรุงอาหารไทยมีครบทุกรสชาติ (เปรี้ยว เผ็ด เค็ม หวาน) ($\bar{x} = 5.38$) มีเครื่องปรุงอาหารไทยหลายยี่ห้อให้เลือก ($\bar{x} = 5.37$) และเครื่องปรุงอาหารไทยมีความหลากหลายให้เลือก ($\bar{x} = 5.34$) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมต่อเครื่องปรุงอาหารไทยในระดับค่อนข้างดี ส่วนข้อที่ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับค่อนข้างดีเป็นอันดับสุดท้าย คือ เครื่องปรุงอาหารไทยมีคุณค่าทางโภชนาการ และสารอาหารที่มีประโยชน์ ($\bar{x} = 4.78$)

(5) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย

ตารางที่ 2.20 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย

ข้อมูลทั่วไป	ลาว		กัมพูชา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นภาษาลาว/ กัมพูชา/อังกฤษ	3	10.00	2	2.11
2. ควรพิมพ์วันหมดอายุให้เห็นได้ชัดเจน	6	20.00	-	-
3. สินค้าควรมีอายุการใช้งานนานพอสมควร	3	10.00	14	14.74
4. ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ	7	23.33	6	6.32
5. ควรคงคุณภาพที่ดีของสินค้าไว้	7	23.33	2	2.11
6. หาซื้อได้ง่าย	-	-	16	16.84
7. เครื่องปรุงของไทยมีคุณภาพดี	4	13.33	42	44.21
8. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	-	-	13	13.68
รวม	30	100.00	95	100.00

จากตารางที่ 2.20 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย ดังนี้ ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ (23.33%) และควรคงคุณภาพที่ดีของสินค้าไว้ (23.33%) รองลงมาคือ ควรพิมพ์วันหมดอายุให้เห็นได้ชัดเจน (20.00%) และเครื่องปรุงของไทยมีคุณภาพดี (13.33%)

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย ดังนี้ เครื่องปรุงของไทยมีคุณภาพดี (44.21%) รองลงมาคือ หาซื้อได้ง่าย (16.84%) และสินค้าควรมีอายุการใช้งานนานพอสมควร (14.74)

2.5.2 การนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน : การทดสอบสมมติฐาน

คณะผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการจากผู้ขายในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

แบ่งออกเป็นสมมติฐาน 5 ย่อย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามเพศของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ		Levene's Test		\bar{x}		t	df	Sig.
		F	Sig.	ชาย	หญิง			
Not equal variances	ลาว	4.637*	.032	5.83	5.90	-.400	135.447	.690
Not equal variances	กัมพูชา	4.399*	.037	5.00	4.97	.232	215.917	.817

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.21 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอายุของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ	Test of Homogeneity of Variances		Statistic	df1	df2		Sig.	
	Levene Statistic	Sig.			df	MS		F-test
ลาว (Brown-Forsythe)	8.629*	.000	8.613*	3	273.591		.000	
กัมพูชา (F-test)	.806	.491	ระหว่างกลุ่ม	1.232	3	.411	.306	.821
			ภายในกลุ่ม	399.240	297	1.344		
			รวม	400.472	300			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.22 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแล้วพบว่ามีความแตกต่างกัน จะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 2.23

ตารางที่ 2.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอายุของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความพึงพอใจ		อายุ			
		ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
	\bar{x}	5.65	5.73	6.47	6.34
ต่ำกว่า 25 ปี	5.65	-	-.08	-.82*	-.69*
25 – 34 ปี	5.73		-	-.74*	-.61*
35 – 44 ปี	6.47			-	.13
45 ปีขึ้นไป	6.34				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอายุของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 35 – 44 ปี และ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .82 และ 69 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามสถานภาพของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ		Levene's Test		\bar{x}		t	df	Sig.
		F	Sig.	โสด	สมรส			
Not equal variances	ลาว	6.178	.013	5.68	6.09	-2.918*	317.031	.004
Equal variances	กัมพูชา	.025	.875	4.93	5.12	-1.402	294	.162

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.24 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภครที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยมากกว่าผู้บริโภครที่มีสถานภาพโสด

ผู้บริโภครในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.25 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้บริโภคร

ความพึงพอใจ		Levene's Test		\bar{x}		t	df	Sig.
		F	Sig.	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี ขึ้นไป			
Not equal variances	ลาว	8.100*	.005	6.07	5.41	4.051*	179.251	.000
Equal variances	กัมพูชา	.009	.925	4.97	4.87	.695	253	.488

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้บริโภครในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยมากกว่าผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ผู้บริโภครในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค

ความ พึงพอใจ	Test of Homogeneity of Variances		Statistic	df1	df2	Sig.	
	Levene Statisti c	Sig.					
ลาว (Brown- Forsythe)	6.409*	.000	6.552*	8	193.571	.000	
	Levene Statisti c	Sig.	SS	df	MS	F-test	Sig.
กัมพูชา (F-test)	.249	.983	ระหว่างกลุ่ม 29.042 ภายในกลุ่ม 383.451 รวม 412.493	8 308 316	3.630 1.245	2.916*	.004

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.26 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแล้วพบว่ามีความแตกต่างกัน จะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 2.27 และ 2.28

ตารางที่ 2.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความพึงพอใจ		อาชีพ								
		ผู้เชี่ยวชาญ มืออาชีพ	ผู้บริหาร/ จัดการ	ผู้ประกอบการ	พนักงาน ทางด้าน การค้า	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ผู้ใช้แรงงาน ในการผลิต	เกษตรกร	แม่บ้าน	นักศึกษา /นักเรียน
	\bar{x}	5.27	5.41	6.47	5.79	5.19	6.12	6.39	6.22	5.86
ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ	5.27	-	-.14	-1.20	-.52	-.08	-.85	-1.12	-.95	-.59
ผู้บริหาร/จัดการ	5.41		-	-1.06*	-.38	.21	-.71	-.98	-.80	-.45
ผู้ประกอบการ	6.47			-	.68	1.28*	.35	.08	.25	.61
พนักงานทางด้านการค้า	5.79				-	.60	-.33	-.60	-.42	-.07
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	5.19					-	-.93	-1.20*	-1.02	-.67
ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	6.12						-	-.27	-.09	.26
เกษตรกร	6.39							-	.17	.53
แม่บ้าน	6.22								-	.36
นักศึกษา/นักเรียน	5.86									-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอาชีพผู้บริหาร/จัดการ มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.06

ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอาชีพผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.28

ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20

ตารางที่ 2.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภคในราชอาณาจักร
กัมพูชา

ความพึงพอใจ		อาชีพ								
		ผู้เชี่ยวชาญ มืออาชีพ	ผู้บริหาร/ จัดการ	ผู้ประกอบ การ	พนักงาน ทางด้าน การค้า	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ผู้ใช้แรงงาน ในการผลิต	เกษตรกร	แม่บ้าน	เกษียณ/ ว่างงาน
	\bar{x}	4.66	4.56	5.06	5.58	5.21	4.70	5.33	5.02	4.62
ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ	4.66	-	.10	-.40	-.93*	-.55	-.04	-.67*	-.36	.03
ผู้บริหาร/จัดการ	4.56		-	-.50	-1.04*	-.65	-.14	-.77*	-.46	-.07
ผู้ประกอบการ	5.06			-	-.53	-.15	.36	-.27	.04	.43
พนักงานทางด้านการค้า	5.58				-	.38	.88*	.26	.56	.96*
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	5.21					-	.51	-.12	.19	.59
ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	4.70						-	-.63*	-.32	.08
เกษตรกร	5.33							-	.31	.70*
แม่บ้าน	5.02								-	.40
เกษียณ/ว่างงาน	4.62									-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา พบว่า ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานทางการค้าและอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .93 และ .67 ตามลำดับ

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพผู้บริหาร/จัดการ มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานทางการค้าและอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.04 และ .77 ตามลำดับ

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพผู้ใช้งานในการผลิตและบริโภคที่เกษียณ/ว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .88 และ .96 ตามลำดับ

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพผู้ใช้งานในการผลิต มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .63

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีอาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพเกษียณ/ว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .70

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.29 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของผู้บริโภค

ความ พึงพอใจ	Test of Homogeneity of Variances		Statistic	df1	df2		Sig.	
	Levene Statistic	Sig.						
ลาว (Brown- Forsythe)	3.076*	.028	1.380	3	66.966		.256	
	Levene Statistic	Sig.		SS	df	MS	F-test	Sig.
กัมพูชา (F-test)	.183	.908	<i>ระหว่างกลุ่ม</i>	10.664	3	3.555	3.068*	.029
			<i>ภายในกลุ่ม</i>	246.768	213	1.159		
			<i>รวม</i>	257.432	216			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.29 พบว่า ผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแล้วพบว่ามีความแตกต่างกัน จะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 2.30

ตารางที่ 2.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา

ความพึงพอใจ		อายุ			
		ต่ำกว่า 13,500 บาท	13,500 – 26,999 บาท	27,000 – 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป
	\bar{x}	4.90	5.18	5.79	4.27
ต่ำกว่า 13,500 บาท	4.90	-	-.28	-.89*	.62
13,500–26,999 บาท	5.18		-	-.61	.90
27,000–40,499 บาท	5.79			-	1.51*
40,500 บาทขึ้นไป	4.27				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา พบว่า ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 13,500 บาท มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 27,000 – 40,499 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .89

ผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 27,000 – 40,499 บาท มีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 40,500 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ผู้บริโภคที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 2.31 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย จำแนกตามสัญชาติของผู้บริโภค

ความพึงพอใจ	Levene's Test		\bar{x}		t	df	Sig.
	F	Sig.	ลาว	กัมพูชา			
Not equal variances	8.294*	.004	5.85	4.97	-9.557*	686.953	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.31 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีสัญชาติลาวมีความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยมากกว่าผู้บริโภคที่มีสัญชาติกัมพูชา

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยมีผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.32 ปัจจัยทศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภค

ปัจจัยทศนคติ	ลาว			กัมพูชา		
	Beta	t	Sig.	Beta	t	Sig.
1. คุณภาพของพนักงานให้บริการ	.157	3.433*	.001	.154	3.110*	.002
2. ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	-	-	-
3. คุณภาพของข้อมูล	-	-	-	-	-	-
4. ขั้นตอนในการสั่งซื้อ	.098	2.039*	.042	.167	3.417*	.001
5. ความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	.155	3.095*	.002
6. สภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	.192	3.637*	.000
7. คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	.201	3.783*	.000	.156	3.091*	.002
8. การดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	.123	2.490*	.013	-	-	-
9. ความตรงต่อเวลา	.326	5.875*	.000	.121	2.609*	.009
F	86.610*			61.337*		
Sig.	.000			.000		
R ²	55.7%			51.8%		
Adj. R ²	55.1%			50.9%		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.32 พบว่า ปัจจัยทศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ ทศนคติด้านความตรงต่อเวลา ($\beta = .326$) คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .201$) คุณภาพของพนักงานให้บริการ ($\beta = .157$) การดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ ($\beta = .123$) และขั้นตอนในการสั่งซื้อ ($\beta = .098$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้สามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุง

อาหารไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ใ้ร้อยละ 55.1 (Adjusted R²)

ปัจจัยทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา คือ ทัศนคติด้านสภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .192$) ขั้นตอนในการสั่งซื้อ ($\beta = .167$) คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .156$) ความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .155$) คุณภาพของพนักงานให้บริการ ($\beta = .154$) และความตรงต่อเวลา ($\beta = .121$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้สามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา ใ้ร้อยละ 50.9 (Adjusted R²)

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยและความพึงพอใจต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย มีผลต่อความภักดีต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.33 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภค

ปัจจัย	ลาว			กัมพูชา		
	Beta	t	Sig.	Beta	t	Sig.
1. คุณภาพของพนักงานให้บริการ	-	-	-	-	-	-
2. ปริมาณของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	-	-	-
3. คุณภาพของข้อมูล	.116	3.262*	.001	.104	2.433*	.015
4. ขั้นตอนในการสั่งซื้อ	.177	3.952*	.000	-	-	-
5. ความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	.144	3.247*	.001
6. สภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	-	-	-
7. คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ	-	-	-	.123	2.688*	.008
8. การดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	-	-	-	.119	2.570*	.011
9. ความตรงต่อเวลา	.150	3.008*	.003	-	-	-
10. ความพึงพอใจ	.525	10.993*	.000	.457	9.892*	.000
F	130.904*			102.945*		
Sig.	.000			.000		
R ²	60.3%			59.9%		
Adj. R ²	59.8%			59.4%		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2.33 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ ความพึงพอใจ ($\beta = .525$) ทศนคติด้านขั้นตอนในการสั่งซื้อ ($\beta = .177$) ความตรงต่อเวลา ($\beta = .150$) และคุณภาพของข้อมูล ($\beta = .116$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้สามารถอธิบายความภักดีต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ร้อยละ 59.8 (Adjusted R²)

ปัจจัยทศนคติต่อคุณภาพบริการทางโลจิสติกส์ของการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยที่มีผลต่อความภักดีต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา คือ ความพึงพอใจ ($\beta = .457$) ทศนคติด้านความถูกต้องของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .144$) คุณภาพของสินค้าที่สั่งซื้อ ($\beta = .123$) การดูแลสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ ($\beta = .119$) และคุณภาพของข้อมูล ($\beta = .104$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้สามารถอธิบายความภักดีต่อการซื้อเครื่องปรุงอาหารไทยของผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชา ได้ร้อยละ 59.4 (Adjusted R²)

2.6 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารไทย ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 20 คน และในราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 20 คน รวมทั้งผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทยและมีการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและในราชอาณาจักรกัมพูชา จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 60 คน

ในความเห็นของผู้ที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารไทย มีดังต่อไปนี้

2.6.1 ด้านการพยากรณ์อุปสงค์

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ผู้ประกอบการร้านนางลี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...กิจการมีการพยากรณ์ถึงความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า...”

ส่วน ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการไม่มีการพยากรณ์ถึงความต้องการของลูกค้า จะใช้วิธีในการนับจำนวนสินค้าภายในร้าน ถ้าสินค้าภายในร้านใกล้หมดจึงจะสั่งซื้อสินค้า...”

และยังมี นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า “... ร้านค้าจะมีการพยากรณ์ถึงความต้องการของลูกค้าโดยถ้าสินค้าเหลือประมาณ 4-5 ชั้นแล้ว จึงจะสั่งเพิ่ม...”

สำหรับคุณณิวง ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... ร้านค้าไม่มีการวางแผนล่วงหน้าในการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากร้านที่ส่งสินค้าอยู่ใกล้กัน สินค้าไม่เคยขาดสามารถขายให้กับลูกค้าได้ตลอด...”

นอกจากนี้คุณเกสร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่มีการวางแผนในเรื่องสินค้าหมด สินค้าหมดก็สั่งซื้อจากร้านเจ้าประจำ...”

อีกทั้งยังมีคุณกิงแก้ว ยี่รุ่งสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่ได้วางแผนในการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า จะสั่งซื้อก็ต้องเมื่อสินค้าหมด...”

ยังมีผู้ประกอบการร้านนางบุญใหม่ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะไม่มีการวางแผนล่วงหน้าในการล่วงหน้าในการเตรียมสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะมีการวางแผนล่วงหน้า 1 สัปดาห์ ในการสั่งซื้อสินค้ามาขายที่ร้าน...”

คุณแม่ตวล ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่ได้วางแผนในการสั่งซื้อสินค้า อาศัยดูจากสินค้าแล้วจึงสั่ง...”

นอกจากนี้คุณลี แพงการุณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนางสาลี ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการวางแผนในเรื่องของความต้องการของลูกค้า จะมีการเตรียมสินค้าให้พอกับความต้องการ...”

นอกจากนี้คุณนก พวงมณีวรรณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการวางแผนถึงความต้องการในการใช้สินค้าของลูกค้า แต่ไม่เก็บสินค้าไว้จำนวนมาก จะสั่งซื้อเมื่อเหลือจำนวนน้อย...”

- เมืองเวียงจันทร์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...มี classify อยู่แล้วโดยใช้ฐานข้อมูลของ Excel สามารถแจกแจงลูกค้าได้ในช่วงสิ้นเดือนใช้ระบบ Manual มาช่วยในการทำงานอีกด้วย เพื่อให้รอบคอบมากยิ่งขึ้น มีการเช็คสินค้าเป็นรายไตรมาส ดูเรื่องของราคาของสินค้า มีการจัดทำ Stock สินค้า ทำให้สินค้าคงคลังมีปริมาณที่มากกว่าปกติ มีการวางแผนในการสั่งซื้อและปริมาณสินค้าทั้งปี แต่ในสินค้าตัวใหม่ไม่สามารถที่จะพยากรณ์ได้...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกัน คุณเอกชัย ชัยวงศาได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทร์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาที่มีการซื้อ

สินค้าเป็นจำนวนมาก จะมีการสต็อกสินค้าไว้ในโรงงานประมาณ 2.5 เท่าเพื่อรองรับต่อการสั่งซื้อของลูกค้า และมีพยากรณ์ยอดขายในวันข้างหน้า จะมีการสั่งซื้อล่วงหน้า 3 เดือน ในพื้นที่จะมีแผนที่ให้กับพนักงานขนส่งและการจัดส่งจะมีเส้นทางเพื่อความประหยัดและจะมีพนักงานไปคอยบริการให้กับลูกค้าและจะมีการพยากรณ์ยอดขายจากการจำหน่ายสินค้าที่ผ่านมา....”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ดูจากสถิติความต้องการของลูกค้าและมีพนักงานไปตรวจสอบสินค้าเพื่อจะได้ทำการสั่งเมื่อสินค้าขาดการทำรายงานสินค้าจะทำทุกเดือน แต่ในบางครั้ง 2 เดือนครั้ง โดยการพยากรณ์ดูจากตลาดที่มีการเจริญเติบโต บางครั้งในแต่ละปีที่มีการเพิ่มยอดขาย....”

ส่วน ร้านคำมลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ที่ร้านไม่มีการพยากรณ์ยอดขายสินค้า จะดูเพียงว่าสินค้าใกล้จะหมดหรือยังเท่านั้น....”

และยังมีร้านนางตุน ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ไม่มีการวางแผนการขาย มีการดูสินค้าที่เก็บไว้ว่าใกล้หมดหรือยัง ถ้าใกล้หมดแล้วจึงค่อยสั่งสินค้า....”

ส่วนคุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อ ณ ร้านป้าน้อย ที่กล่าวว่า “...ไม่มีการคาดการณ์ถึงยอดขายสินค้าล่วงหน้าจะใช้วิธีสินค้าหมดแล้วจึงสั่ง....”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ไม่มีการคาดการณ์ความต้องการของสินค้าล่วงหน้าจะสั่งสินค้าเรื่อยๆ บางเดือนสินค้าขายไม่ดีก็ไม่ได้สั่ง....”

ผู้ประกอบการร้านแม่แดงอ่อนที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ของใกล้จะหมดแล้วสั่งสินค้า....”

- หลวงพระบาง

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการมีการวางแผนสินค้าโดยดูจากสินค้าภายในร้านถ้าเหลือประมาณ 50% ของสินค้าทั้งหมดจะมีการสั่ง....”

ผู้ประกอบการร้านเจริญผลได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการได้มีการวางแผนสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายโดยคำนึงถึงลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาซื้อสินค้า โดยมีลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศประมาณ 50%....”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนางนุ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการวางแผนถึงความต้องการของลูกค้า....”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับร้านนางทุย เพียนได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอด”

ส่วนร้านขายของชำคุณอมร อุคาศร ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์กล่าวว่า “... กิจการไม่ได้มีการวางแผนที่น่าข้อมูลการขายสินค้าที่ผ่านมามาวางแผนในการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จำหน่าย....”

และยังมี คุณเซน ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน แสงสวรรค์ ที่กล่าวว่า “...กิจการมีคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้า โดยดูจากช่วงเวลาที่แตกต่างกัน....”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...จะมีการวางแผนสินค้าให้เหลือภายในร้านประมาณ 50-60% แต่ว่าสินค้าเหล่านั้นเขาขายเป็นประจำ ขายเรื่อย ๆ...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า “...ก็จะมีภาระเงินของใกล้หมดเขาก็จะรู้แล้ว เพราะขายปลีกไม่ได้ขายส่งต้องรอให้หมดสักอย่างแล้วก็สั่งซื้อหมดเมื่อไหร่ก็สั่งซื้อ แต่ไม่สามารถประมาณความต้องการของลูกค้าได้....”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการวางแผน แต่ทุกวันนี้ของไทยเยอะอยู่แล้ว ก็มีทั้งชาวต่างชาติและเขมร ฝรั่ง 40 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือก็จะเป็นชาวเขมร....”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช 24 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2554 ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...ในส่วนของตอนเช้าก็จะมีที่ยืนยันเกี่ยวกับคำสั่งซื้อของลูกค้าก่อนล่วงหน้า ก็จะยืนยันว่ามีจำนวนเท่าไร และต้องการอาหารในรูปแบบไหน มีการวางแผนล่วงหน้าล่วงหน้าเป็นอาทิตย์และมีทั้งเป็นแบบวันต่อวัน ในช่วงเทศกาลเราจะมีวิธีการจัดการบริหารลูกค้าจะดูจากยอดลูกค้าที่เข้ามาแต่ละอาทิตย์ สมมติว่าอาทิตย์นี้ลูกค้าเข้ามาอยู่ที่ 150 คน ช่วงเทศกาลเราก็อาจจะเพิ่ม ตามลูกค้าที่เข้ามา....”

คุณวันชัย ผู้จัดการร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การวางแผนโดยการเน้นทางด้านอาหาร อย่างเช่นลูกค้าจำนวน 100 คนเราจะจัดจำนวนเท่าไรให้เพียงพอกับลูกค้า เราสามารถวางแผนได้เพราะมีบู๊ค ของบริษัททัวร์เอาลูกค้ามาลง เขาจะบู๊คมาก่อน 1 – 2 วันในส่วนตรงนี้เราจะมี Center ทั้ง 3 ร้าน ในกรณีที่ลูกค้า 100 คน เราต้องรู้ว่าต้องสั่งจำนวนเท่าไร เราก็จะมีการวางแผนสำหรับตรงนี้ ในส่วนนี้เซฟแต่ละแผนกจะมีการวางแผน....”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ไม่มีการวางแผนหรือคาดคะเน ขึ้นอยู่กับทางร้านสาขาว่าต้องการอะไร....”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการวางแผนแผน เช่นสินค้าอันไหนที่รู้ว่าขายดีช่วงมีการแต่งงาน ก็จะซื้อเอาไว้เยอะๆ...”

- พนมเปญ

ผู้จัดการร้านอาหาร แชนฟ นาเวนต์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...ไม่ได้มีการวางแผนในการใช้สินค้า เวลาสินค้าเราหมดก็เพียงแต่สั่งซื้อสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการคาดคะเนถึงความต้องการของลูกค้าในการซื้อสินค้า จำพวกน้ำปลา ซีอิ๊ว ต้องใช้ปรุงอาหารเยอะ พวกแฮม ต้องการเยอะ...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...ไม่ได้วางแผนในการซื้อสินค้าเนื่องจากสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าอยู่ใกล้และสามารถสั่งมาได้โดยใช้ระยะเวลาไม่นาน...”

คุณโต พอครวประจําร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการวางแผนถึงการเข้ามาของลูกค้าที่จะเข้ามาในแต่ละวัน ส่วนมากก็จะดูการจองจากข้างนอกด้วย...”

(3) ประเทศไทย

- อยุธยาประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการวางแผนถึงการซื้อสินค้าของลูกค้า โดยลูกค้าจะแจ้งและสั่งสินค้ากับทางร้านว่าต้องการสินค้าอะไรบ้าง...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการมีการวางแผนถึงสินค้าที่พร้อมขายให้กับลูกค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจริญโตร์ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...กิจการมีการวางแผนในการสั่งซื้อสินค้าจากพนักงานขายสินค้าและพนักงานขายจะช่วยตรวจสอบสินค้าภายในร้าน ...”

คุณเกษณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การวางแผนของร้านในการสั่งซื้อสินค้าโดยดูจากการเคลื่อนไหวสินค้าภายในร้าน ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจะเป็นคนไทยประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอีก 5 เปอร์เซ็นต์ เป็นชาวต่างชาติ...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...ทางร้านจะมีพนักงานขายมาช่วยในการวางแผนในการสั่งซื้อสินค้า...”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...มีการวางแผนในการสั่งซื้อตามจำนวนคนซื้อ...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการคาดการณ์ถึงความต้องการสินค้าโดยดูจากความนิยมชมชอบในการซื้อสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านน้องคิงส์ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้ามีการวางแผนในการสั่งซื้อสินค้าโดยดูจากสินค้าที่ขายภายในร้าน มีพนักงานขายมาช่วยในการตรวจเช็คสินค้า...”

คุณรัชนี้ งามวิไลพรรณ ผู้ประกอบการร้านค้าของชำร้านป้ามาเม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าโดยการสั่งซื้อผ่านพนักงานขายของบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายซื้อจากกรุงเทพมหานคร ฯ...”

- หองคาย

คุณสายัญ ทวีกิจถาวร ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554 ณ ร้าน สายัญ ที่กล่าวว่า “...ในการซื้อสินค้าก็มีการไม่ได้คาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้า จะซื้อมาเก็บไว้เป็นจำนวนที่ไม่มาก บางอย่างสั่งเมื่อสินค้าหมด...”

คุณอัครพล เจริญภานุพงศ์ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554 ที่กล่าวว่า “...กิจการดูจากการซื้อสินค้าของลูกค้า...”

ส่วนคุณยุพา มานัสพิทธารม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านเอกพาณิชย์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะมีการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าโดยจะมีการวางแผนสั่งซื้อสินค้าก่อนที่สินค้าจะหมด 2 วัน โดยลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านจากการสังเกตเป็น คนไทย 80% และอีก 20% เป็นคนลาว...”

คุณสุนีย์ ประเสริฐกิตติศิริ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านพาณิชย์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าซื้อสินค้าพอประมาณ โดยซื้อสินค้ามาเพื่อขายให้กับลูกค้า โดยลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อเป็นคนไทย 90% และลูกค้าชาวลาว 10%...”

นอกจากนี้คุณตุ้ม ควันที ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่มีการวางแผนถึงสินค้าภายในร้านจะอาศัยที่ลูกค้าแจ้งว่าสินค้าหมด แล้วจึงจะสั่งซื้อ...”

และยังมีผู้ประกอบการร้านวันดี สโตร์ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า “...ร้านมีการวางแผนให้พนักงานตรวจสอบสินค้าภายในคลังสินค้า ทุกๆ 30 วัน เพื่อดูปริมาณสินค้าและจะได้ทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าใกล้จะหมด...”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่เซ่งฮวด ที่กล่าวว่า “...กิจการไม่ได้มีการวางแผนในการสั่งซื้อสินค้า แต่จะดูว่าสินค้าอันไหนหมดก็สั่งซื้อ...”

สำหรับผู้ประกอบการร้านแต่งแหมมเนื่องที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะมีคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาที่ต่าง ๆ เช่นในช่วงเทศกาลกินเจ จะมีการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และมีการทำรายงานสรุปเพื่อการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายวัตถุดิบ...”

- กรุงเทพมหานคร ฯ

ดร. ชีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...จำนวนสินค้าที่ผลิตได้มีจำนวน 2,000,000 ตัน ส่วนการบริโภคของคนในประเทศมีจำนวน 2,000,000 -2,500,000 ตันแต่มีการกำหนดโควตาให้แก่ผู้ผลิตแต่ละราย ดังนั้นกำลังการผลิตเพียงพอต่อการขายในประเทศและเพียงพอต่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าอุตสาหกรรมเช่น น้ำตาลไปผลิตนม สินค้าของกิจการจะผลิตสินค้าค่อนข้างจะพรีเมียม น้ำตาลจะใสกว่าคู่แข่ง ลูกค้าเกรดเอ บริษัทเนสเล่ บริษัทยีนจอห์นสันผลิตภัณฑ์สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ต้องการความสะอาดจะใช้สินค้าของบริษัทเป็นหลัก โดยส่งเข้ากลุ่มอุตสาหกรรม (Manufacturing) คิดเป็นสัดส่วนถึง 40% กลุ่มโมเดิร์นเทรด (Modern trade) 30% และกลุ่มเทรดดิชันเนอร์ (Traditional) ประเภที่ัว 30% ส่วนตลาดต่างประเทศ มี 3 ช่องทางอุตสาหกรรมส่งออก กลุ่มที่ 1 แปรรูป แล้วส่งออก กลุ่มที่ 2 คอนเทนเนอร์ (container) กลุ่มที่ 3 เรือใหญ่ จะมารับสินค้าที่ทำเรือ (Port)...”

คุณวรินทร์ บวรสันติสุขธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...บริษัทได้มีการทำระบบฐานข้อมูลยอดขายที่ผ่านมาในการผลิตสินค้า โดยการทำฐานข้อมูลจะร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าตลอด ซึ่งทางบริษัทได้ทำฐานข้อมูลยอดขายสินค้าไม่น้อยกว่า 3 ปี”

ผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก)ที่ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...มีการจัดทำวิจัย (research) เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและสอบถามถึงความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่...”

2.6.2 ด้านการจัดซื้อ

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ผู้ประกอบการร้านนางลี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... กิจการมีการสั่งซื้อเป็นปริมาณครั้งละ 20 - 30 ลัง โดยการสั่งซื้อจะสั่งซื้อจากร้านสมบูรณ์การค้า...”

และยังมี นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าจะมีพนักงานชายมาทำการตรวจสอบสินค้าและจะทำการสั่งซื้อให้...”

สำหรับคุณมณีวง ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าของตนเองจะสั่งซื้อจากร้านนางทองที่เป็นร้านในพื้นที่เป็นประจำ ไม่มีการเปลี่ยนไปใช้ร้านอื่น...”

นอกจากนี้คุณเกสร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะมีการตรวจสอบสินค้าภายในร้านตลอด...”

อีกทั้งยังมีคุณกิ่งแก้ว ยี่รุ่นสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะสั่งซื้อจากร้านนางทองทอง จะสั่งซื้อก็ต่อเมื่อสินค้าในร้านเหลือเพียง 4-5 ขวด...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านนางบุญไหมขายของชำร้านที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าถ้าสั่งซื้อสินค้าในช่วงเช้า ในช่วงเย็นก็จะได้สินค้า แต่ถ้าสั่งซื้อสินค้าในช่วงตอนเย็นจะได้สินค้าในช่วงเช้าของวันถัดไป...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะมีพนักงานของบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าเข้ามาที่ร้านและทำการจดยกรายการสินค้า...”

คุณแม่ตวล ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่สั่งร้านค้าที่จำหน่ายจะอยู่ในวังเวียงเหมือนกันทำให้ได้สินค้านำรวดเร็ว...”

นอกจากนี้คุณลี แพงการุณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนางสาตี ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2554 ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะสั่งซื้อสินค้าเมื่อสินค้าในร้านเหลือเพียง 1-2 ลัง โดยสั่งซื้อจากร้านเกษตรสมบูรณ์การค้า การสั่งซื้อจะสั่งซื้อครั้งละ 20-30 ลัง...”

นอกจากนี้คุณนง พ่วงมณีวรรณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เมื่อสินค้าภายในร้านเหลือเพียง 1 ลังจะมีการสั่งซื้อสินค้า โดยสินค้าจะมาที่ร้านภายใน 2 - 3 วัน ร้านค้าไม่ได้สั่งผู้จำหน่ายหลายอื่น สั่งจากผู้จำหน่ายเพียงรายเดียวเท่านั้น...”

- เมืองเวียงจันทน์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...เนื่องจากบริษัทร่วมมือกับบริษัทที่มาเปิดตลาด ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเป็นคู่แข่งชั้นของธุรกิจร่วมได้ บริษัทจะมองถึงการทำธุรกิจระยะยาว โดยให้บริษัทที่เป็นบริษัทร่วมช่วยในการสนับสนุนการโฆษณาสินค้าและทำหน้าที่ในการกระจายสินค้า ถ้าสินค้าไหนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงอยู่ ราคาจะสูงเป็นเรื่องปกติ”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันคุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทน์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...ใช้ระยะเวลาในการสั่งซื้อประมาณครึ่งวัน โดยการขนส่งสินค้าจะมีรถ van ไว้คอยบริการขนส่งให้กับลูกค้า เนื่องจากการใช้ van เหมาะสมและมีความสะดวกในการขนส่งเหมาะกับการขนส่งไปยังนอกเมือง และมีกำลังซื้อที่ยังไม่มาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งไม่มาก เนื่องจากรถที่นำมาใช้ในการขนส่งเป็นรถมือ 2 นำเข้ามาจากญี่ปุ่น และการบำรุงรักษาจะจะมีพนักงานในบริษัทเป็นผู้ดูแล แต่ในช่วงหน้าฝนจะมีปัญหาเรื่องของถนน...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีบริษัทที่จัดส่งสินค้าอยู่ในประเทศไทย บริษัทในประเทศไทยจะคอยประสานกับการรับคำสั่งสินค้าและจะจัดส่งสินค้าออก ในการนำเข้าใช้ระยะเวลาสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 1 เดือน เช่น ข้าวมีการสั่งซื้อล่วงหน้า โดยจะมีการประเมินความต้องการล่วงหน้า ดูความต้องการของตลาด สิ่งเป็นช่วง เพื่อการดำเนินการในการจัดส่งได้ถูก....”

ส่วน ร้านคำมลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะสั่งซื้อสินค้าก็ต่อเมื่อสินค้าภายในร้านใกล้จะหมด...”

และยังมี ร้านนางตุ่น ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าหมดแล้วจึงสั่งซื้อ โดยดูราคาและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ดูการโฆษณาสินค้าจากไทย ดูวันเดือนปีที่ผลิต สั่งซื้อจากตัวแทนของบริษัทที่เข้ามาเปิดในประเทศลาว เช่น แหลมทอง , สวรรค์ชัย, สมบูรณ์การค้า...”

ส่วนคุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านป้าน้อย ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าจะดูจากคุณภาพและมีการเปรียบเทียบราคา ร้านไหนถูกจะสั่งจากร้านนั้น การสั่งซื้อจะสั่งล่วงหน้า 3 วัน....”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะดูเรื่องของคุณภาพและราคาสินค้า ดูบริษัทไหนถูกก็จะสั่งจากร้านนั้น....”

ผู้ประกอบการร้านแม่แดงอ่อนที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนสั่งซื้อ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริการของพนักงานขายด้วย....”

- หลวงพระบาง

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ถ้าคาดว่าของจะหมด จึงจะสั่งซื้อ กิจการจะสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายจากเวียงจันทร์ คือ บริษัทแหลมทองการค้า และสมบูรณ์การค้า โดยสินค้าจะมาส่งภายใน 3 วัน...”

ผู้ประกอบการร้านเจริญผล ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่สั่งซื้อจะนำเข้ามาจากประเทศไทย จากเวียดนามหรือจากประเทศในยุโรป...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชานางนุ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่สั่งจะมาจากเวียงจันทร์...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำคุณอมร อุดรศร ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าจะสั่งซื้อจากเวียงจันทร์ ซึ่งการสั่งแต่ละครั้งสินค้าที่จะเข้ามาในร้านจะใช้ระยะเวลา 3-4 วัน...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...ส่วนมากก็สั่งโดยตรงจากเมืองไทย หรือจากในเสียมเรียบ แต่จะรู้ว่าของจะเข้ามาวันไหน เขาก็จะสั่งก่อน ส่วนมากก็จะสั่งของอาทิตย์หนึ่งก็ประมาณ 2 ครั้ง...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...หากเป็นสินค้าของไทยก็จะสั่งจากโรงเกลืออย่างเดียว สั่งจากตัวแทนของเมืองไทย ซึ่งมีเฒ่าแก่อายุโรงเกลือ สั่งจากโรงงานแล้วก็เอามาเก็บในโกดังของโรงเกลือ โดยทำการสั่งจากคนขายในประเทศไทยโดยตรง สั่งซื้อประมาณ 4-5 เจ้า ไม่สามารถเลือกซื้อเจ้าเดียวเพราะสินค้าบางอย่างอีกเจ้าหนึ่งไม่มีขาย ก็ต้องซื้อจากร้านค้าอื่น...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในกรณีที่เราสั่งของไป ได้ของกลับมาไม่ครบหรือมีของเสียส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องคนส่งมากกว่า...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...ส่วนใหญ่หากเป็นพวกของสดก็จะสั่งวันต่อวัน ก็จะสั่งจากที่นี่ เครื่องปรุงส่วนใหญ่ก็จะเอาของไทยมาขาย ซื้อมาจากซูเปอร์มาร์เกตหรือไม่ก็ตลาดสดจากในเขมร เวลาสั่งซื้อสินค้า ปริมาณในการสั่งซื้อแต่ละครั้งดูจากยอดค้า เราจะเอาจำนวนถั่วเฉลี่ย สมมติว่าเนื้ออยู่ที่ 0.04 เราก็จะเอาจำนวนตรงนั้นมากคูณกับจำนวนลูกค้าต่อวัน และจะบวกในส่วนของลูกค้าขาจรประมาณ 150 โดยปกติก็มีสิ่งมีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องภาษีและการขนส่ง ส่วนมากถ้าซื้อในเสียมเรียบเราจะซื้อจากผู้ขายหลายที่จะมีการเปรียบเทียบตัวราคา

สินค้าหลายรายเหมือนกัน เหตุผลที่ต้องกระจายเพื่อเปรียบเทียบราคาว่าราคาร้านไหนสูงหรือต่ำ....”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...สั่งจากภายนอกก็จะมีจากกำแพงจาม และมีจังหวัดกันดาร ถ้าหากเป็นนอกประเทศก็จะเป็นในส่วนของประเทศไทยกับเวียดนาม เวลาจะสั่งซื้อของเราจะมีแคตตาล็อกการสั่งดูว่าสินค้าที่จะสั่งเป็นตัวไหน จะบอกไว้ทั้งในเรื่องของปริมาณ และเรื่องของราคา....”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ของที่สั่งซื้อเข้ามาส่วนใหญ่ก็ในประเทศ ก็มีพนมเปญ เสียมเรียบ เป็นต้น สั่งจาก Supplier จากหลายๆ ที่ หรือหลายรายเนื่องจากบางเจ้าเขาจะให้ในราคาพิเศษ และก็คุณภาพก็ไม่เหมือนกัน แต่ก็ไม่แตกต่างกันมาก ส่วนที่เราต้องพิจารณาในการเลือกคือราคาคือสิ่งสำคัญ ในช่วงเวลา 2 หุ่มนในแต่ละวัน ร้านสาขาต่างๆ ก็ส่งรายการของเข้ามาให้เรา ทางเราก็จะรวมข้อมูลเพื่อสั่งซื้อ ส่วนมากเราจะสั่งของในแต่ละวันจะสั่งในช่วง 3 หุ่มน ประมาณ 7 โมงเช้าของวันรุ่งขึ้น เราจะสั่งวันละครั้ง เวลาสั่งไปเยอะ ก็อาจจะมีส่วนชำนิทหน้อย แต่เขาก็จะแจ้งมาให้ทางเราทราบ แต่ไม่ค่อยเกิดบ่อยเท่าไร นานๆ ครั้งจะมีปัญหาล่าช้า....”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่สั่งจะสั่งจากปอยเปตหรือไม่ก็ศรีโสภณ การสั่งซื้อก็ใช้เวลาประมาณ 2 วัน ได้สินค้ามาปริมาณไม่ครบหรือขาดจำนวนตามที่สั่งบางที่ไม่ได้สั่งมีเกินมา สั่งจากหลายเจ้า บางที่ร้านใหญ่ขายดีเขาจะขายแพง เราก็อาจจะไปซื้อจากร้านเล็กบ้าง มีโครงการที่จะสั่งจากเมืองไทยโดยตรง แต่ตอนนี้ยังไม่มีความสามารถ....”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการบายอนซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “... บางออเดอร์ก็สั่งจากตัวแทนภายในกัมพูชา บางออเดอร์ก็สั่งตรงจากประเทศไทยเลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์จำพวกอาหารสด เช่น นม โยเกิร์ต หรือแฮม สั่งตรงจากประเทศไทยเลย การสั่งซื้อจะสั่งจากผู้ขายสินค้ารายเดียว เนื่องจากความสามารถที่จะส่งสินค้าให้ทั้งหลายๆ ประเภทด้วยกัน จะส่งแค็ตตาล็อกหรือ Price list มาให้พิจารณา โดยเฉพาะเวลามีสินค้าใหม่ๆ ขึ้นมา เขาก็จะส่งมาให้พิจารณาโดยอาจจะเป็นในรูปแบบของตัวอย่างสินค้ามาให้ประกอบ โดยเฉพาะสินค้าที่ขายดี ๆ ในประเทศไทยมักจะส่งตัวอย่างมาให้เราช่วยดูด้วย ซึ่งสินค้าใหม่เหล่านี้เรามักจะสั่งมาในปริมาณจำนวนหนึ่งเพื่อที่จะทดลองขายในตลาดเขมรก่อน ถ้าขายดีเราถึงจะสั่งเพิ่ม เราก็ใช้คุณภาพของสินค้าในการพิจารณาในการสั่งซื้ออยู่แล้ว ส่วนราคาก็จะเป็นประเด็นที่สองในการตัดสินใจซื้อ หรือเป็นประเด็นในการพิจารณาในการตัดสินใจซื้อรองจากคุณภาพของสินค้า โดยข้อมูลเหล่านี้ Suppliers หรือตัวแทนในการส่งสินค้าให้กับทางบายอนนี่เข้าใจถึงประเด็นเหล่านี้ค่อนข้างดีอยู่แล้ว...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชา ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...70% เราก็มักจะใช้ของที่มาจากภายในประเทศ ส่วนอีก 30% จะสั่งสินค้าทั้งจากไทย เวียดนาม ฮองกง ไต้หวัน จีน ปน ๆ กัน โดยสินค้าไทยที่เราสั่งมากที่สุด คือ พริกแกงต่าง ๆ สินค้าที่มาจากไทยนี้มักจะมีคุณภาพที่ดีกว่า แต่บางอย่างก็มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่วนราคาก็มีความใกล้เคียงกันกับสินค้าไทย แต่อย่างไรก็ตามเราไม่ได้คำนึงถึงเพียงแค่ว่าอย่างเดียว เราต้องเช็คหรือตรวจสอบถึงคุณภาพเปรียบเทียบกันด้วย โดยเราจะใช้คุณภาพเป็นตัวตัดสินใจในการซื้อเช่นเดียวกัน โดยคำนึงถึงองค์ประกอบหรือส่วนประกอบของสินค้าด้วยว่ามีคุณภาพดีหรือไม่...”

ผู้จัดการร้านอาหาร แชนพ นาเวนท์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...สินค้าเครื่องปรุงของไทยที่สั่งซื้อจะมีน้ำปลา น้ำตาลแดง น้ำพริกเผา น้ำส้มสายชู และพริกแกง...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การซื้อสินค้าหากเจอของที่เรต้องการร้านไหนก็จะซื้อโดยตรง ก็เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ที่นี้จะไม่มีการเปรียบเทียบ หากสั่งขาประจำก็จะเอาของไม่ตีส่งมาให้เรา บ้านเราจะดีและจะได้ราคาถูก เจอบ่อยมากเลยไม่อยากจะสั่งเป็นประจำ ยอมที่จะเดินทางของดีดีด้วยตัวเองดีกว่า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ต้องสั่งล่วงหน้าประมาณ 3 วัน ตอนนี้อการสั่งซื้อสินค้าลำบาก สั่งแล้วกว่าจะได้นาน สั่งได้มาถึงช้ากว่าเมื่อก่อน แต่ราคาจะสูงกว่าเมื่อก่อนอีก เลือกใช้บริการการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายหลายหลายราย ใครขายถูกก็เอารายนั้น...”

คุณโต พ่อครัวประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งจะไม่เท่ากันในแต่ละวัน ส่วนมากทางร้านจะเลือกเอาแต่ของดีส่วนมากผมก็จะเลือกเอง ถ้าหากได้ของมาไม่ดีก็ให้เอาคืนกลับไป เราก็ต้องเลือกของดีให้กับทางร้าน ไม่เช่นนั้นก็จะทำให้ไม่มีแขกเข้ามาใช้บริการในร้าน การสั่งก็สั่งจากหลายๆ ร้าน และไม่ค่อยได้เปรียบเทียบด้านราคาเท่าไร ร้านไหนมีของที่เราต้องการก็จะซื้อร้านนั้น ผลิตภัณฑ์จะเป็นของไทยทั้งหมด ยี่ห้อที่ซื้อบ่อยคือ น้ำปลาหมึก เกลือปนก็จะซื้อจากของไทย น้ำมันหอยก็จะเป็นตราสามแม่ครัว จำพวกของหวานน้ำตาลทรายใช้ของไทย ส่วนน้ำตาลปี๊บจะใช้ที่นี้ รสเปรี้ยวก็จะเป็นยี่ห้อของไทยในส่วนของมะขามเปียก น้ำส้มสายชู เพราะราคาจะถูกกว่าทางนี้ ส่วนรสเผ็ด หากเป็นพริกก็จะสั่งมาจากตลาดเค้าจะปั่นมาให้ ส่วนเครื่องแกงพะเนงก็จะไปซื้อของแม่พลอย จำพวกสมุนไพรไม่ค่อยได้ใช้เท่าไร...”

(3) ประเทศไทย

- อนุรักษ์ประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...บริษัทตัวแทนจากทางกรุงเทพฯ จะส่งพนักงานขายมาจดสินค้าและรายการสินค้ากับทางร้านว่า 1 เดือนจะเอาสินค้ากี่ลัง...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีพนักงานขายสินค้ามาตรวจเช็คสินค้า ถ้าสินค้าหมดจะมีการสั่งซื้อสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจริญไตร ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สั่งซื้อสินค้าโดยผ่านทางพนักงานขายจากบริษัทที่จำหน่ายสินค้า ในการสั่งซื้อสินค้าจะสั่งซื้อสินค้าที่ติดตลาด ที่มีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ สินค้าใหม่ที่ไม่มีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์จะไม่ทำการสั่งซื้อ...”

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สั่งซื้อจากบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าและมีพนักงานขายทำหน้าที่ในการจัดซื้อสินค้า...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สั่งซื้อจากบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่าย โดยสั่งซื้อจากพนักงานขายสินค้าเกือบทั้งหมดและมีการจัดส่งให้ด้วย...”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...มีพนักงานขายสินค้ามารับรายการสินค้าจากร้านค้า...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านแจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อ ถ้าสั่งซื้อปริมาณมากสั่งซื้อจากพนักงานที่มาจากบริษัทที่เป็นผู้จัดจำหน่าย ถ้าซื้อในปริมาณไม่มากจะสั่งซื้อจากยี่ปั้ว...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สั่งซื้อจากโรงงานต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร ฯ...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านน้องคิงส์ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าสั่งซื้อจากพนักงานขายของบริษัทที่เป็นผู้จัดจำหน่ายที่มาจากกรุงเทพมหานคร ฯ...”

- หหนองคาย

คุณสายัญ ทวีกิจถาวร ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน สายัญ ที่กล่าวว่า “...สั่งซื้อจำนวนน้อยที่สุดเท่าที่จะสั่งซื้อได้...”

คุณอัครพล เจริญภานุพงศ์ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...บริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าจะมีการส่งพนักงานขายสินค้ามาตรวจสินค้าและทำการส่งสินค้าให้ โดยสินค้าส่งจากกรุงเทพฯ...”

สอดคล้องกับคุณโพธิ์ชัย อาณชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน 2 แม่ลูก ที่กล่าวว่า “...ร้านจะมีซื้อสินค้าจากพนักงานขาย โดยมีพนักงานขายมาจกรายการสินค้าและเขียนยอดการจ่ายเงิน และบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้เครดิตกับทางร้านเป็นระยะเวลา 15 วัน...”

ส่วนคุณยุพา มานัสพิทอารม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านเอกพาณิชย์ ที่กล่าวว่า “...ที่ร้านจะซื้อสินค้ามาจากบักซี, แมคโคร, โดยดูราคาที่ไม่แพงมากนัก...”

นอกจากนี้คุณตุ้ม ควันทิ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท โดยมีพนักงานขายสินค้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทมาขายสินค้า...”

และยังมีผู้ประกอบการร้านวันดี สโตรได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะมีการสั่งซื้อจากทุกบริษัท โดยจะมีพนักงานขายสินค้าของบริษัทมารับรายการคำสั่งสินค้าด้วยตนเอง...”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่แข่งฮวด ที่กล่าวว่า “...การสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าจะซื้อจากห้างสรรพสินค้าโลตัส, แมคโครและสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิต นอกจากนี้พนักงานขายสินค้าก็เข้ามาดูสินค้า ในเอนละ 1 ครั้ง...”

สำหรับผู้ประกอบการร้านแดงแหมมเนื่องที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการมีการประเมินคุณภาพสินค้าของสินค้าที่จัดส่งมาให้ที่ร้านทุกตัว และตรวจสอบสินค้าทุกยี่ห้อ...”

- กรุงเทพมหานคร ฯ

ดร. วีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...มีการบริหารด้านต้นทุนวัตถุดิบให้ต่ำ มีการบริหารตั้งต้นน้ำไปยังปลายน้ำ คือ บริหารจากสินค้าจากชาวไร่ที่ปลูกอ้อย ไปจนถึงส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ ราคาที่รับซื้อสินค้าจากชาวไร่เป็นราคาสินค้าหน้าโรงงาน ทำให้ได้ต้นทุนในราคาต่ำ แต่ไม่ได้เอาเปรียบ...”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุทธิ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...ด้านวัตถุดิบที่นำเข้ามาภายในโรงงาน ในส่วนของมะเขือเทศ มีการปลูกเองที่หนองคาย เชียงใหม่ และจัดส่งไป จ. ฉะเชิงเทราที่เป็นโรงงานในการผลิตสินค้าของทางบริษัท...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การจัดซื้อจะมีการเลือกผู้ขาย/ผู้รับจ้างช่วง

ที่เหมาะสมโดยพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้า ระบบการจัดส่งที่มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม...”

2.6.3 ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าหมดแล้วจึงจะสั่ง ไม่มีการเก็บสินค้าคงคลังไว้มาก...”

และยังมี นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ที่ร้านจะไม่ซื้อสินค้าไว้เป็นจำนวนมาก จะทำการสั่งซื้อเมื่อสินค้าเมื่อสินค้าใกล้จะหมด เนื่องจากทางร้านไม่มีที่เก็บสินค้าไว้เป็นจำนวนมาก...”

- เมืองเวียงจันทร์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...มีการนำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการเก็บรักษาสินค้าที่ได้กำไรคุ้มค่าสำหรับ warehouse และดอกเบี้ยในการจำหน่ายสินค้าใช้ระบบ FIFO ให้หมุนสินค้าในคลังสินค้าให้เร็วมากขึ้น...”

คุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทร์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...มีการนำเทคโนโลยีระบบบาร์โค้ดมาใช้ในคลังสินค้าเพื่อสะดวกในการจัดเก็บ โดยจะมีคลังสินค้าที่มีขนาด 15x40 ตรม. ในการจัดเก็บสินค้า ในกรณีถ้าเจอสินค้าที่หมดอายุจะมีการกำจัดทิ้งในทันทีนอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขของประเทศลาวเข้ามาตรวจสอบสินค้าหมดอายุที่ขายไม่ได้ ถ้าเกิดไม่มีการแจ้งเจ้าหน้าที่สินค้าจะยังคงค้างอยู่ในรายการของโรงงานอยู่ ดังนั้น เจ้าหน้าที่จะทำหน้าที่ในการตรวจสอบและกำจัดสินค้าที่หมดอายุ...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าจะมีการเก็บ stock สินค้าไว้ 3 อาทิตย์ ในบางสถานการณ์มีการเก็บ stock สินค้าถึง 1 เดือน...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับร้านค้ามลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การหมุนเวียนสินค้าให้เร็วไม่มีสินค้าค้าง เก็บ stock สินค้าไว้ประมาณ 2 เดือน...”

และยังมี ร้านนางตุ่น ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่ซื้อมาก่อนจะจำหน่ายก่อน สินค้าใหม่ขายที่หลัง ถ้าสินค้าใกล้จะหมดอายุก็จะนำมาขายลดราคาและทิ้ง...”

ส่วนคุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านป้าน้อย ที่กล่าวว่า “...จะ stock สินค้าไม่เยอะ เนื่องจากรถส่งสินค้ามาส่งได้ตลอด...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สถานที่ในการเก็บสินค้าจะอยู่หลังร้าน เพื่อที่จะนำสินค้ามาขายได้ในทันที...”

ผู้ประกอบการร้านแม่แดงอ่อนที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเก็บ stock สินค้า เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า...”

- เมืองหลวงหลวงพระบาง

คุณเซน ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน แสงสวรรค์ ที่กล่าวว่า “...มีการตรวจคลังสินค้าตลอดเวลาเพื่อดูสินค้าที่คงเหลือในคลังสินค้า ...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...สิ่งแค่นั้นส่วนที่จะพอขาย จะไม่สั่งเข้ามาที่ละเอียด...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านเราขายปลีกก็จะเก็บวางไว้ จัดตามแบบที่หยิบได้ไม่ยาก ...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...มีตู้เย็นในการจัดเก็บของสด แล้วก็ตู้ฟิชสำหรับแช่เนื้อ อุณหภูมิจะอยู่ที่ -5 องศา ก็มีตู้เย็นเล็กๆ ประมาณ 5 ตู้ เชฟจะมีทั้งหมด 8 คนแยกแต่ละแผนก ที่นี้จะมีสต็อกเอง...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...จะมีตู้เย็นในการจัดเก็บ คือเราจะจัดให้มันพอดี อย่าให้มันมาก อย่าให้มันน้อยเกินไป เราทำทุกวันก็จะรู้ว่า ในแต่ละวันต้องการเท่าไร เราจะสำรองไว้ไม่เกินสองวัน ไม่มีเสียแต่หมดอย่างเดียว...”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเช็ครายการสินค้าที่มีอยู่ในร้านมีการตรวจสอบบ่อย...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการบายอนชูเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...การบริหารสินค้าคงคลังนี้อยู่ในระดับที่ดี โดยปกติเราก็จะส่งสินค้าโดยพิจารณาจากตราสินค้า หรือแบรนด์ที่มีคุณภาพที่ดีเอามาไว้ในสินค้าคงคลังของเราเพื่อการจำหน่ายกับลูกค้า การบริหารจัดการกับสินค้าที่หมดอายุโดยปกติเราก็โยนทิ้ง โดยปกติแล้วทางร้านเราจะมีการเช็คสินค้าคงคลังถึงวันหมดอายุทุกๆ เดือนอยู่แล้วซึ่งจะรวมไปถึงสินค้าที่ชำรุดหรือว่ามีการแตกของ

บรรจุกุภัณฑ์ซึ่งเราก็จะนำไปทิ้งเช่นเดียวกัน โดยปกติเวลาเราซื้อสินค้าจาก Suppliers ใดก็ตาม นั้นเราจะพิจารณาอย่างรอบคอบว่าสินค้านั้นต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 6 เดือน เป็นต้นไป ยกเว้น สินค้าประเภทของสด เช่น เบียร์ นมสด โยเกิร์ต เหล่านี้ จะเป็นข้อยกเว้นที่ต้องพิจารณาวันหมดอายุอย่างรอบคอบ เพราะฉะนั้นผมเลยคาดหวังว่าสินค้าที่จะขายอยู่ในร้านของเรานั้นจะต้องมีอายุอยู่บนชั้นวางสินค้านั้นไม่ต่ำกว่า 6 เดือน เป็นต้นไป...”

ผู้จัดการร้านอาหาร แซฟ นาเวนด์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “... สถานที่เก็บสินค้าคงคลังของเรามีไม่เพียงพอ เพราะฉะนั้นสินค้าหมดเมื่อไหร่เราถึงจะไปซื้อและ เหตุผลอีกอันหนึ่งก็คือว่า ถ้าเราซื้อจากคำสั่งกับ Lucky แล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับราคาจะมีราคาใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นเราไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากร้านคำสั่งเพื่อมาเก็บเยอะๆ ไว้ในสต็อก อีกเหตุผลนี้ก็คือ เราต้องการให้สินค้าเราสด ใหม่ อยู่ตลอดเวลา...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ไม่ได้เก็บสินค้าคงคลังไว้เยอะเพราะอยากให้ของสด และใหม่ และที่สำคัญลูกค้าก็ไม่ได้เยอะเท่าไร เรื่องความสะดวกปลอดภัยเราก็เน้นตรงนี้...”

คุณโต พ่อครัวประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ก็จะมีมาเก็บไว้เป็นกล่องๆ หรือลัง ส่วนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหาร ส่วนมากไม่มีเหลือ เพราะว่าจะนำมาใช้วันต่อวัน...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหาร โบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...ซื้อไม่เยอะที่ละนิดที่ละหน่อย ส่วนมากสินค้าก็จะเป็นของไทย ถ้าสั่งมาแล้วค้างสต็อกก็ไม่สามารถระบายวัตถุดิบได้...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ก็จัดตามประเภทของสินค้าอันไหนของเย็นก็ใส่ตู้เย็น อันไหนของแห้งก็เก็บอีกที่หนึ่ง...”

(3) ประเทศไทย

- อนุรักษ์ประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการจัดแสดงสินค้าให้กับลูกค้าได้เลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก...”

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สินค้าภายในร้านใกล้จะหมดจึงจะสั่งซื้อสินค้า ที่ร้านใช้หลักซื้อมาก่อนขายก่อน สินค้าซื้อมาที่หลังขายที่หลัง (FIFO)...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านแจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้ร้านค้าเป็นคลังสินค้า มีการเรียงสินค้าแสดงสินค้าให้กับลูกค้า...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีจุดสั่งซื้อสินค้าอยู่ที่ 200 – 300 ลัง การขายสินค้าใช้หลัก FIFO...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านน้องคิงส์ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การบริหารคลังสินค้าภายในร้านมีสินค้าให้ลูกค้าเลือกมาก และสินค้ามีราคาถูก การขายสินค้าให้กับลูกค้ามีทั้งคำสั่งและคำปลีก...”

- ทนองคาย

คุณอัครพล เจริญภานุพงศ์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะมีการสั่งซื้อสินค้าให้น้อยที่สุดเพื่อกิจการจะได้ไม่ต้องมีสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก ซื่อให้พอดีสำหรับการขายเดือนต่อเดือน...”

ส่วนคุณโพธิ์ชัย อาณันชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน 2 แม่ลูก ที่กล่าวว่า “...ที่ร้านจะให้สินเชื่อในการซื้อสินค้าแบบวันต่อวัน...”

ส่วนคุณยุพา มานัสพิทอารม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านเอกพาณิชย์ ที่กล่าวว่า “...จะใช้หลักในการบริหารซื้อมาก่อนขายก่อน ซื่อมาทีหลังขายทีหลัง (FIFO)”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตนา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่แข่งฮวด ที่กล่าวว่า “...การบริหารคลังสินค้าอาศัยจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และคาดเดาถึงการใช้สินค้าของลูกค้า...”

สำหรับผู้ประกอบการร้านแดงแหมมเนื่องที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านมีการแยกส่วนของสินค้าที่เข้ามาภายในร้าน โดยแยกส่วนของคงคลังและส่วนของผลิตออกจากกัน...”

- กรุงเทพมหานคร ฯ

ดร. วีระชัย พิพิทศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...สินค้าคงคลังของน้ำตาลจะไม่เป็นปัญหาเนื่องจากระยะเวลาการเก็บผลผลิตมาแปรรูป มีระยะเวลา 120 วันหรือประมาณ 4 เดือน น้ำตาลที่ผลิตเสร็จจะมีการเก็บสินค้าไว้เพื่อขายทั้งปี ซึ่งน้ำตาลจะเป็นช่วงเวลา ถ้าไม่เก็บไว้จะไม่มีสินค้าขาย แต่จะคำนึงถึงสินค้าที่ผลิตเรียบร้อยให้เหมาะสม โรงงานผลิตของกิจการมี 5 แห่ง อยู่ที่ จ.สุพรรณบุรี จ.สิงห์บุรี จ.ชัยภูมิ จ.ขอนแก่น จ.กาฬสินธุ์ และในอนาคต จ.เลย...”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุทธิ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...ในส่วนของกิจการจะไม่มีสินค้าที่ค้างสต็อกและจะมีการส่งสินค้าให้กับผู้จัดจำหน่าย โดยไม่ให้ระยะเวลาของวันหมดอายุเหลือน้อย เพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้าสามารถขายสินค้าได้เป็นระยะเวลาานาน อีกทั้งจะได้เหลือเวลาของสินค้าสำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศกระจายสินค้าไปยังร้านค้าย่อยได้...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำตาลไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การบริหารคลังสินค้าจะถูกกำหนดแบบ min-max และผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า โดยอาศัยยอดการพยากรณ์ (Forecast) จากฝ่ายขาย...”

2.6.4 ด้านการบริหารคลังสินค้า

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีพนักงานภายในร้านจำนวน 3 คนที่จะทำหน้าที่ในการเคลื่อนย้ายสินค้า โดยการยกของ ไม่มีเครื่องจักรเข้ามาใช้ในการทำงาน...”

นอกจากนี้คุณเกษร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะขายสินค้าที่เข้ามาในร้านก่อน ส่วนสินค้าที่มาจากที่หลังจะขายที่หลัง พยายามจะขายสินค้าตัวเก่าออกไปก่อน สินค้าเก่าไว้หน้าร้าน ส่วนสินค้าใหม่จะไว้หลังร้าน...”

- เมืองเวียงจันทน์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...สินค้าที่มีสามารถรองรับต่อความต้องการของลูกค้าได้ 3 อาทิตย์ มีการวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้า แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโรงงานว่าจะจัดส่งอย่างไร และใช้ระยะเวลาในการขนส่งนานเท่าไร และมีการนำใช้ระบบ barcode ในการจัดเก็บสินค้าและ มีการอบรมพนักงานในการดูแลคลังสินค้า โดยนาระบบ FIFO มาใช้ แม้กระทั่งในส่วนของชั้นวางสินค้าก็นำระบบนี้เข้ามาใช้ ทำให้เก็บสินค้าได้อย่างไม่มีปัญหา...”

คุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทน์ เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...จะมีการนำหลัก First – In – First – Out เข้ามาใช้ในโรงงานและมีการอบรมให้กับพนักงานโดยมี ผู้ขายสินค้ามาทำหน้าที่ในการอบรมให้กับพนักงาน และจะมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ในส่วนของของการนำอุปกรณ์มาใช้มีการนำรถยก (florists) มาช่วยในการเก็บสินค้า แต่ ณ ปัจจุบันพื้นที่ของโรงงานเหลือน้อยจึงไม่ได้นำมาใช้ ส่วนการเก็บรักษาสินค้าที่สด จะมีห้องเย็นช่วยเก็บรักษาสินค้าให้สดและสะอาดเสมอ เนื่องจากชาวต่างชาติชอบสินค้าที่สด...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้การบริหารงานแบบ FIFO มาใช้ มีโกดังไว้เก็บสินค้าอยู่ 2 โกดัง ไม่มีการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารคลังสินค้า...”

ส่วน ร้านค้าปลีกที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...พื้นที่ในการเก็บง่ายต่อการขนย้าย...”

และยังมี ร้านนางตุน ไพลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเก็บรักษาง่าย เนื่องจากคลังสินค้าไม่ใหญ่มาก...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าพยายามจำหน่ายออกให้เร็ว ไม่ให้มีสินค้าค้างอยู่ในโกดังสินค้า โดยใช้หลักสินค้ามาก่อนขายก่อน สินค้ามาที่หลังขายที่หลัง (FIFO)...”

ผู้ประกอบการร้านแม่แดงอ่อนที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ขายสินค้าที่เข้ามาในร้านก่อนส่วนสินค้าที่มาที่หลังขายที่หลัง การขายของสินค้าไม่มีค้างใน stock...”

- หลวงพระบาง

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการมีคลังสินค้า จำนวน 3 ห้อง การจัดวางสินค้าจะวางให้ลูกค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน...”

ผู้ประกอบการร้านเจริญผลได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าจะอยู่หน้าร้านโดยให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าด้วยตนเอง ลักษณะการจัดร้านจะเป็นร้านค้าที่ทันสมัย ลักษณะของซูเปอร์มาร์เก็ต...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...ไม่มีการวางแผน แต่จะแยกของเก็บแห้ง กับของแช่แข็งในแต่ละโกดัง ของที่แช่เย็นแห้งก็มีอีก...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีที่จัดเก็บต่างหาก ห่างจากร้านประมาณ 200 เมตรแยกระหว่างของแห้งและของแช่เย็นให้เป็นระบบ โดยที่ต้องสอนให้พวกพนักงานที่ทำหน้าที่ในการจัดเก็บทราบสอนพนักงานให้รู้ระเบียบว่าของแต่ละอย่างต้องมีการวางอย่างไร ต้องเก็บเอาไว้ส่วนไหน อันนี้ของเย็น หรืออันนี้ของแห้ง เป็นต้น ของอันไหนที่ต้องใช้ก่อนก็จะวางไว้ก่อนเพื่อสะดวกในการหยิบจับ...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...จะมีสต็อกสำหรับสต็อกของเอาไว้ เพื่อเวลาลูกค้าเข้ามาเยอะ และเราจะไม่ซื้อของช่วงบ่าย เพราะการขายสินค้าที่ในช่วงเช้ากับช่วงบ่ายราคาจะไม่เท่ากัน ราคาช่วงบ่ายจะแพงกว่า ก็เลยต้องซื้อเก็บเอาไว้ แม้ว่าต้องไปซื้อเล็กๆ น้อยๆ ราคาก็ยังสูงกว่า

สาเหตุที่เขาขึ้นราคาในช่วงปลายก็จะมีอาการอ้างว่าหาของไม่ได้ ถ้าหากเราจำเป็นต้องใช้ เราก็คงต้องเอา....”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...จะมี Center ซึ่งจะมีหน้าที่ในการซื้อของมาเก็บไว้ เมื่อทางเราขาดของเราก็ไปเบิกหรือไปซื้อจาก Center ในส่วนนี้ ก็ทำหน้าที่คล้ายตลาด แต่เราซื้อของมาสต็อกไว้ Center ตรงนี้คือดูแลทั้ง 3 ร้าน....”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในส่วนของสินค้าที่อยู่ในสต็อกส่วนมากก็เช็คทุกวัน และตลอด มีคนอยู่ในสต็อก 3 คนที่คอยตรวจสอบ การอบรมพนักงานจะคอยสอนให้ทราบในแต่ละขั้นตอนว่าต้องทำอะไรบ้าง เช่น อันดับแรกดูของ รองลงมาดูวันหมดอายุ ส่วนเรื่องต่อมาคือดูแลเรื่องความสะอาด เป็นต้น และตัวสินค้าที่มีอยู่ในสต็อกก็สามารถนำออกมาใช้ได้เลย....”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายอนุเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...คลังสินค้าเรามี 2 ที่ ที่หนึ่งอยู่ใกล้กับร้าน อีกที่หนึ่งอยู่ใกล้กับสนามบิน แต่โดยปกติแล้วเราก็ค่อนข้างมั่นใจว่า Suppliers จะดูแลสินค้าคงคลังที่จะส่งสินค้าให้กับพวกเราตามความต้องการอยู่แล้ว สินค้าที่เป็นลักษณะของสินค้าที่ต้องแช่เย็น มีห้องเย็นที่สามารถเก็บไว้ได้ ส่วนสินค้าที่เป็นลักษณะไม่ใช่ของสดที่ไม่ต้องแช่เย็นนั้นจะเก็บไว้ในคลังสินค้าอีกที่หนึ่ง...”

คุณโต พ่อครัวประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จัดเก็บไว้ในตู้เย็น มีตู้สำหรับตู้เย็น ตู้ฟิช และเครื่องบดต่างๆ...”

(3) ประเทศไทย

- อยุธยาประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการจดจำวันที่สินค้าที่คงคลังในโกดังว่าสินค้าในโกดังเหลืออยู่มากน้อยเพียงใด...”

คุณเกษณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การบริหารสินค้าคงคลังไม่มีหมดอายุเนื่องจากมีการตรวจสอบสินค้าและมีการตรวจสอบวันหมดอายุตลอดเวลา...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การบริหารคลังสินค้าจะมีการตรวจสินค้าทุกวัน เพื่อให้ไม่ให้สินค้าในคลังสินค้ามีเหลือเยอะมากเกินไป...”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สินค้าที่ส่งเข้ามาจะเข้ามาและขายไปไม่ให้มีสินค้าค้างไว้ในโกดัง....”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบร้านขายของชำร้านเจ๊แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “....ใช้โกดังเป็นแหล่งเคลื่อนย้ายสินค้าสำหรับขายให้กับลูกค้า....”

- หongคay

ส่วนคุณยุพา มานัสพิทอรรม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การวางสินค้าภายในโรงงาน จะมีพนักงานของบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้ามาช่วยในการจัดวางให้....”

และยังมีผู้ประกอบการร้านวันดี สโตรได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...พนักงานของร้านจะมาตรวจสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าทุก 15 – 30 วัน เพื่อตรวจสอบจำนวนสินค้าที่คงเหลือในคลังสินค้า นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อป้องกันสินค้าหายและได้รับความเสียหาย....”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่แข่งฮวด ที่กล่าวว่า “...ร้านจะนำหลักการซื้อมาก่อนขายก่อน ซื้อมาที่หลังขายทีหลัง (FIFO) โดยพนักงานของร้านจะช่วยดูแลสินค้า....”

- กรุงเทพมหานคร ๗

ดร. วีระชัย พิพิชศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...จะมีการรวบรวมสินค้าไว้ที่คลังสินค้าของกิจการในการจัดเก็บ ถ้าส่งออกจะส่งไปยังท่าเรือเพื่อขนส่งขึ้นเรือ จะไม่มีสินค้าค้างอยู่นาน นอกจากสินค้าบางตัวยังไม่มียุคค้ามาซื้อ ก็อาจจะมีการลดราคาขายให้กับลูกค้า น้ำตาลสามารถเก็บได้เป็นระยะเวลา 5 ปี เป็นอย่างน้อย จะไม่ละลายถ้าอุณหภูมิไม่เกิน 50 องศาเซลเซียส เก็บในสถานที่ GMP สถานที่เหมาะสม ไม่สกปรก....”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำตาลไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การจัดเก็บสินค้าภายในโรงงานอยู่ในรูปแบบพาเรล (Parel) โดยซ้อนสินค้าไม่เกินจำนวน 5 ชั้น และมีพลาสติกหุ้มป้องกันสินค้าสกปรก....”

2.6.5 ด้านบรรจุภัณฑ์

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองเวียงจันทร์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทำมาดี สำหรับสินค้าส่งออกนอกประเทศ สินค้ามีการเรียงทับกันทำให้สินค้ามีความเสียหาย การยกขึ้นลงสินค้าจะใช้แรงงานคนเนื่องจากพื้นที่มีขนาดที่จำกัดไม่สามารถใช้รถยกได้ ถ้าซื้อราคาโรงงาน โรงงานจะเป็นผู้รับผิดชอบสินค้าให้ ถ้า

สินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง การขนส่งไม่ได้ขนส่งโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ ถ้าการขนส่งแบบ C.I.F สินค้าจะมีการเคลมกับบริษัท ส่วนใหญ่โรงงานอยากให้ออแบบ C.I.F.”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันคุณเอกชัย ชัยวงศาได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทร์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...มีการบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างดี ในการขนส่งจะผ่านตู้คอนเทนเนอร์...”

ส่วน ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในช่วงฤดูฝนจะมีปัญหาน้ำฝนที่ตกลงมาจะทำให้กล่องที่บรรจุสินค้ามาขาด สินค้าจะมีการเปียกน้ำและมีการยุบ เช่น บะหมี่สำเร็จรูปแตก...”

คุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านป่าน้อย ที่กล่าวว่า “...กล่องบางกล่องมีขนาดใหญ่ทำให้ไม่สะดวกต่อการขนย้าย ถ้ามุกกล่องสินค้าบุบหรือเสียหาย ส่งคืนให้กับบริษัทเป็นผู้จำหน่าย...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์ที่นำสินค้ามาส่งมีขนาดพอดีไม่ใหญ่มากนัก...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...ในเรื่องของบรรจุภัณฑ์หรือป้ายฉลาก ของที่ผลิตควรมีวันผลิตให้ชัดเจน ถ้าสั่งตามลูกค้าของเขาไม่มีความเสียหายอะไรเกิดขึ้นเท่าไร...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...บรรจุภัณฑ์ประเภทน้ำปลา น้ำมันถั่วเหลือง นม ส่วนมากจะตกแตกตอนขนส่ง...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ให้มีติดฉลากการกำหนดวัน เดือน ปี ที่หมดอายุให้ชัดเจน...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...การแตกของภาชนะที่บรรจุไม่ค่อยเจอเท่าไร แต่ส่วนมากจะเป็นเครื่องตีมกระป๋อง เช่น มีรอยบุบ ตรงนี้เขาจะไม่รับเปลี่ยน แต่ก็ไม่ค่อยเจอเท่าไร ในส่วนของฉลากสินค้าเป็นภาษาเขมร จะทำให้ตัวยอดขายที่นำเข้ามาจากไทยคิดว่าไม่มีผล เพราะว่าเขายึดติดที่ตัวสินค้าไม่ได้ยึดติดที่แบรนด์หรือยี่ห้อ...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...จะมีที่รองรับการกระแทก และคอยระมัดระวังให้ทางเรา หรือไม่ก็ใส่มาเป็นลัง...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายอนซูเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “... Packing ก็ไม่มีปัญหาอะไร ความเสียหายก็ค่อนข้างน้อย บรรจุกฎณ์ที่สมัยนี้ดีกว่าสมัยก่อนค่อนข้างมาก ได้รับปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพขึ้นมากกว่าสมัยก่อน...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชา ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...โดยเฉพาะเรื่อง packaging อยากให้มีภาษาพื้นเมืองด้วย เพราะโดยปกติแล้ว packing นี้ควรจะทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่สามารถเข้าใจในการใช้โดยควรมีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และก็ภาษาเขมรไปด้วยกัน...”

ผู้จัดการร้านอาหาร แชนพ นาเวนต์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “... คำแนะนำที่อยู่ข้างกล่องนั้นส่วนมากจะเป็นภาษาไทย บางครั้งเราก็เจอปัญหาเหมือนกัน เราก็กถามกับพนักงานขายให้อธิบายว่าสินค้าประเภทนี้มีส่วนประกอบอะไรและใช้ทำอะไรบ้าง เพราะปกติแล้วคนพื้นเมืองของกัมพูชาบางคนไม่เข้าใจภาษาไทยก็มีเหมือนกัน และบางคนก็ไม่เข้าใจภาษาอังกฤษเหมือนกัน โดยเฉพาะพ่อครัว เช่น เครื่องแกง พริกแกง ที่ส่งมาจากไทย บางครั้งเราอ่านฉลากข้างกล่องซึ่งเป็นภาษาไทยไม่เข้าใจก็ถามพนักงานขายว่า ปกติต้องใช้ในปริมาณเท่าไร พวกเขาก็จะอธิบายให้เราฟังถึงส่วนประกอบ หรือองค์ประกอบ และปริมาณที่ใช้ได้ ดังนั้นจึงแนะนำว่าสินค้าไทยควรมีคำแนะนำที่เป็นภาษาพื้นเมือง เพื่ออธิบายว่าสินค้านี้ใช้เพื่ออะไร มีองค์ประกอบอย่างไร และใช้อย่างไร...”

คุณบุษกร โภธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Inthanon Restuarant ที่กล่าวว่า “...ส่วนมากจะมีของเสียหายเยอะ ส่วนใหญ่จะเป็นอาหารกระป๋องจะมีการบวม ก็จะมีการโยนทิ้งไปเลย ตอนนี้ได้มีการตรวจสอบอย่างเข้มงวดในส่วนของรัฐบาล และเขาก็ขอร้องให้มีการใส่แพคเกจที่แข็งแรงและดี มันเสียกับการที่ว่าของที่ส่งมาเดินทางไกล แพคเกจไม่ค่อยดีก็จะทำให้เกิดความเสียหายเพิ่มขึ้น...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ฉลากที่แสดงการหมดอายุ คนไทยชอบใช้เป็น พ.ศ. แต่เขมรชอบใช้เป็น ค.ศ. ก็อยากให้บอกเป็น ค.ศ. สำหรับวันผลิตหรือวันหมดอายุ...”

(3) ประเทศไทย

- อยุธยาประเทศ

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การบรรจุภัณฑ์สินค้ามีความเหมาะสมทำให้สินค้าในการจัดส่งทำให้ไม่มีสินค้าเสียหาย...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สินค้าที่มาส่งที่ร้านมีการบรรจุภัณฑ์ที่ดี ถ้าสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์มีความเสียหาย สามารถเปลี่ยนคืนได้ทันที...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบร้านขายของชำร้านเจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ความเสียหายจากบรรจุภัณฑ์จะไม่ค่อยมีเพราะบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับการเคลื่อนไหว...”

- **หนองคาย**

นอกจากนี้คุณตุ้ม ควันทิ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...บรรจุภัณฑ์ถ้าเสียหาย สามารถที่เปลี่ยนได้...”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่เซ่งฮวด ที่กล่าวว่า “...ผู้ขายสินค้าจะดูแลสินค้าของตนเองถ้าพบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชำรุดหรือแตก จะมีการเปลี่ยนให้...”

- **กรุงเทพมหานคร ฯ**

ดร. วีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...บรรจุภัณฑ์ ขนาด 50 kg เป็นมาตรฐานที่ใช้กันทั่วโลก และอีกรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีขนาด 1000 kg หรือ 1 ตัน จะใช้ big back ข้อดีคือ ในประเภทอุตสาหกรรมที่เจริญแล้วจะไม่ใช้แรงงานคนแต่จะใช้รถ flock lift มากแล้วเปิดถุงสามารถใช้ได้เลย...”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุทธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...บริษัทมีนโยบายการตรวจสอบสินค้าก่อนการจัดส่งให้กับลูกค้าว่าการบรรจุภัณฑ์เรียบร้อยดีหรือไม่ ทำให้บริษัทมีความมั่นใจในเรื่องบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมในการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และการใช้งานของผู้บริโภคอยู่แล้ว บริษัทจะพิมพ์ป้ายฉลากบนบรรจุภัณฑ์เพียง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อป้องกันการปลอมแปลงสินค้า ถ้าตลาดไหนสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากก็จะใช้การพิมพ์สติ๊กเกอร์ด้วยภาษาของประเทศนั้นไว้บนฉลากด้วย เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...บรรจุภัณฑ์จะคำนึงถึงความหนาของบรรจุภัณฑ์ ในทุก ๆ ส่วน ไม่ว่าจะเป็ขวด จุกหรือกล่อง...”

2.6.6 ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้า

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- **วังเวียง**

นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ส่งของทางรถกระบะ และใช้รถเข็นเข้ามาภายในร้าน...”

สำหรับคุณณณิง ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านนางทองจะให้พนักงานมาส่งในร้านโดยใช้รถกระบะ...”

อีกทั้งยังมีคุณกิงแก้ว ยี่รุ่นสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าจะใช้รถเข็นเพราะสะดวกและรวดเร็ว...”

- **เมืองเวียงจันทร์**

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...จะขนส่งผ่านรถยนต์ การขนส่งระยะทางไม่เกิน 20 กิโลเมตร โดยมีรถยนต์ 18 คนไว้รองรับลูกค้า และรถการขนส่งเป็นของบริษัทและยังมี sale ประจำตลาด เพื่อบริการสั่งซื้อจากลูกค้า สามารถทำการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นเช้า-เย็น...”

ส่วน ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ปัจจุบันใช้คนในการเคลื่อนย้ายสินค้า ยังไม่มีรถยกเนื่องจากพื้นที่มีจำกัดการจัดเรียงสินค้าไม่เรียงในระดับที่สูง...”

ส่วน ร้านค้ามลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้า ใช้แรงงานคน เนื่องจากร้านไม่ได้เป็นร้านค้าขนาดใหญ่...”

และยังมี ร้านนางตุ่น ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในโกดังจะใช้แรงงานคนในการขนย้าย...”

อีกทั้งคุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะไปในทิศทางเดียวกันคือ จากการสัมภาษณ์ ณ ร้านป้าน้อย ที่กล่าวว่า “...เครื่องมือในการขนส่งย้าย ส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคน...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าจะใช้แรงงานคน...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...พนักงานของบริษัทที่จำหน่ายสินค้าจะขนส่งสินค้ามาถึงในร้าน โดยใช้แรงงานคนยกสินค้า ถือได้ว่าพนักงานในการจัดส่งทำหน้าที่ได้ดี...”

- **หลวงพระบาง**

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะใช้แรงงานคนในการขนย้ายสินค้า และใช้รถเข็น เนื่องจากร้านเป็นร้านเล็ก จึงไม่นำเครื่องจักรมาใช้ในร้าน...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันร้านนางทวย เพียงได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้แรงงานคน และรถเข็นเข้ามาช่วยในการเคลื่อนย้ายสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนางนุ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะใช้แรงงานคนในการเคลื่อนย้ายสินค้าและจะมีรถเข็น...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับร้านคุณอมร อุดรศรที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะใช้แรงงานคนและรถเข็นมีการเคลื่อนย้ายสินค้า...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายออนไลน์ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...สินค้าประเภทแห้งที่ไม่ต้องแช่เย็นไม่ค่อยมีปัญหาอะไรในการขนย้ายอยู่แล้ว โดยปกติสามารถที่จะขนย้ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับอาหารแช่แข็งหรืออาหารสด เราก็จะมีโคล์รูมที่สามารถเก็บสินค้าได้อย่างปลอดภัยและไม่เสีย ...”

ผู้จัดการร้านอาหาร แชนพ นาเวนท์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “... การบริการจัดส่งให้กับทางร้านโดยปกติแล้ว Lucky ไม่มี แต่บางครั้งที่เราไปซื้อที่บายอนก็มี

บริการส่งมาให้เราเหมือนกัน ส่วนการส่งเสริมการขายร้าน Lucky มีใบส่งเสริมการขายแจกให้ลูกค้าที่มาซื้อของ...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณบุษกร โพธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Inthanon Restuarant ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

คุณโต พ่อครัวประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้แรงงานคนในการย้ายสินค้า...”

(3) ประเทศไทย

- อรัญประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้รถเข็นในการเคลื่อนย้ายสินค้า...”

คุณเกษณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “.....ในการเคลื่อนย้ายสินค้าจะใช้รถเข็นและใช้แรงงานคนที่มีอยู่ภายในร้าน...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...ในการเคลื่อนย้ายสินค้าจะใช้แรงงานคนในการเคลื่อนย้ายสินค้าและใช้รถเข็นเป็นอุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายสินค้า...”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าใช้แรงงานคนและรถเข็นในการเคลื่อนย้าย...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าใช้แรงงานคนภายในร้าน...”

คุณรัชณี งามวิไลพรรณ ผู้ประกอบการร้านค้าของชำร้านป้ามาเม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในร้านใช้แรงงานพนักงานภายในร้าน...”

- หหนองคาย

คุณโพธิ์ชัย อาณชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน 2 แม่ลูก ที่กล่าวว่า “...ร้านจะต้องยกสินค้าขึ้นไปจัดเอง...”

นอกจากนี้คุณตุ้ม ควันทิ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในร้านและขนส่งไปให้กับลูกค้าจะใช้รถเข็น...”

สอดคล้องกับผู้ประกอบการร้านวันดี สโตร์ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าจะให้พนักงานทำหน้าที่ในการขนส่งสินค้าโดยใช้รถเข็น เป็นพาหนะส่งสินค้า...”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่เซ่งฮวด ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในร้านจะใช้แรงงานคนใช้รถเข็นติดล้อลาก...”

- กรุงเทพมหานคร ฯ

ดร. วีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในจะมีเครื่องจักรเข้ามาใช้ในโรงงาน...”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุขธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในจะมีเครื่องจักรเข้ามาใช้ในโรงงาน...”

2.6.7 ด้านการขนส่ง

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ผู้ประกอบการร้านนางลี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะใช้รถ 2 แถวและรถกระบะ ในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า...”

ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้รถตู้และรถคอนเทนเนอร์ในการเคลื่อนย้ายสินค้า...”

และยังมี นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะใช้รถเข็นในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่...”

นอกจากนี้คุณเกสร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในการขนส่งสินค้าผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจะใช้ รถใหญ่ เช่น รถ 10 ล้อ ขนส่งสินค้ามาให้...”

ยังมีผู้ประกอบการร้านนางบุญใหม่ขายของชำร้านที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะมีรถบรรทุกสิบล้อ ในการการขนส่งสินค้า โดยการขนส่งสินค้าจะใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 วัน...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้รถกระบะในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า ...”

นอกจากนี้คุณลี แพงการุณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนางสาส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าใช้รถสองแถวและรถกระบะในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า...”

นอกจากนี้คุณนก พวงมณีวรรณ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... ผู้จำหน่ายสินค้าจะใช้รถบรรทุกในการส่งสินค้า ส่วนการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าถ้าลูกค้าซื้อสินค้าเยอะจะมีรถกระบะให้บริการลูกค้า...”

- เมืองเวียงจันทร์

คุณเอกชัย ชัยวงศา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทร์ เกษตรการค้า ที่กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าที่มาจากไทยที่ขนส่งจากท่าเรือคลองเตยสะดวกและรวดเร็วมาก...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าเป็นรถสิบล้อในการขนส่งสินค้า สามารถกำหนดวันส่งได้ การสั่งซื้อเยอะทำให้สินค้าวางทับกัน ส่งผลต่อสินค้าแตกและเสียหาย การขนส่งภายในประเทศมีรถวิ่งไปตามตารางการเดินทางและเส้นทางของร้านค้า การขนส่งโดยรถบรรทุก 3 ขนาด ทำเลที่ตั้งของร้านค้าอยู่ใจกลางของเส้นทางการขนส่ง มีสินค้า ตามที่ลูกค้าต้องการเป็นจำนวนมาก เช่น วัชเส้น ซอสมะเขือเทศ น้ำปลาและเกลือ...”

และยังมี ร้านนางตุน ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์กล่าวว่า “...สินค้าจากไทย เวลาการขนย้ายมีการบุง แตก การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าใช้ระยะเวลาไม่นาน ในกรณีผู้สั่งเป็นผู้สั่งรายเดียวจะคำนวณความคุ้มค่าในการขนส่ง...”

คุณคำสร้อย อินพิลาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านป้าน้อย ที่กล่าวว่า “...ใช้ระยะเวลาประมาณ 20 นาทีหลังจากที่มีการสั่งสินค้า แต่จะไม่เกิน 1 ชั่วโมง...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อเดินทางมาซื้อหน้าร้าน...”

- หลวงพระบาง

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... การขนส่งสินค้าจะส่งโดยใช้รถบรรทุกขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามีการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านเจริญผลได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ลูกค้าส่วนใหญ่จะเดินทางมาซื้อที่ร้านและนำกลับไปเอง...”

สำหรับผู้ประกอบการร้านขายของชำนางนุ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้รถกระบะในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า การจัดส่งให้ลูกค้าจะใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 วัน...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับร้านนางทุย เพื่อนได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้รถกระบะในการขนส่งสินค้าไปให้กับลูกค้า...”

ส่วนร้านคุณอมร อุดรศรีที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้รถกระบะบรรทุกสินค้าไปให้กับลูกค้า...”

สำหรับคุณเซน ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน แสงสวรรค์ ที่กล่าวว่า “...ร้านจะใช้รถฮุนได ในการขนส่งสินค้า...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...มีทั้งขนส่งโดยมอเตอร์ไซด์และรถยนต์ หากของเยอะก็ใส่รถยนต์ หากเกิดการเสียหายในกรณีที่เรাজัดส่งไปยังลูกค้ามีการเปลี่ยนสินค้าให้แต่คนขนส่งต้องรับผิดชอบซึ่งจ้างเขามาอีกต่อหนึ่ง หากสั่งจากเสียมเรียบก็จะได้เลย แต่หากจากประเทศไทย ต้องรอประมาณ 2-3 วัน...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...แล้วแต่การส่งสินค้าว่าเร็วหรือช้า เร็วสุดก็ประมาณ 1-2 วัน หากช้าที่สุดก็ประมาณ 1-10 วัน...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาที่มาส่งสินค้าส่วนใหญ่ก็ทันเวลาและตรงเวลา...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...ถ้าเราสั่งเข้าจำพวกของแห้งของก็จะมาถึงไม่เกิน 8 โมง แต่หากเป็นจำพวกผักเราจะสั่งช่วงกลางคืน ช่วงเช้าประมาณ 6 โมงถึง 7 โมงครึ่งของก็เริ่มเข้าแล้ว แต่ 9 โมงของสดก็จะส่งมาหมดแล้ว...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...ก็จะเป็นมอเตอร์ไซด์ หรือไม่ก็รถกระบะ...”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...รถที่ใช้ในการจัดย้ายของคือรถเมลล์ที่มีประตูปิด...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายออนไลน์ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...การขนส่งของเราเป็นแค่ระยะทางสั้นๆ ที่ใช้เวลาไม่มาก เพราะฉะนั้นจึงไม่ค่อยมีปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หรือความเสียหายในระหว่างการขนส่งเท่าไร ในกรณีที่ว่าเป็นสินค้าสดหรือสินค้าที่ต้องแช่โดยปกติแล้วถ้ามีการขนส่งไปยังจังหวัดใกล้เคียงหรือต่างจังหวัดเราก็จะมีสตาร์คอมหรือว่ากล่องโฟมที่บรรจุเอาไว้กันของเสียอยู่แล้ว ซึ่งบรรจุภัณฑ์นี้ง่ายต่อการขนส่งและการขนย้ายไป

หาลูกค้าอย่างมาก การส่งสินค้าไปยังลูกค้าไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม โดยเราจะให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายอย่างฟรี คือ ถ้าเราคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเราคิดว่าลูกค้าคงไม่มาซื้อที่เรา โดยปกติเราก็ส่งโดยรถยนต์อยู่แล้วและก็มีมอเตอร์ไซค์ด้วย โดยเราจะใช้รถของบริษัทของเราเองในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า ส่งสินค้าไปหาลูกค้าเราได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้เวลาประมาณ 10 – 15 นาทีเท่านั้นในการทำให้สินค้าไปถึงมือของลูกค้า เนื่องจากตัวเมืองเรามีระยะทางไม่ไกลกันเท่าไร...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...รถที่ใช้ในการขนส่งเป็นรถกระบะ...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...มีบริการการขนส่งที่ดี ก็ประมาณ 15-20 นาทีของก็มาถึงเรา...”

คุณบุษกร โพธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Inthanon Restuarant ที่กล่าวว่า “...รถที่ใช้ในการขนส่งเป็นรถกระบะ”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...รถที่ใช้ในการขนส่งเป็นรถกระบะ...”

(3) ประเทศไทย

- อรัญประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีรถกระบะมาส่งและมีลูกค้ามารับ...”

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าใช้รถ 6 ล้อ ในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า และลูกค้าจะมารับสินค้าเองจากร้าน...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...ในการขนส่งสินค้าใช้รถกระบะในการขนส่งสินค้าและจัดส่งให้กับลูกค้า....”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าจากบริษัทผู้จำหน่ายจะใช้รถกระบะมาส่งให้...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าใช้รถปิกอัพ...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การขนส่งใช้รถบรรทุกในการขนส่งให้กับลูกค้าและลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน...”

คุณรัชนี้ งามวิไลพรรณ ผู้ประกอบการร้านค้าของชำร้านป่ามาเม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...การขนส่งสินค้าโดยใช้รถบรรทุก...”

- **หนองคาย**

คุณอัครพล เจริญภานุพงศ์ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะมีรถขนส่งสินค้าไปส่งให้กับลูกค้า...”

คุณสุนีย์ ประเสริฐกิตติศรี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในกรณีที่สินค้าภายในร้านหมด โทรไปยังบริษัทที่เป็นผู้จำหน่าย บริษัทจะจัดส่งให้ร้านภายในระยะเวลา ครึ่งวัน...”

นอกจากนี้คุณต๋ม ควันทิ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าใช้รถบรรทุกไว้เป็นรถส่งของทำให้สามารถส่งของสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว...”

สำหรับผู้ประกอบการร้านแฉงแหมมเนื่องที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สำหรับกิจการจะมีการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยการส่งผ่านรถทัวร์และรถไฟ...”

- **กรุงเทพมหานคร ฯ**

ดร. วีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...มีการจัดตั้งสถานีขนถ่ายในการเคลื่อนย้ายสินค้า มีทุกจังหวัด โดยการบรรทุกวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน การขนส่งถ้าเส้นทางเป็น back call ข้อได้เปรียบของภาคอีสานสินค้าที่ไปจากภาคตะวันออกกับภาคกลางไปมากกว่าสินค้าขากลับ รถทุกคันที่กลับมาจากภาคอีสาน จะเป็นรถ back call รถสินค้าที่เป็นบรรทุกปูนไปขายกลับมาจะเป็นรถเปล่าจะให้ทำความสะอาดและให้บรรทุกน้ำตาลไปส่งศรีราชาและอ่าวไทย พยายามที่จะจับคู่สินค้า พยายามหารถ back call การขนส่งสินค้าต่างประเทศขนส่งสินค้าไปให้ลูกค้าใช้ เรือในการขนส่ง ปริมาณ 20,000 ตัน ในส่วนประเทศใกล้เคียง จะใช้รถข้ามแดน จะมีการหาบริษัทขนส่งภายนอกมาเป็นผู้รับเหมาในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า เกษตรกร การส่งสินค้าไปยังลูกค้าเงื่อนไขจะเป็น FOB (Free on board)....”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุทธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...สำหรับลูกค้าต่างประเทศทางบริษัทจะใช้เรือในการจัดส่งสินค้าให้กับผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้า โดยใช้การจำหน่ายแบบการจัดส่งสินค้า โดยใช้เงื่อนไขของราคาค่าสินค้า ที่รวมค่าขนส่งจนถึงเรือ ส่วนค่าใช้จ่าย จากเรือไปยังปลายทางผู้จัดจำหน่ายเป็นคนออกค่าใช้จ่าย (Free on board: FOB) แต่ในบางครั้งสำหรับผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้าบางรายมีการสั่งซื้อสินค้าภายใต้เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าเมื่อ ผู้ขายได้เตรียมสินค้าไว้พร้อมสำหรับส่งมอบให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ของผู้ขายเอง โดยผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าไปยังคลังสินค้าของผู้ซื้อเอง (Ex-warehouse) สำหรับลูกค้าภายในประเทศ จะใช้รถบรรทุกในการขนส่งสินค้าไปให้กับลูกค้า...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำตาลไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการเลือกใช้รถขนส่งที่มีคุณภาพสภาพใหม่พร้อมใช้งาน โดยดูจากทะเบียนขนส่ง กำหนดเงื่อนไขที่เหมาะสมในการขนส่ง...”

2.6.8 ด้านการให้บริการลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ลูกค้าจะไปรับสินค้าด้วยตนเองที่หน้าร้านและมีบริการส่งสินค้าให้กับลูกค้า...”

ส่วน นางฟอรัม อินศิริ ร้านขายของในตลาดสด ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... ทางร้านมีการแถมสินค้าให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการแจกปฏิทินให้กับลูกค้า...”

สำหรับคุณเกสร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะมีการให้ลูกค้าจ่ายสด สำหรับลูกค้าที่ไม่มีเงินหรือนำเงินมาไม่พอจะให้จ่ายแบบเงินผ่อนกับทางร้าน...”

อีกทั้งยังมีคุณกิ่งแก้ว ยี่รุณสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านจะช่วยยกของให้กับลูกค้าและส่งของที่ลูกค้าซื้อไปถึงรถของลูกค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สำหรับลูกค้าที่โทรเข้ามาสั่งซื้อสินค้าที่ร้านจะจัดส่งให้ทันภายใน 1 วัน เช่นสั่งตอนเช้าตอนเย็นก็จะได้สินค้า...”

คุณแม่ตวล ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...โทรสั่งซื้อสินค้า และไปรับสินค้าด้วยตนเอง...”

- เมืองเวียงจันทน์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...การมีกระแสลมของรางวัล มีการแจกรางวัลใหญ่ สินค้าใหม่มีการจัดบูทโดยได้รับการสนับสนุนจาก Supplier...”

คุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทน์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...จำหน่ายสินค้าจะมีเพียงเจ้าเดียวในประเทศ ผู้จำหน่ายสินค้าจะไม่แข่งขันเรื่องของราคาสินค้า อย่าง ยูนิลีเวอร์ก็เป็นเจ้าจำหน่ายเพียงรายเดียวในหลวงพระบางจะมีเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจสอบสินค้าตลอด และในบางครั้งผู้จำหน่ายที่อยู่ในลาวก็จะเดินทางไปเยี่ยมชมสินค้าที่อยู่ในประเทศไทย บริษัทที่เป็นบริษัทใหญ่หรือบริษัทที่ผลิตจะมีการแก้ไขเรื่อง

ราคาสินค้าให้ โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน และจะไม่มีการแข่งขันเรื่องลดราคาสินค้า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง package จะมีการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความสับสนกับสินค้า....”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ตามนโยบายของบริษัททำให้ขายสินค้าได้เพียงยี่ห้อเดียวเท่านั้น แต่เมื่อสินค้าได้รับปัญหาหรือยอดขายไม่ดีขึ้น จะได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่มี Supplier มาทำการตลาดให้ เช่น มีราชาซูรสมาคมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย มี Promotion ในการส่งสินค้าตาม Promotion ในแต่ละเดือน สำหรับลูกค้าของบริษัทจะมีการสร้างความน่าเชื่อถือ บริการหลังการขายที่ดีและมีมานาน...”

และยังมี ร้านนางต๋น วัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะได้รับการสนับสนุนและการบริการที่ดีจากบริษัทขนาดใหญ่ โดยมี การเสนอ promotion มาช่วยในการส่งเสริมการขาย....”

- หลวงพระบาง

ผู้ประกอบการร้านแสงอรุณ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554 ที่กล่าวว่า “...กิจการมีการขายแบบเครดิตให้กับลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าและสินค้าภายในร้านมีให้ลูกค้าเลือกเป็นจำนวนมาก....”

ส่วนผู้ประกอบการร้านเจริญผลได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีการขายสดและขายเชื่อให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน โดยให้สินเชื่อ 80%....”

สอดคล้องกับผู้ประกอบการร้านขายของชำนาญ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะมีการขายสินค้าแบบให้เครดิตกับลูกค้าที่มาซื้อสินค้า....”

ส่วนร้านคุณอมร อุดรศรีที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าจะมีการขายสินค้าทั้งแบบขายสดและขายเชื่อให้กับลูกค้า....”

คุณเซน ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน แสงสวรรค์ ที่กล่าวว่า “...การบริการลูกค้าในเรื่องของการส่งมอบสินค้าให้รวดเร็ว ในกรณีที่ลูกค้าสั่งสินค้าวันนี้ พรุ่งนี้ลูกค้าก็จะได้รับสินค้า....”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- เสียมเรียบ

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...แล้วแต่บางช่วง อาจจะมีการซื้อ 1 แกรม 1 แล้วแต่ผู้ผลิต แต่ก็มีการแถมมาเรื่อยๆ....”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาสั่งจะมีเอกสารให้เราดูเป็นลิสต์รายการ เวลาเขามาติดต่อกับทางเราก็จะมีกระดาษมา และมีรายการพร้อมราคากำกับมาด้วย...”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านอาหารของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่สั่งซื้อไม่มีแคตตาล็อก มีแต่ตัวแทนจำหน่ายลงมาโดยตรง...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายอนุชุปเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...การส่งเสริมการขายหรือการส่งเสริมการตลาดโดยปกติแล้วจะมีในรูปแบบของการลดราคา เช่น เวลาสั่งสินค้าในปริมาณมาก อาจจะมีการลดราคา 5% และในสินค้าบางประเภทซื้อ 10 ชิ้น แถม 1 ชิ้น...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ก็มีบางครั้งเอาไปลงหนังสือ ทางนั้นก็จะทำส่วนลดในการลดราคาให้ โดยการตัดคูปองในหน้าหนังสือมา...”

คุณโต พ่อครัวประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะมีบัตรลดเปอร์เซ็นต์ ในช่วงเทศกาลก็ไม่มีลดราคา...”

ส่วน คุณชู พรมิษาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...ก็ให้บริการดี เพราะส่วนมากเราก็จะเดินบริการตัวเอง หยิบของด้วยตัวเองเหมือนซูเปอร์มาร์เก็ตไทย หากตรงไหนขาดก็ถามพนักงาน...”

คุณบุษกร โพธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหาร Restuarant ที่กล่าวว่า “...การสนับสนุนให้กับลูกค้าก็มี อย่างเช่นที่วีเคยมาทำรายการ เขามาขอสัมภาษณ์เรา และเอาอาหารของเราไปออกทีวี เราก็ไม่ต้องเสียเงิน เขาก็เอาไปโฆษณาให้เรา ส่วนมากจะเป็นปากต่อปากจะดีกว่า เพราะส่วนใหญ่คนไทยที่เข้ามาพักที่นี่ก็จะรู้จักกันจากคนไทยด้วยกัน ถ้าหากเป็นส่วนลด ก็จะให้แขกประจำ หากคนรู้จักกันก็จะลดให้เลย...”

(3) ประเทศไทย

- อัญประเทศ

ผู้ประกอบการร้านอาหารของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีของให้เลือกเยอะ การบริการแบบมีน้ำใจ...”

ผู้ประกอบการร้านอาหารของชำร้านเจริญไตร ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การให้บริการลูกค้าโดยใช้ความเป็นกันเองในการบริการลูกค้า...”

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “....การบริการลูกค้าโดยการยกสินค้าให้กับลูกค้าและหยิบสินค้าให้กับลูกค้าในการที่ลูกค้าหยิบสินค้าไม่ถึง...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การบริการขายสินค้าภายในร้านให้ลูกค้าเลือกสินค้าด้วยตนเองและเลือกสินค้าเองได้เลย....”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การบริการของร้านค้าจะเอาจักรยานไปส่งสินค้าให้กับลูกค้า...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านแจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ลูกค้าสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าได้เอง....”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “....การบริการให้กับลูกค้าโดยการให้ลูกค้าโดยการขายเชื่อ....”

คุณรัชนี งามวิไลพรรณ ผู้ประกอบการร้านค้าของชำร้านป่ามาเม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “....มีการบริการขายเชื่อให้กับลูกค้า....”

- **หนองคาย**

คุณสายัญ ทวีกิจถาวร ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน สายัญ ที่กล่าวว่า “.....ในกรณีที่ลูกค้าหาสินค้าไม่เจอ จะช่วยในการหาสินค้าให้ลูกค้า หรือถ้าสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่สุดจะช่วยลูกค้าในการหยิบสินค้า....”

คุณโพธิ์ชัย อาณชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน 2 แม่ลูก ที่กล่าวว่า “...ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้ากับทางร้านจะจ่ายเงินสดให้ทางร้าน....”

คุณสุนีย์ ประเสริฐกิตติศรี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ที่ร้านมีการช่วยลูกค้าในการยกสินค้าและหาสินค้าให้กับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าหาสินค้าที่ตนเองต้องการไม่เจอ....”

- **กรุงเทพมหานคร ฯ**

ดร. วีระชัย พิพิชศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “....มีการส่งเสริมชาวไร่ในการปลูกอ้อยให้ชาวไร่ที่อยู่ในพื้นที่โรงงานในระยะทาง 30 km ปลูกอ้อย มีการทำ R&D มีการคัดเลือกสายพันธุ์ และจัดส่งปุ๋ยให้กับชาวไร่ เพื่อให้ชาวไร่ที่เป็นเจ้าของวัตถุดิบได้ประโยชน์สูงสุด ให้ชาวไร่ขายสินค้าในราคาที่ไม่ต่ำกว่าที่เป็นนี้ไว้ มีการจัดคิวในการให้โควตาขนส่งสินค้าเข้าโรงงาน สินค้าประเภทอ้อยถ้าตัดไว้นานจะเสียรสชาติ จะมีระบบ CCF (Customer Complain fore) เพื่อรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า เช่น ถูขาด ของไม่ครบ จะมีการปฏิบัติ (Action) ภายในกี่วัน สิ่งที่สำคัญให้ลูกค้ามั่นใจในเรื่องของความผดภัยของสินค้าและพึงพอใจในเรื่องของการบริการ ทุกเดือนจะมีการ review ตลอด ว่าการร้องเรียนของลูกค้าจะไม่เกิดขึ้น....”

คุณวรินทร์ บวรสันติสุขธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...บริษัทมีการจัดการโฆษณา (Promotion) ร่วมกับผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้า เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในต่างประเทศ สินค้าของทางบริษัทโดนคู่แข่งชั้นเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด (market share)...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... ในส่วนบริการให้ลูกค้า ข้อ 1. ทำการส่งสินค้าให้กับลูกค้าล่วงหน้า 1 ชั่วโมงหรือ 1 วัน ข้อที่ 2. กรณีที่รถขนส่งของบริษัทมีปัญหาจะดำเนินการจ้างบริษัทขนส่งจากภายนอก...”

2.6.9 ด้านการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ผู้ประกอบการร้านนางลี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กิจการจะใช้โทรศัพท์และเครื่องโทรสารในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและร้านค้าที่จัดส่งสินค้าให้กับกิจการ...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าใช้โทรศัพท์ในการติดต่อลูกค้า”

สอดคล้องกับ คุณมณีวง ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าใช้โทรศัพท์ในการติดต่อลูกค้า...”

นอกจากนี้คุณเกษร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จะใช้โทรศัพท์ในการโทรสั่งสินค้า และจะมีพนักงานขายสินค้ามาจากเวียงจันทร์มาส่งสินค้า...”

อีกทั้งยังมีคุณกิ่งแก้ว ยี่รุ่นสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์เป็นหลักในการโทรสั่งซื้อสินค้า...”

ยังมีผู้ประกอบการร้านนางบุญใหม่ขายของชำร้านที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการสั่งซื้อสินค้าเป็นหลัก...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อเป็นหลัก...”

คุณแม่ตวล ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อ...”

- **เมืองเวียงจันทน์**

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...ส่ง e-mail แต่ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เป็นหลักในการติดต่อ เนื่องจากบางครั้งลูกค้าไม่มีการ check mail และยังมีการสั่งซื้อสินค้าผ่าน Fax และจะมีการติดต่อลูกค้าโดยให้ sale ลงพื้นที่...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับคุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทน์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...จะใช้โทรศัพท์/โทรสาร/e - mail (สำหรับลูกค้ารายใหญ่เท่านั้น) จะมี supervisor คอยจัดเก็บข้อมูลสินค้า และมี supplier จากประเทศไทยมาลงพื้นที่อีกด้วย...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...มีกลุ่มลูกค้าที่จัดส่งให้เป็นประจำ การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ การจัดส่งภายใน 1 วันทำการ สามารถที่จะสั่งได้โดยตรง และมีการรับรายงานสินค้าผ่านทาง Fax...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับ ร้านคำมลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ลูกค้าที่ต้องการสินค้าจะมาซื้อหน้าร้านหรือจะโทรมาสั่งสินค้า...”

และยังมี ร้านนางตุ่น ไพลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ (Telephone) ในการติดต่อสื่อสาร และ จดมีการจดยรายการสินค้า (order) จากลูกค้า...”

- **เมืองหลวงพระบาง**

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนางนุ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อลูกค้าและสั่งซื้อสินค้า...”

คุณชนน ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ร้าน แสงสวรรค์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อลูกค้าและติดต่อร้านค้าที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้า...”

(2) **ราชอาณาจักรกัมพูชา**

- **เสียมเรียบ**

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...ติดต่อผ่านทางอีเมลล์และแฟกซ์...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์อย่างเดียว...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ก็ใช้วิธีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...ถ้าหากเป็นการสั่งของสดก็จะเป็นโทรศัพท์ ส่วนของแห้งจะใช้วิธีการส่งแพคเกจเข้าไป...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...ทางโทรศัพท์และทางแพคเกจ การส่งของก็โอเค ไม่ค่อยมีปัญหา...”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ก็จะใช้โทรศัพท์ แต่หากระหว่าง Center กับ Supplier จะใช้โทรอย่างเดียวเหมือนกัน...”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาสั่งซื้อติดต่อใช้โทรศัพท์อย่างเดียว...”

- พนมเปญ

ผู้ประกอบการขายออนไลน์ซูเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...โดยปกติแล้วจะส่งสินค้าทางโทรศัพท์หรือเขามาด้วยตนเองมาที่ร้านขายของ ก็มีใช้บ้างผ่านทางอีเมลก็สะดวกดี โดยเฉพาะลูกค้าที่มาจากจังหวัดอื่นๆ หรือจังหวัดใกล้เคียงมักจะใช้อีเมลในการสื่อสาร ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาหรืออะไรต่างๆ นี้ ผมจะติดต่อเขาไปทางอีเมล แต่ถ้าเกิดมีสินค้าใหม่ๆ ที่เราต้องการที่จะโปรโมทเราก็มักจะส่งตัวอย่างสินค้าไปให้เขา...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชา ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...โดยปกติจะสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้การสั่งซื้อทางโทรศัพท์...”

คุณบุษกร โภธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Inthanon Restuarant ที่กล่าวว่า “...ใช้การสั่งซื้อทางโทรศัพท์...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ส่วนมากจะใช้การสั่งซื้อทางโทรศัพท์...”

คุณโต พอครัมย์ประจำร้านอาหารแม่ไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...หากวัตถุดิบที่นำมาใช้ไม่เพียงพอทางร้านก็จะโทรสั่งมาเพิ่ม ใช้การโทรเร็วที่สุดแล้ว...”

(3) ประเทศไทย

- อัญประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพุนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการจัดส่ง และมีพนักงานขายมารับรายการสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ติดต่อทางโทรศัพท์...”

คุณเกษิณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “....ใช้โทรศัพท์ในการสั่งสินค้า...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...การติดต่อสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์และจะมีพนักงานขายของบริษัทเข้ามาที่ร้านเดือนละครั้ง....”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...ติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ โดยส่งของไปยังบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายอยู่ที่กรุงเทพฯ...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจ้แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อจากผู้จัดส่ง....”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ติดต่อผ่านทางโทรศัพท์....”

คุณรัชนี้ งามวิไลพรรณ ผู้ประกอบการร้านค้าของชำร้านป่ามาเม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “....มีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์....”

- *หนองคาย*

คุณโพธิ์ชัย อาณันชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน 2 แม่ลูก ที่กล่าวว่า “...ในกรณีที่สินค้าที่บริษัทจำหน่ายชำรุดหรือเสียหาย จะมีพนักงานขายมาเปลี่ยนสินค้าให้กับทางร้าน....”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตนา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่แข่งฮวด ที่กล่าวว่า “.... ใช้คอมพิวเตอร์โดยใช้ระบบอีเมล (e-mail) ในการติดต่อลูกค้าและติดต่อผู้ผลิตสินค้า....”

สำหรับผู้ประกอบการร้านแดงแหมมเนื่องที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ในการรับรายการสินค้าจะมีการเปิดเว็บไซต์ (www.) ให้ลูกค้าได้ดูสินค้าและมีการสั่งผ่านช่องทางดังกล่าวอีกทั้งกิจการยังเปิดรับการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์....”

- *กรุงเทพมหานคร ฯ*

ดร. วีระชัย พิพิทศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...จะใช้รูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B –to – B) ในการติดตามสินค้าของรถขนส่ง จะมีการติดตั้ง GPS เพื่อตรวจสอบรถที่ขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า ส่วนทางด้านการเงินจะใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (i-banking)....”

คุณรวินันท์ บวรสันติสุทธิ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...โดยปกติการติดต่อกับ

บริษัทผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้า จะใช้ E-mail ในการติดต่อสื่อสาร แต่ในบางครั้งก็จะมี การนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ ไม่ว่าจะเป็น msn, skype, facebook เพื่อให้การทำงานง่ายขึ้น....”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำตาลไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “.....ใช้ e-mail, ใช้ระบบการติดต่อรถโดยสารขนส่งด้วยระบบ GPS....”

2.6.10 ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ

(1) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- เมืองวังเวียง

ผู้ประกอบการร้านนางลี ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จากการขายสินค้าจะมีสินค้าที่เสียหายเป็นจำนวนน้อยมาก....”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ ร้านนางทองที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่มีการขายของเสียหรือหมดอายุ โดยสินค้าที่ทางร้านจำหน่ายจะมีการติดฉลากหมดอายุให้กับลูกค้าก่อนที่จะซื้อสินค้า....”

และยังมี นางฟอรัม อินศิริ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าไม่เคยมีปัญหาในเรื่องของสินค้าหมดอายุหรือหมดสภาพการใช้งาน....”

ส่วนคุณมณีวงศ์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ร้านค้าเคยมีปัญหาในเรื่องของสินค้าหมดอายุจะทำการส่งคืนให้กับร้านค้าที่เป็นผู้จำหน่าย ส่วนลูกค้าถ้าซื้อสินค้าแล้วพบว่าหมดอายุ ทางร้านก็รับคืนและเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้กับลูกค้า....”

นอกจากนี้คุณเกษร ผู้ประกอบการร้านค้า ETL ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “... จากการขายสินค้าไม่มีสินค้าที่หมดอายุหรือเสีย....”

อีกทั้งยังมีคุณกิ่งแก้ว ยี่รุ่นสะ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านขายสินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าไม่มีสินค้าที่หมดอายุหรือหมดสภาพการใช้งาน...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนายยอดที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่ขายในร้านไม่มีสินค้าที่หมดอายุ แต่ในกรณีที่สินค้าหมดอายุจะมีพนักงานของบริษัทที่จัดจำหน่ายสินค้าเข้ามาที่ร้านและจะมารับสินค้าคืน...”

คุณแม่ดวง ผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ทางร้านไม่มีการจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุ...”

นอกจากนี้คุณนก พวงมณีวรรณ ผู้ประกอบร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่ร้านจำหน่ายให้กับลูกค้าไม่มีสินค้าที่เสียหายและไม่เคยจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุ...”

- เมืองเวียงจันทร์

คุณอดิศักดิ์ อุปะถัมทิม ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทแหลมทองที่กล่าวว่า “...ในช่วงหน้าฝนสินค้ามีความเสียหายค่อนข้างเยอะเนื่องจากมาจากการขนส่งที่ไม่ดี สำหรับการขนส่งในบางครั้งจะใช้รถขนดิน- ปูนมาใช้ในการขนส่งสินค้าถ้าไม่มีการทำความสะอาดให้ดีสินค้าจะมีฝุ่นและสินค้าจะได้รับความเสียหาย Sub – Dist จะคอยดูแลและรายงานสินค้าทุกสิ้นเดือน มีการตรวจสอบสินค้าที่จะหมดอายุอยู่ตลอดเวลา การโยกสินค้าไปคลังสินค้าอื่น สินค้าจะเสียหายเพียงเล็กน้อย...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ คุณเอกชัย ชัยวงศาที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทเวียงจันทร์เกษตรการค้าที่กล่าวว่า “...การบริหารจัดการสินค้าที่หมดอายุถ้าเป็นสินค้าประเภทเนยหรือแฮม ทางบริษัทจะมีการตรวจเช็คสินค้าก่อนว่าหมดอายุหรือยัง ถ้าใกล้หมดอายุแล้วจะมีการติดต่อร้านค้าประจำ โดยมีการจำหน่ายในราคาต่ำกว่าปกติ เพื่อเป็นการระบายสินค้า...”

สอดคล้องกับ ผู้ประกอบการ บริษัทสมบูรณ์การค้า ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ของเสียหายที่เกิดจากการขนส่งสามารถเปลี่ยนคืนได้ สินค้าไม่ค่อยจะหมดอายุ จะมีการตรวจสอบสินค้าในคลังสินค้าตลอดเวลาว่าจะหมดอายุเมื่อไหร่ ในบางครั้งสินค้าบางตัวจะมีการหมดอายุ จะมีการติดต่อร้านใกล้เคียงเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าราคาถูก...”

ซึ่งเป็นไปในแนวทางกับ ร้านคำมลที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...จากการเปิดร้านขายสินค้าสินค้าที่จะจำหน่ายจะไม่มีสินค้าที่หมดอายุ แต่บางครั้งจะพบสินค้าที่เสียหายแต่สามารถที่จะเปลี่ยนได้...”

และยังมี ร้านนางตุ่น ไพวัลย์ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ถ้าหมดอายุ จัดส่งคืนบริษัท ในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าไปและสินค้าหมดอายุหรือเสียรับคืนและส่งคืนให้กับบริษัทผู้จำหน่ายคุณภาพของสินค้าดูจากสินค้าที่เคยใช้ ส่วนสินค้าใหม่ขายได้เรื่อยๆ แต่ปริมาณไม่มาก...”

คุณคำสร้อย อินพิลาต ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านบ้านน้อย ที่กล่าวว่า “...ดูระยะเวลาที่เหลือของสินค้า ถ้าระยะเวลาของสินค้าเหลือน้อยจะส่งคืนให้กับบริษัท ส่วนสินค้าที่หมดอายุ จะไม่มีการนำไปขายให้กับลูกค้า...”

ผู้ประกอบการร้านพีวิน ย่านศรีไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าใกล้จะหมดอายุ สามารถเปลี่ยนได้แต่ต้องไม่เกิน 3 เดือน จะเปลี่ยนกับร้านที่จำหน่ายสินค้า...”

ผู้ประกอบการร้านแม่แดงอ่อนที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าแตกหรือหมดอายุสามารถคืนร้านที่มาจำหน่ายได้...”

- **หลวงพระบาง**

ผู้ประกอบการร้านขายของชำนางนุที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า ที่กล่าวว่า “... ถ้าสินค้าชำรุดให้หักเงินจากค่าขนส่ง ...”

ส่วนร้านนางทวย เพียงได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ถ้าทางร้านพบเจอสินค้าที่หมดอายุจะทำการทิ้งสินค้าชิ้นนั้นไปเลย ...”

(2) ราชอาณาจักรกัมพูชา

- **เสียมเรียบ**

Hour Huyseam ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Angkor Market ที่กล่าวว่า “...กรณีที่เราไปซื้อจาก Supplier แล้วพบว่าของชำรุดเสียหาย ก็มี แต่ถ้าเกิดปัญหาอย่างไรก็จะเปลี่ยนให้เลย สินค้าที่นำมาไว้แล้วหมดอายุก่อน ก็จะจัดการโดยนำไปทิ้ง หากสินค้าไหนที่หมดอายุก็จะดึงออกจากชั้นวาง...”

ผู้ประกอบการร้านของชำร้าน Heng Hong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาขนส่งมาก็จะมีบ้างที่ชำรุดเสียหาย ก็จะทำการส่งคืนไปยังฝั่งโรงเกลือ คนที่นำสินค้ามาส่งจะเป็นคนเขมร เป็นคนที่เราจ้างมาจากโรงเกลือ หากมีสินค้าที่นำมาเสียหายคนส่งก็รับผิดชอบ ส่วนมากจะเสียหายมากจากการขนส่งมากกว่า แต่หากแตกจากเมืองไทยมาไม่สามารถส่งกลับได้ ทางโรงเกลือก็ไม่รับผิดชอบ เวลาสั่งซื้อสินค้ามีการจัดส่งมาให้ทางเราผิดจะส่งกลับเขาไม่เอาเพราะเขาคิดเงินแล้ว เราก็ต้องนำมาวางขาย หากลูกค้ามาซื้อสินค้าจากร้านเกิดการชำรุดเสียหาย ไม่รับคืนเพราะขายปลีกไม่ได้ขายส่ง ถ้าเห็นเป็นของใกล้หมดอายุก็จะมีส่วนลดให้ ขายในราคาพิเศษ...”

ส่วนผู้ประกอบการร้านขายของชำร้าน Sin Kong ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่เสียก็มีการชดเชยและทดแทนให้ การรับประกันสินค้ายังไม่มี...”

คุณเอกลักษณ์ ปัญญาเดช ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ ที่กล่าวว่า “...ส่วนนี้จะอยู่ในแผนกเช็คคุณภาพของ หากของที่สั่งเข้ามา มีคุณภาพไม่ดีก็จะมีการส่งคืนกลับไปเราจะไม่เอาในส่วนที่ไม่ได้มาตรฐานตามร้านของเรา ส่วนมากสินค้าที่สั่งเข้ามาจำนวนจะไม่ค่อยมีปัญหา ในส่วนที่มีปัญหาก็จะเป็นในส่วนของผัก เรา ก็คัดแยกออกเอาแต่ของสดและดีเก็บไว้ และสามารถส่งคืนเขาได้ ส่วนใหญ่ที่มีปัญหาจะเป็นของสด...”

คุณวันชัย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน TONLE MEKONG ที่กล่าวว่า “...ส่วนของครัวหน้า Center เซ็คของ มีบ้างที่เจอของเสียก็ส่งคืนเอาของใหม่มาทดแทน...”

คุณ CHHE ฝ่ายจัดซื้อ ร้าน TONLE MEKONG ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาเราสั่งของไปจำพวกของสด แล้วมีการเน่าเร็วกว่าปกตินี้ก็มีส่วน แต่ทางหัวหน้าจะเป็นคนตรวจสอบ หรือความเสียหายระหว่างการขนส่งไม่ค่อยมี แต่หากมีการแตกหักหรือเสียหายอันเกิดจากการขนส่งก็สามารถเปลี่ยนได้ สินค้าที่อยู่ใน สต็อกหมดอายุ หากมีสินค้าที่ใกล้หมดอายุทางเราก็จะนำไปเปลี่ยน...”

คุณ Lao Panha ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Lap Panha ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่ส่งมาจากเสียมเรียบจะมีการชำรุดเสียหายบ่อย หากสินค้าแตกหัก ทางร้านที่ส่งมาไม่รับเปลี่ยนคืน แต่คนส่งต้องรับผิดชอบ...”

- พหุมปัญญา

ผู้ประกอบการขายอนุเปอร์มาร์เก็ต ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...ไม่ค่อยมีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าเสียหาย หรือหมดอายุ เพราะโดยปกติแล้ว Suppliers ที่ส่งสินค้าให้เราก็มักจะเช็ควันหมดอายุสำหรับสินค้าที่จะส่งมาให้อยู่แล้ว มีแต่ค่อนข้างน้อยมากประมาณ 1-2% ของสินค้าทั้งหมดที่ได้รับความเสียหายจากการเก็บในคลังสินค้าของเรา เพราะเนื่องจากเราบริหารสินค้าคงคลังอย่างดีโดยเราทราบว่าปริมาณเท่าไรที่จะต้องขายในร้านของเรา เราจะไม่เก็บคลังสินค้าไว้ในปริมาณที่มาก ๆ เกินความต้องการ เวลาที่ลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้วมีการชำรุดเสียหาย หรือหมดอายุ เรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญมาก โดยผมจะมีการบริหารจัดการตลอดเวลา ถ้าสินค้าใดมีวันใกล้หมดอายุผมจะดึงสินค้านั้นออกจากการส่งเสริมการตลาดหรือโปรโมชั่นทันที โดยสินค้าที่มีวันใกล้หมดอายุอาจจะเป็น 2 เดือน หรือ 3 เดือน จะมีสติ๊กเกอร์สีแดงติดไว้และจะนำมาขายในราคาที่ถูกให้กับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคก็รู้ว่าสินค้าที่มีราคาลดลงนั้นมีวันใกล้หมดอายุแล้ว แต่ถ้าสินค้าใดที่หมดอายุแล้วนั้นเราจะกำจัดทิ้งโดยไม่นำไปขายให้กับลูกค้า ...”

ส่วน คุณชู พรมิวิชา ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านอาหารโบราณ (Boran) ที่กล่าวว่า “...สินค้าส่วนมากจะเกิดปัญหาตอนที่ส่งมาจากเมืองไทย ทำให้คุณภาพของวัตถุดิบเสียด้วย เช่น นมสดกระป๋อง ข้าวโพด ถั่วลันเตา ซอสบางตัวก็มีวันหมดอายุค่อนข้างแน่นอนประมาณ 6 เดือน บางที่รีบซื้อมาได้ดูวันหมดอายุก็มีปัญหาเหมือนกัน เราเอาไปคืนเขาก็รับเปลี่ยนหากกระป๋องนมบูบเราก็ไม่เลือกซื้อทางร้านเขาก็จะตีกลับไป ส่วนมากปัญหาทางร้านที่เราโทรศัพท์สั่งจะไม่มีสินค้าที่เสียหาย การแก้ปัญหาเหล่านี้เรื่องการส่งสินค้าผิดก็ค่อนข้างที่จะได้อย่างรวดเร็ว โดยมาทำการแลกเปลี่ยนที่ผิดกลับไป...”

ผู้จัดการร้านอาหาร แชนพ นาเว่นส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ “...สินค้าที่ซื้อมาจากดีและมีคุณภาพดีและอยู่ในสภาพที่ดี มีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ดีให้กับลูกค้า มีการชำรุดบ้าง บางทีก็มีปัญหาการหมดอายุกับพวกสินค้าของสด เช่น นม...”

คุณอรุณ ผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านไทย ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าหมดอายุจะทำการทิ้งเลย...”

คุณบุษกร โภธิมาศ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน Inthanon Restuarant ที่กล่าวว่า “...สินค้าหรือเครื่องปรุงที่หมดอายุจะทำการทิ้งไม่เอามาใช้ภายในร้าน...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำ Chao Sang Hok ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...เวลาเราส่งของไปให้เขามีการส่งสินค้าผิดก็สามารถนำมาเปลี่ยนได้ ไม่มีการชดเชยให้...”

(3) ประเทศไทย

- อรัญประเทศ

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านพูนทรัพย์สิน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าแตกหรือเสียหายสามารถที่จะเปลี่ยนได้...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนัมเบอร์วัน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...ถ้าสินค้ามีความเสียหายสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้...”

ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจริญโตร์ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “....สินค้าที่เสียหายและหมดอายุการใช้งานรับคืนสินค้า...”

คุณเกษณี โตศักดิ์สิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านจิตรรา ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...มีการบริการรับเปลี่ยนสินค้า ถ้าสินค้าที่ลูกค้าซื้อไปหมดอายุหรือเสียหาย...”

คุณอรวรรณ ตั้งดำรงทรัพย์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านนำชัย ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...สินค้าถ้าหมดอายุ พนักงานขายจะเอาสินค้ามาเปลี่ยนให้กับทางร้าน...”

คุณพา ศรประสิทธิ์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ กล่าวว่า “...ไม่มีสินค้าที่เสียและหมดอายุ...”

คุณเพ็ญศรี จันทา ผู้ประกอบการร้านขายของชำร้านเจ๊แมว ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าที่หมดอายุจะทำการส่งคืน...”

คุณทิพาพร ปัญจวัฒน์ ผู้ประกอบการร้านขายของชำ ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...สินค้าหมดอายุสามารถเปลี่ยนคืนได้...”

- หนองคาย

คุณสายัญญ ทวีกิจถาวร ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน สายัญญ ที่กล่าวว่า “...สินค้ามีหมดอายุแต่ไม่รับคืนสินค้า...”

ส่วนคุณยุพา มานัสพิพิธอารม ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้านเอกพาณิชย์ ที่กล่าวว่า “... สินค้าที่ลูกค้าซื้อสินค้าจากร้านไป ถ้าสินค้าเก่าจะมีการเปลี่ยนให้...”

ส่วนคุณศิริเพ็ญ กมลรัตน ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ ร้าน ที่แข่งฮวด ที่กล่าวว่า “...สินค้าภายในร้านไม่มีหมดอายุ แต่ถ้าลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้วเจอสินค้าหมดอายุ ทางร้านก็รับคืนสินค้า...”

- กรุงเทพมหานคร ฯ

ดร. วีระชัย พิพิธศุภผล ผู้อำนวยการด้านโลจิสติกส์ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทมิตรผล จำกัด ที่กล่าวว่า “...ถ้าสินค้าที่นำส่งไปบรรจุภัณฑ์มีฉีกขาดหรือชำรุด จะมีการให้ส่วนลด (Discount) ให้กับลูกค้า โดยทั่วไปการส่งออกจะมีการสำรวจและตรวจสอบสินค้ากลาง ลูกค้าจะมีการตั้งตัวแทนมาตรวจสอบสินค้าก่อนการส่งมอบ เป็นการป้องกันส่งมอบสินค้าที่ชำรุดและเสียหายด้วย...”

คุณวินันท์ บวรสันติสุทธิ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ที่ได้ให้ทัศนะจากการสัมภาษณ์ ณ บริษัทไฮคิวผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่กล่าวว่า “...ทางบริษัทจะไม่ยินยอมขายรับสินค้ามาคืนเนื่องจากการขนส่งสินค้ากลับมาจะมีต้นทุนค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทน่านายขายให้ผู้จัดจำหน่ายทำลายสินค้าเองที่เป็นสินค้าชำรุด เสียหาย และหักจากเงินที่ผู้จัดจำหน่ายที่เป็นลูกค้าจะชำระให้กับทางบริษัท...”

สำหรับผู้จัดการแผนกส่งออก บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) ที่ได้ให้ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า “...กรณีสินค้าเสียหายขณะขนย้ายสินค้า จะมีการเคลมสินค้าให้ ซึ่งถือว่าเป็นความรับผิดชอบของบริษัท และ บริษัทที่จัดส่ง กรณีที่จัดส่งสินค้าผิดทางบริษัทจะดำเนินการจัดส่งให้ใหม่ในรอบถัดไป หรือตามความคำร้องขอของลูกค้า...”

2.7 ผลการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารไทย ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก ในประเทศไทย (หนองคาย-อัญประเทศ) จำนวน 20 คน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงจันทน์-วังเวียง-หลวงพระบาง) จำนวน 20 คน และราชอาณาจักรกัมพูชา (พนมเปญ-เสียมเรียบ) จำนวน 20 คน รวมทั้งสิ้น 60 คน เกี่ยวกับกิจกรรมการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของกิจการ โดยคณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาดังต่อไปนี้