

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัท รักษาความปลอดภัยของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร” นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัยต่างๆ และได้รวบรวมแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1.1 กลยุทธ์ส่วนประกอบตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

2.1.1.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคองค์กร

2.1.1.3 แนวคิดการป้องกันอาชญากรรม

2.1.1.4 แนวคิดการป้องกันอาชญากรรมโดยภาคเอกชน

2.1.1.5 การว่าจ้าง บริษัท พงศ์สะอาด จำกัด

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 กลยุทธ์ส่วนประกอบตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการว่าจะใช้ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกันกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่น ๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และมีกระบวนการ (Process) รวมเป็นตัวแปรทางการตลาด 7 ประการที่ควบคุมได้ ซึ่งสถานประกอบการใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์และการบริการ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมี ธรรมประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price)

ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคเป็นส่วนประสมการตลาด ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ ราคเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัด สินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร มีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน [Integrate Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันการตลาดและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้าย ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรไปยังตลาด สถาบันนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee)

บุคลากรถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

ข้อเท็จจริงประการหนึ่งของธุรกิจบริการคือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการซึ่งเป็นบุคลากรของบริษัท ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการให้บริการของบุคลากรเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความพึงพอใจหรือทำให้เกิดการยอมรับ (Perception) การบริการจากลูกค้า ตัวอย่างเช่น บุคลากรของโรงแรมต้องเป็นบุคคล ที่มีความเป็นกันเอง (Friendly) มีความรู้ด้านบริการและการให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือต้องได้รับการให้บริการสิ่งที่สามารถทำให้บุคลากรสามารถให้บริการที่ดี จำเป็นต้องอาศัยการจูงใจแก่พนักงานให้ความสำคัญแก่พนักงาน เพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานอย่างเต็มที่ตามภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนจูงใจให้พนักงานสร้างบริการที่นอกเหนือจากงานที่รับผิดชอบเพื่อมอบบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึงต้องให้ความสำคัญกับงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการฝึกฝน การให้ความรู้ ฝึกการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า และพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้งกับผู้รับบริการ

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)

ธุรกิจบริการจำเป็นต้องพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ตัวอย่างเช่น โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

ลักษณะทางกายภาพนั้นมีความสำคัญต่อธุรกิจบริการอีกปัจจัยหนึ่ง ประกอบด้วยสภาพทางกายภาพรอบ ๆ ตัว และลูกค้าสามารถมองเห็นได้ สิ่งที่ลูกค้ามองเห็นนั้นมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้สึกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ลูกค้าได้รับ สภาพทางกายภาพรอบตัวนี้เป็นหัวใจสำคัญที่สุดของส่วนประสมทางการตลาดด้านนี้ ความสำคัญเป็นลำดับที่สองคือ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ รวมเรียกว่าภาพแห่งการบริการ (Service escape) ผู้ประกอบการสามารถจัดการหรือปรับปรุงให้มีขึ้นได้ ที่พบเห็นได้เสมอคือการจัดบรรยากาศภายในสำนักงานด้วยเสียงเพลงเบา ๆ จัดที่นั่งสำหรับลูกค้าที่สะดวกสบาย และการจัดสถานที่ (Layout) เพื่อใช้สำหรับการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเหมาะสมและเป็นกันเอง และลำดับที่สาม คือ ความแปลกใหม่ของสภาพทางกายภาพรอบ ๆ ที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการอื่น เช่น มีภาพแวนที่มาจากจิตรกรที่มีชื่อเสียง หรือเป็นภาพจิตรกรที่แสดงออกถึงความเป็นท้องถิ่นเฉพาะของตนเอง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บุคลากรและอุปกรณ์ในสำนักงานก็ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของลักษณะทางกายภาพ กล่าวคือ ลักษณะท่าทางหรือบุคลิกภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้จากผู้ให้บริการ ประกอบด้วย เสื้อผ้าชุดฟอร์ม ลักษณะการแต่งกาย อุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ประโยชน์ด้านการประชาสัมพันธ์ตลอดจนข้อเขียนของการประชาสัมพันธ์ซึ่งแสดงออกถึงความเชี่ยวชาญทั้งหมดล้วนเป็นลักษณะทางกายภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจด้านการบริการให้แก่ลูกค้า

7. กระบวนการให้บริการ (Process)

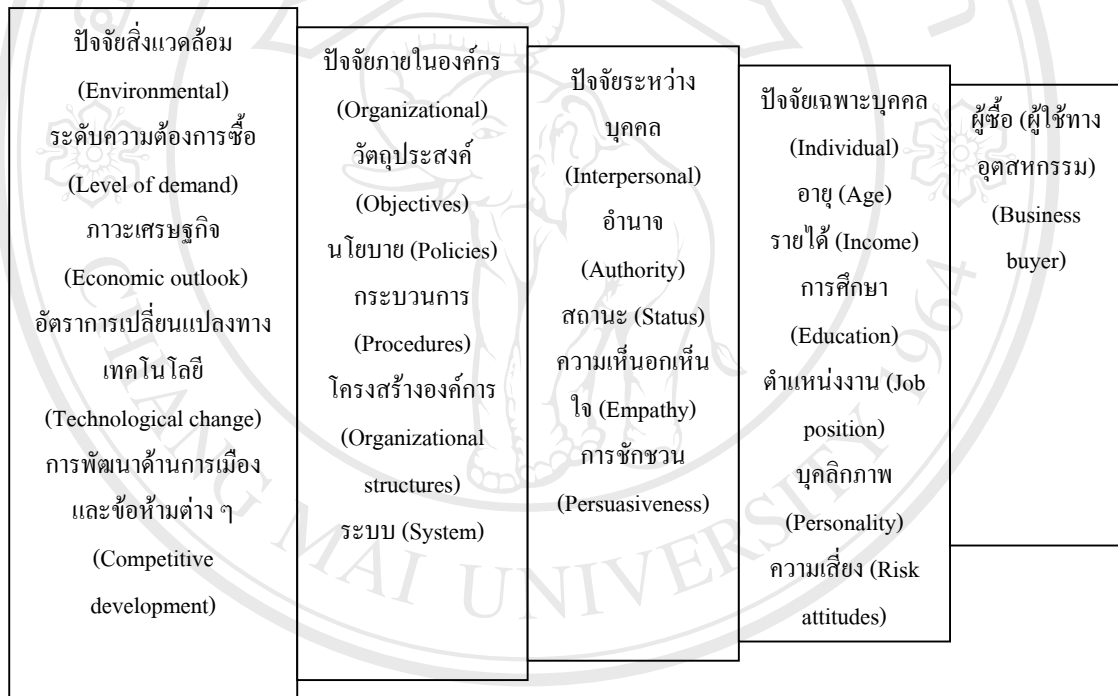
เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction) ธุรกิจบริการนั้นผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้น กระบวนการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจนี้ และเป็นความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นภายนอกตลาดบริการ กล่าวคือ ลูกค้าที่ซื้อวิทยุ หรือโทรทัศน์ ไม่มีโอกาสทราบว่ากระบวนการผลิตสินค้านั้นกระทำอย่างไร แต่การซื้อบริการนั้นแตกต่างไป คือ การซื้อบริการผู้บริโภคไปรับประทานอาหารในภัตตาคารหรือร้านอาหาร การบริการจะเริ่มตั้งแต่การหาที่นั่งในร้านอาหาร การรับรู้บรรยากาศของร้าน การสั่งอาหาร การรับอาหารมารับประทาน และการรับประทานจนอิ่ม สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากการไปนั่งรับประทานอาหารนั้นคือ กระบวนการต่างๆ และความชำนาญในการผลิตสินค้านำมาซึ่งความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคหรืออีกกรณีหนึ่ง การกู้ยืมเงินจากธนาคาร ลูกค้ามิได้คำนึงเฉพาะจำนวนเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยเท่านั้น ลูกค้าจะได้รับบริการอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องและต่อเนื่อง ทำให้พึงพอใจซึ่งเป็นกระบวนการของการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าทั้งหมด ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ การต้อนรับจากพนักงาน ความแม่นยำในการแจ้งรายละเอียดทางการเงิน การแก้ไขปัญหาเพื่อมีข้อผิดพลาด ทั้งหมดส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่ขอใช้บริการทั้งสิ้น ดังนั้นกระบวนการจึงรวมความถึงลำดับของการให้บริการและระบบ

การสนับสนุนการบริการ กระบวนการบริการจึงยอมรับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจบริการ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

2.1.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคองค์กร

ตลาดองค์กร (Organizational Market) ประกอบด้วย ตลาดธุรกิจ (Business market) ตลาดรัฐบาล (Government market) และสถาบัน (Institution market)

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรม



ที่มา : ศิริวรรณ “ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้ออุตสาหกรรม (Major influences on industrial buying behavior)”

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ระดับความต้องการใช้บริการของลูกค้า สิ่งแวดล้อมสังคม และทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และข้อห้ามต่าง ๆ ตลอดจนการแข่งขันในธุรกิจนั้น อิทธิพลสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีผลต่อธุรกิจเป็นสิ่งที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้หรือควบคุมได้ยาก

ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational factors) ได้แก่ วัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการทำงาน โครงสร้างและระบบต่าง ๆ ปัจจัยภายในเหล่านี้มีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจขององค์กรของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่ต่างมีสถานะ มีอำนาจ มีความเห็นใจและมีลักษณะการชักชวนที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการมีหน้าที่ทำความเข้าใจกับปัจจัยระหว่างบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้งฝ่ายผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual factors) ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษาและบุคลิกภาพ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ซึ่งจะให้การยอมรับและความพึงพอใจในการให้บริการ

2.1.3 แนวคิดการป้องกันอาชญากรรม

หมายถึง การคาดการณ์หรือประเมินล่วงหน้าเกี่ยวกับช่องทางหรือโอกาสของการกระทำผิด หรือสภาพการณ์อาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งความพยายามที่จะกระทำผิดใด ๆ เพื่อเป็นการสกัดกั้นมิให้มีการกระทำความผิดใด ๆ เกิดขึ้น ซี. เรย์ เจฟเฟอร์รี่ (C. Ray Jeffery) กล่าวว่า การควบคุมอาชญากรรมจะมีความแตกต่างกับวิธีการลดอาชญากรรม กล่าวคือ การป้องกันเป็นการควบคุมอาชญากรรมโดยตรง ซึ่งการควบคุมโดยตรงประกอบไปด้วยการใช้มาตรการของการลดช่องทางหรือโอกาสในการกระทำความผิดส่วนการลดอาชญากรรมเป็นการควบคุมอาชญากรรมโดยอ้อม มาตรการโดยอ้อมที่นำมาใช้ได้แก่ การอบรมวิชาชีพ การให้การศึกษา การจำคุก การคุมประพฤติ การพักการลงโทษ เป็นต้น

ปัจจุบันรูปแบบการควบคุมอาชญากรรมนิยมใช้วิธีการควบคุมโดยอ้อม กล่าวคือ เมื่อมีการกระทำความผิดเกิดขึ้นแล้วก็จะนำวิธีการควบคุมอาชญากรรมโดยตรงมาใช้ ซึ่งเป็นการใช้มาตรการในการควบคุมหลังจากที่เกิดการกระทำความผิดแล้ว เท่ากับเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น และเราจะไม่รู้ว่อาชญากรรมและผู้กระทำความผิดจะไม่หวนกลับมาทำความผิดซ้ำอีกหรือไม่ ในขณะที่เดียวกันการควบคุมโดยอ้อมเป็นการควบคุมก่อนที่อาชญากรรมจะเกิด เป็นการควบคุมเพื่อไม่ให้คนคิดที่จะทำความผิด จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าวิธีการนี้จะทำให้อาชญากรรมไม่เกิดขึ้นในสังคม เพราะเป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมในการดำรงชีวิตตามปกติให้แก่คนในสังคม เพราะเมื่อคนในสังคมมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ แล้วก็จะไม่คิดกระทำการใด ๆ ที่เป็นการขัดต่อกฎระเบียบของสังคม รวมทั้งมีความเกรงกลัวต่อโทษที่ตนเองจะได้รับ มาตรการโดยอ้อมเป็นวิธีที่จะกำจัดหรือสกัดไม่ให้คนหลุดเข้าไปในวงจรของอาชญากรรม

ในการป้องกันอาชญากรรม เนื้อหาของการปฏิบัติ เรียกว่า “The practice of crime risk management” คือการปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงของการเกิดอาชญากรรม การจัดการดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดแบบระบบ (Systematic approaches) ซึ่งจะทำให้อาชญา

กรรมลดลงอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการรักษาความมั่นคงและปลอดภัย (Security) และความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจสังคมให้ดีขึ้นของผู้ตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม (Crime victims) ในการจัดการความเสี่ยงของการเกิดอาชญากรรมจะก่อให้เกิด

1. เกิดเคลื่อนย้ายความเสียหายทั้งหมด หรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทั้งหมด
2. การลดความเสี่ยงลง โดยการลดของขนาดความสูญเสีย และความบาดเจ็บที่อาจจะเกิดขึ้น
3. ขยายความเสี่ยงผ่านทางกายภาพ เช่น เพิ่มประตูล็อกอัตโนมัติ นำมาเป็นมาตรการในการลดความเสี่ยง ทำให้เป็นอุปสรรคในการประกอบอาชญากรรม ขยายช่วงเวลาของการปฏิบัติการและสามารถตรวจจับการบุกรุกของอาชญากรได้
4. ย้ายความเสี่ยงโดยการซื้อประกันภัย เพื่อจะนำชดเชยค่าเสียหายได้ หรือเรียกว่าเป็นการแบ่งสรร หรือเฉลี่ยความเสียหายให้หน่วยงานอื่นร่วมรับผิดชอบในการสูญเสียที่เกิดขึ้น
5. ขอมรับความเสียหายที่เกิดขึ้นบางส่วน และหามาตรการป้องกันเพิ่มเติม

องค์ประกอบของอาชญากรรม

การป้องกันอาชญากรรมจะได้ผลเมื่อเราสามารถลดโอกาสการเกิดของอาชญากรรมได้ การประกอบอาชญากรรมจะทำได้ต่อเมื่อมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ตัวผู้กระทำความผิดหรืออาชญากรต้องมีความปรารถนา หรือมีความต้องการในการประกอบอาชญากรรม (criminal desire)
2. มีทักษะในการประกอบอาชญากรรม (criminal skills)
3. มีโอกาสซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะหากองค์ประกอบอื่น ๆ พร้อม แต่ขาดโอกาสที่จะกระทำ อาชญากรรมก็จะไม่เกิดขึ้น (criminal opportunity)

ดังนั้น การป้องกันอาชญากรรมจึงมีวัตถุประสงค์ในการลดช่องโอกาส มุ่งเน้นที่จะทำให้เป้าหมาย (target) ของการกระทำความผิดหมดไปหรือยากต่อการเข้าถึง หรือทำให้เป้าหมายลดความสำคัญหรือความน่าดึงดูดใจลง ซึ่งหากการกระทำความผิดกระทำในสภาพที่โอกาสไม่เอื้ออำนวยนั้น เท่ากับเป็นการเสี่ยงต่อการสัมฤทธิ์ (เป้าหมาย) ของการกระทำ แต่จะมีโอกาสสูงในการจับได้และถูกลงโทษ

1. ความปรารถนา หรือความต้องการของอาชญากร

ความปรารถนา หรือความต้องการ ต่างก็เป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ทุกคน คนจะมีพฤติกรรมไปในลักษณะใด ก็เพื่อสนองต่อความปรารถนาหรือความต้องการของเขาทั้งสิ้น เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำก็จะเกิดความหิวกระหาย จึงดื่มน้ำเพื่อกำจัดหรือบำบัดความกระหายนั้นออกไปจากร่างกาย การดื่มน้ำจึงเป็นการกระทำตาม

ความปรารถนาหรือความต้องการของร่างกายที่ขาดน้ำ เป็นต้น เช่นเดียวกันพฤติกรรมของอาชญากรที่แสดงออกมา ก็เพื่อเป็นการบำบัดความปรารถนาที่มีอยู่ ตามปกติเมื่อคนจะแสดงพฤติกรรมใด ๆ จะต้องมีความต้องการหรือความปรารถนาเป็นสิ่งที่จูงใจ และจะหยุดพฤติกรรมเมื่อความต้องการหรือความปรารถนานั้นได้รับการบำบัดหรือสัมฤทธิ์ผลแล้ว ดังนั้น การที่จะกำจัดพฤติกรรมอาชญากรรมจึงต้องหาแนวทางหรือวิธีการในการกำจัดหรือสกัดความปรารถนานั้น ๆ ออกไป งานด้านการป้องกันอาชญากรรมซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมจึงเป็นงานที่ยากเพราะความปรารถนาหรือความต้องการในแต่ละบุคคลมีรูปแบบและความจำเป็นแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพปัจจัยต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น ความโลภ กิเลส ตัณหาของแต่ละคน แม้กระทั่งผู้กระทำ ความผิดที่ถูกจับได้และได้รับการฟื้นฟู เพื่อกำจัดหรือสกัดความปรารถนา ตามแนวทางของกระบวนการยุติธรรมสมัยใหม่ โดยการนำวิธีการรักษา (Cure) มาใช้กับผู้กระทำผิด แต่ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่าจะมีผลต่อการแก้ไขผู้กระทำผิดได้มากนักน้อยเพียงใด จึงกล่าวได้ว่าการป้องกันอาชญากรรมด้วยการกำจัดหรือสกัดความปรารถนาหรือความต้องการของอาชญากรเป็นเรื่องที่ยากและไม่มีวิธีการใด ๆ ที่จะกำจัดความปรารถนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทักษะของอาชญากร

ทักษะหรือความสามารถเฉพาะตัว เป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญในการทำกิจกรรมใด ๆ หากผู้กระทำมีความรู้ความชำนาญ ทักษะหรือความสามารถเฉพาะตัว ก็จะทำให้การทำกิจกรรมนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาชญากรรมก็เช่นเดียวกัน ผู้กระทำผิดหากเป็นคนมีทักษะความสามารถความชำนาญด้วยแล้ว โอกาสในการประสบความสำเร็จในการประกอบอาชญากรรมก็จะมีสูง ทักษะหรือความสามารถเฉพาะตัวของผู้กระทำยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะมีพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น คนที่พูดเก่ง มีจิตวิทยาในการมองคน สามารถเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสม สามารถโน้มน้าวจิตใจคนอื่นได้ดีจนทุกคนหลงเชื่อ เขาอาจตัดสินใจที่จะใช้ความสามารถของเขาไปประกอบอาชญากรรมประเภทต้มตุ๋น หลอกหลวง ได้ นอกจากนี้คนที่มีความชำนาญพิเศษในด้านใดด้านหนึ่งก็สามารถใช้ความชำนาญของตนไปในทางที่ผิด เช่น นักทำบุญแจ่มยอมจะต้องมีความชำนาญหรือมีความรู้ด้านเทคนิคในเรื่องทำบุญแจ่มหากเขาคิดที่จะใช้ความชำนาญพิเศษเฉพาะของเขาไปในทางที่ผิด ก็ย่อมกระทำได้ เช่น โจรกรรมรถยนต์ โดยทำบุญแจ่มขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการโจรกรรม เป็นต้น

3. โอกาสของอาชญากรรม

โอกาสถือเป็นองค์ประกอบในการกระทำผิดที่สำคัญที่สุด อาชญากรรมบางประเภทไม่จำเป็นที่จะต้องครบองค์ประกอบในการก่ออาชญากรรมก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น การยักยอกเงินบริษัท อาจกระทำโดยไม่ต้องใช้ทักษะหรือมีความต้องการมาก่อนเลยก็ได้ เพียงแต่มี

โอกาสก็สามารถกระทำความผิดได้ จากตัวอย่างเจ้าหน้าที่การเงินบริษัทอาจลืมวางเงินไว้และไม่มีผู้อื่นอยู่ในบริเวณนั้นนอกจากผู้กระทำความผิด หากหยิบเงินไปแล้วก็จะไม่มีใครรู้ จึงหยิบเงินนั้นไป พฤติกรรมการกระทำความผิดนี้เกิดจากโอกาสของผู้กระทำความผิดเป็นปัจจัยสำคัญ

องค์ประกอบอาชญากรรมตามที่กล่าวข้างต้น มีส่วนในการวางแผนป้องกันการเกิดอาชญากรรมในสังคมได้โดยการควบคุมองค์ประกอบต่างๆ เช่น การลดแรงจูงใจในการกระทำความผิด โดยการออกกฎหมายและบทลงโทษ การสร้างเสริมวินัยในตัวเอง การสร้างจรรยาบรรณในวิชาชีพ การสอดส่องดูแลพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ การตัดช่องโอกาสในการกระทำความผิด เป็นต้น

นอกจากนี้ปฏิบัติการหรือการโต้ตอบของชุมชนก็มีส่วนสำคัญในการป้องกันอาชญากรรมได้เช่นกัน

2.1.4 แนวคิดการป้องกันอาชญากรรมโดยภาคเอกชน

การป้องกันอาชญากรรมโดยภาคเอกชน แบ่งเป็น

1. การรักษาความปลอดภัยโดยบริษัทเอกชน

การรักษาความปลอดภัยโดยบริษัทเอกชน (private security) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ปรากฏแก่สังคมว่ามีบทบาทหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ว่าจ้าง องค์ประกอบของบริษัทรักษาความปลอดภัย มีดังนี้

1. ยาม (guard) พนักงานตรวจตรา (patrol) รถเกราะ (armored car) และบริการความปลอดภัยอื่นๆ
2. การวิเคราะห์การรักษาความปลอดภัย การประชุมปรึกษารายวัน และการบริหารจัดการ

3. การผลิต การกระจาย การขาย และการติดตั้งเครื่องมือเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ในการป้องกันความปลอดภัย

การว่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยของห้างร้าน บริษัท โรงงาน ต่างมีวัตถุประสงค์ให้ลดความเสี่ยงในการเกิดอาชญากรรมกับห้างร้าน บริษัท โรงงาน ฯลฯ ของตนเอง จึงทำสัญญาว่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยมาดูแล ตามเงื่อนไขของสัญญาที่กำหนดให้มีบทบาทหน้าที่ในการดูแลอะไรและความรับผิดชอบมีอย่างไร ในประเทศไทยมีบริษัทรักษาความปลอดภัยค่อนข้างมีมาตรฐาน ได้รับการฝึกอบรมวิธีการรักษาความปลอดภัย ศิลปะการป้องกันตัวต่างๆ รวมถึงวิธีการเมื่อเกิดเหตุจะทำอะไร อย่างไร

การรักษาความปลอดภัยของบริษัทเอกชน มีหน้าที่ เฝ้าระวัง สังเกต (Watch) ว่ามีอะไรผิดปกติเกิดขึ้นหรือไม่ ถ้ามีสิ่งผิดปกติ ต้องรู้บทบาทของตัวเองว่ารับผิดชอบได้มากน้อยเพียงใด และให้รับรายงานให้หัวหน้าได้รับทราบเหตุการณ์ผิดปกติทันที พูดอีกนัยได้ว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรือที่มักเรียกกันสั้นๆ ว่า “ยาม” นั้น เป็นเสมือนผู้ช่วยตำรวจในการตรวจตราไม่ให้มีอาชญากรรมเกิดขึ้น เมื่อมีอาชญากรรมเกิดขึ้นต้องประสานกับตำรวจผู้ที่มีบทบาทโดยตรงทันที

2. การป้องกันอาชญากรรมโดยชุมชน

ในการป้องกันโดยชุมชนนี้มีหลายรูปแบบคือ แบบทางการ และแบบไม่เป็นการมีวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันอาชญากรรม อาจมีโครงการทำกิจกรรมรณรงค์การรักษาความปลอดภัยของที่อยู่อาศัย การดำเนินการตามโครงการที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนจะเพื่อความสงบสุขของกลุ่มสมาชิกที่มาร่วมกันต้องการความปลอดภัยจากอาชญากรรมร่วมกัน

การป้องกันอาชญากรรมโดยชุมชนนี้ จะได้ผลเมื่อคนในชุมชนให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน อาจจัดเพื่อนบ้านเฝ้าดูแล (neighborhood-watch) ผลัดกันเดินเวรยามในยามวิกาล เพื่อป้องกันการโจรกรรมบ้าน หรือเพื่อบ้านต้องสังเกตบ้านของคนที่อยู่ใกล้กับบ้านของตนว่ามีอะไรผิดปกติหรือไม่ ทุกคนมีการดูแลซึ่งกันและกัน ทำให้เราสามารถป้องกันอาชญากรรมได้

การป้องกันอาชญากรรมโดยผสมผสานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน คือ การร่วมมือ (participation) ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เช่น หมู่บ้านหรรมามีปัญหาเรื่องขโมยเข้าบ้านมาก ชาวบ้านรวมตัวกันเชิญตำรวจในท้องที่มาปรึกษาตำรวจเป็นผู้แนะนำวิธีการป้องกันอาชญากรรมแก่ชาวบ้าน ชาวบ้านร่วมมือกันจัดรูปแบบในการป้องกันอาชญากรรมในหมู่บ้านธรรมดาเอง เพราะชาวบ้านจะรู้จักลักษณะของชุมชนของตัวเองดีที่สุด รู้ว่าจุดใด บริเวณใดเป็นจุดเสี่ยงในการประกอบอาชญากรรม หรือจุดใดเป็นจุดที่อาชญากรจะหนีได้ง่ายที่สุด ชาวบ้านจะวางแผนโดยตำรวจจะมาตรวจตราบ้าง การประสานความร่วมมือสามารถจัดปัญหาอาชญากรรมได้เป็นอย่างดี อีกกรณีเช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอาจร่วมมือกับตำรวจ ช่วยดูแลความสงบสุขเรียบร้อยของพื้นที่ที่รับผิดชอบและใกล้เคียง การทำงานในส่วนรับผิดชอบโดยตรง อาจมีผลพลอยได้ตามมา คือ ความปลอดภัยของสังคมบริเวณนั้นที่ได้มีการดูแลอยู่ ตำรวจอาจชี้แนะวิธีการหรือฝึกเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรือการรักษาความปลอดภัยอย่างถูกต้อง เพราะการป้องกันอาชญากรรมจะทำได้ดีที่สุดถ้าผู้ปฏิบัติเข้าใจวิธีการที่ถูกต้อง

สรุปได้ว่า การป้องกันอาชญากรรมไม่อาจพึ่งพาการคุ้มครองภาครัฐได้เพียงอย่างเดียว คนทุกคนในสังคมควรมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม ครอบครัว เพื่อน และชุมชน ต้องมีบทบาทและความเข้มแข็งขึ้น ศีลธรรมประจำใจ ควรจะมีบทบาทในการยับยั้งการกระทำผิด ประการสำคัญ ควรปลูกความรู้สึกละอาย และรู้สึกผิดต่อการกระทำผิด เมื่อผู้กระทำผิดสำนึกตัว และละอายต่อการกระทำแล้วสังคมให้โอกาสบุคคลนั้นกลับคืนสู่สังคมอีกครั้ง ตามแนวคิดของ จอห์น เบِيثเวต (John Braithwaite) ทฤษฎีการกลับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Reintegrative shaming theory) อีกครั้ง ถ้าสำนึกถึงความผิดและการละอายใจ เพราะถ้าสังคมใช้วิธีการตราหน้า (stigmatization) บุคคลนี้จะยิ่งห่างจากสังคมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมที่เป็นปรปักษ์ต่อสังคม จะหาโอกาสทำร้ายคนในสังคมตลอดเวลา ดังนั้นถ้าผู้กระทำผิดสำนึกผิด สังคมควรให้อภัยและยอมรับให้โอกาสเขากลับมาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ขณะเดียวกันต้องรณรงค์ให้คนในสังคมรู้จักบทบาทหน้าที่ของตน กระบวนการขัดเกลาทางสังคมต้องมีประสิทธิภาพ ศีลธรรม วัฒนธรรมต้องอยู่ในกันบึงของสำนึกของตน การป้องกันอาชญากรรมในรูปแบบที่กล่าวมา น่าจะเป็นการป้องกันอาชญากรรมได้ดีที่สุด และสามารถลดอัตราอาชญากรรมได้ด้วย

2.1.5 การว่าจ้าง บริษัท พงศ์สะอาด จำกัด

ประวัติของ บริษัท พงศ์สะอาด จำกัด ดำเนินกิจการรักษาความปลอดภัยเปิดดำเนินการ ปี 2548 มีผู้ใช้บริการ 40 บริษัท มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 95 คน

1. หากสถานประกอบการมีรั้วรอบขอบชิด บริษัทมีการบันทึกการเข้า/ออก ตรวจสอบทั้งพนักงานบุคคลภายนอกและยานพาหนะต่างๆ ที่เข้า/ออก ทุกครั้งตามที่ต้องการ
2. สถานประกอบการไม่ต้องเสียเวลาในการต้อนรับบุคคลภายนอก ในเรื่องไร้สาระต่างๆ เพราะเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะสอบถามก่อนว่า จะให้เข้าพบหรือไม่
3. ค่าใช้จ่ายที่แลกกับการใช้บริการของบริษัทจะถูกกว่ามาก เมื่อเปรียบเทียบกับ การจ้างลูกจ้างมาเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัย ซึ่งต้องจ่าย ค่าอาหาร ค่าสวัสดิการ ค่ารักษาพยาบาล ค่าเครื่องแบบ ค่าทดแทน ฯลฯ เพราะทางบริษัท พงศ์สะอาด จำกัด จะเป็นผู้รับผิดชอบภาระเหล่านี้เองทั้งหมด
4. บริษัทมีสายตรวจและเจ้าหน้าที่ระดับบริหารจากทางบริษัทฯ มาตรวจตราและรับทราบปัญหาต่างๆ พร้อมทั้งฝึกพนักงานเป็นประจำ
5. หากมีการเกิดข้อพิพาทแรงงาน พนักงานรักษาความปลอดภัยที่เป็นลูกจ้างของบริษัท อาจมีการสไตรค์ แต่ถ้าสถานประกอบการใช้บริการของบริษัท พงศ์สะอาด จำกัด จะสามารถป้องกันการผลละงานนี้ได้ ซึ่งเป็นการแบ่งเบาภาระและความยุ่งยากต่างๆ

6. เมื่อสถานประกอบการเลิกจ้างเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยและค่าอื่นๆ ตามกฎหมายแรงงานแต่อย่างใด หากเป็นพนักงานในบริษัทต้องจ่ายตามกฎหมายแรงงานทุกประการ ซึ่งเป็นการแบ่งเบาภาระและความยุ่งยากเกี่ยวกับปัญหาแรงงาน

7. เป็นการตัดความสนธิสนมระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัยกับพนักงานของบริษัทฯ รวมทั้งลดภาระต่างๆ ของบริษัทฯ ที่จะปรับปรุงแผนงานด้านการรักษาความปลอดภัย

8. เมื่อทรัพย์สินของสถานประกอบการเกิดการเสียหาย สถานประกอบการจะได้รับการคุ้มครองชดใช้ค่าเสียหายจากทางบริษัทฯ ตามที่ระบุไว้ในสัญญาว่าจ้างรักษาความปลอดภัย

การคัดเลือกบุคคล บุคคลที่มาปฏิบัติหน้าที่พนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทฯต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. การศึกษาขั้นต่ำ ป.6
2. มีความสามารถในการอ่านเขียนภาษาไทย
3. ความสูงไม่น้อยกว่า 162 ซม. น้ำหนักไม่น้อยกว่า 52 กก.
4. ผ่านการมีประสบการณ์การเป็นทหารมาแล้ว
5. ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ
6. เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัย

บุคคลที่บริษัท คัดเลือกเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยจะได้รับการฝึกอบรมจากบริษัท ดังนี้

ภาคทฤษฎีจะประกอบด้วย

1. ความสำนึกในหน้าที่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย
2. แนวปฏิบัติการเข้า-ออกบุคคลภายนอก
3. แนวปฏิบัติการเข้า-ออกบุคคลภายใน
4. แนวปฏิบัติงานยามวิกาล
5. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับยานพาหนะ
6. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับอัคคีภัย
7. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทและการระงับเหตุการณ์ทะเลาะวิวาท
8. การเจรจาเบื้องต้น
9. การค้นตัวผู้ต้องสงสัยและการจับกุม

10. การแจ้งเหตุทางโทรศัพท์ นกหวีด ระฆัง การใช้นาฬิกาตรวจเวลา การแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย

11. ระเบียบข้อบังคับของพนักงานรักษาความปลอดภัย

ภาคปฏิบัติจะประกอบด้วย

1. การฝึกความอดทนความพร้อมเพียง
2. การฝึกบุคลิกมือเปล่า
3. การใช้อาวุธ
4. การต่อสู้ป้องกันตัวและทรัพย์สิน
5. การเจรจา
6. การค้นตัวบุคคล กุญแจ หีบ ห่อ ยานพาหนะ และคนเมาสุรา
7. การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ดับเพลิง

การมอบหมายหน้าที่ ก่อนที่พนักงานรักษาความปลอดภัยจะไปปฏิบัติงานจะได้รับคำสั่งที่ความรับผิดชอบ การดูแลทรัพย์สินของผู้ว่าจ้างตลอดจนเข้าใจถึงปัญหาสภาพของสถานที่ที่จะต้องรับผิดชอบตลอดจนสิ่งแวดล้อมจนเป็นที่เข้าใจ

การติดตามผลการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัย

1. บริษัทฯมีเจ้าหน้าที่สายตรวจติดต่อประสานงาน กับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา
2. บริษัทฯมีหน่วยงานวิจัยประเมินผลการปฏิบัติงานตลอดจนตรวจสอบติดตามการปฏิบัติงานนอกจากเจ้าหน้าที่สายตรวจ
3. บริษัทฯมีเจ้าหน้าที่จะติดต่อประสานงานกับท่านตลอดเวลาเมื่อท่านมีปัญหา

ประโยชน์ที่ท่านได้รับการว่าจ้าง

1. ป้องกันทรัพย์สินสูญหาย
2. ป้องกันการผลงงาน การสไตรค์
3. ลดภาระต่างๆ ของบริษัทฯ ท่าน
4. เป็นการลดภาระในเรื่องค่าครองชีพและสวัสดิการ
5. ท่านไม่ต้องรับผิดชอบส่วนต่างๆเกี่ยวกับพนักงานรักษาความปลอดภัยเพราะบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

บริษัทฯมีการประกันการการสูญหายทรัพย์สินตามวงเงินที่กำหนดหรือตกลงโดย
มีบริษัทประกันภัยรับรองในความเสี่ยงภัยอันจะเกิดขึ้น

ราคาและอัตรากำล้าง

1. การกำหนดอัตรากำล้างบริษัทฯต้องสำรวจสถานที่เพื่อกำหนดแผนและ
มาตรการการรักษาความปลอดภัย
2. โดยปรกติการปฏิบัติงานพนักงานรักษาความปลอดภัยจะปฏิบัติงาน
ผลัดละ 12 ชม.

ราคาอัตราค่าบริการ

พนักงานรักษาความปลอดภัย ต่อ 12 ชม. อัตราระ 9,000 บาท/เดือน อัตรานี้
ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7 %

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมาคมผู้ประกอบการรักษาความปลอดภัยแห่งประเทศไทย (2534) ได้ศึกษาการ
ขยายตัวของอาชีพรักษาความปลอดภัย พบว่าปัจจุบันอาชีพการรักษาความปลอดภัยได้ขยายออกไป
อย่างกว้างขวางไม่ว่าในประเทศหรือต่างประเทศ งานด้านรักษาความปลอดภัยของประเทศญี่ปุ่นได้
พัฒนาออกไปสู่มาตรฐานที่สูง ลักษณะของงานด้านรักษาความปลอดภัยจะแตกต่างออกไปจาก
ประเทศไทย ซึ่งงานด้านรักษาความปลอดภัยของประเทศญี่ปุ่นจะเน้นหนักเกี่ยวกับการจราจรเป็น
ส่วนใหญ่ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะปฏิบัติหน้าที่ดีแล้ว ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่ง
คือ ประชาชนของเขาให้ความสำคัญกับอาชีพรักษาความปลอดภัย โดยเชื้อฟงให้เกียรติเจ้าหน้าที่
รักษาความปลอดภัยมาก ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุด โดยทั่วไปส่วนใหญ่บริษัทรักษา
ความปลอดภัย จะคำนึงถึงประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยจัดฝึกอบรมทั้ง
พนักงานใหม่และเก่า อาชีพรักษาความปลอดภัยเป็นที่นิยมมากในประเทศญี่ปุ่น และมีจำนวน
บริษัทรักษาความปลอดภัยประมาณ 2,000 บริษัท

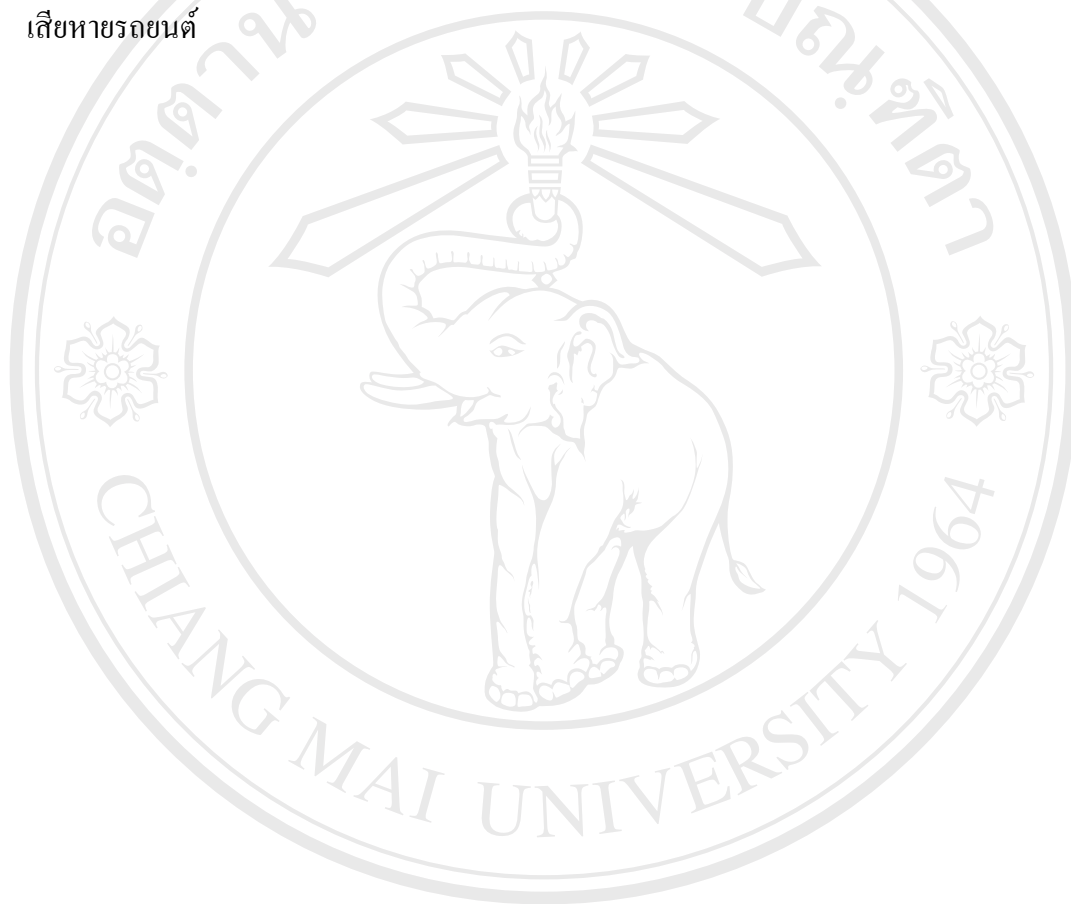
ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้
สื่อโฆษณาของธุรกิจธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อการซื้อของธุรกิจ และทฤษฎีส่วส่วนประสมตลาดบริการ มีปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเลือกใช้สื่อโฆษณา
ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลักคือ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่
ภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับความต้องการซื้อของตลาด และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
มีผลมากต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณา ส่วนการเมือง และข้อห้ามต่าง ๆ มีผลน้อยในการพิจารณาเลือก

ใช้ ทฤษฎีส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณา มีดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจะพิจารณาเลือกงานมีคุณภาพ งานได้มาตรฐาน และความเชี่ยวชาญในงาน ราคา จะพิจารณาเลือกจาก ราคาในการผลิตสื่อ การให้เครดิต ส่วนการให้ผ่อนชำระ มีผลน้อยในการเลือก พิจารณาสถานที่ ธุรกิจจะเลือกจากการติดต่อได้ง่าย ไปมาสะดวก สามารถตรวจเช็คงานได้ง่าย การส่งเสริมการขาย ธุรกิจจะเลือกจากการให้ส่วนลด การแถมเวลาและหน้ากระดาษ และการเป็นผู้สนับสนุนในกรณีร้องขอ กระบวนการให้บริการ ธุรกิจจะเลือกจากการส่งงานตรงเวลา การให้บริการลูกค้า ธุรกิจจะเลือกการบริการสำรวจตลาด บริการครบวงจร บุคลากร ธุรกิจจะเลือกจากความสามารถของพนักงาน อรรถาศัยของพนักงาน อรรถาศัยของผู้บริหาร และการรู้จักกับผู้บริหาร

อรุณี สุนทร (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารงานความปลอดภัยในระบบทวิภาคี : กรณีศึกษาคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในจังหวัดลำพูน พบว่า นายจ้างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการบริหารงานด้านมาตรการความปลอดภัย เห็นได้จากการมีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษร ปิดประกาศให้เห็นชัดเจน และมีแผนงานด้านความปลอดภัยรวมถึงมีการจัดสรรงบประมาณในการจ้างเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพให้ปฏิบัติงานเต็มเวลา นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามยังคงมีนายจ้างบางส่วนที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ทิพย์วรรณ อาจณรงค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีค่าเฉลี่ยมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ธุรกิจจะให้ความสำคัญแก่ความชำนาญในการลำเลียงรถยนต์ขึ้นลง และประสิทธิภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ธุรกิจจะพิจารณาพนักงานขับรถขนส่งที่มีความชำนาญ มีความรับผิดชอบ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ธุรกิจจะเลือกการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ติดตามงาน ตรงตามเวลาที่กำหนดและไม่ล่าช้า ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าบริการต่อเที่ยวและการให้เครดิต ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนงานตามที่บริษัทร้องขอมีส่วนลด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยและพนักงานแต่กายสุภาพ

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีค่าเฉลี่ยมาก คือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล ซึ่งธุรกิจจะเลือกเจ้าหน้าที่บริษัทขนส่งมีความรับผิดชอบสูง ประสิทธิภาพของพนักงานและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน สำหรับบริการเสริมที่ต้องการเพิ่ม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการครบวงจร เช่น ส่งรถยนต์ ตรวจสอบสภาพรถยนต์ นำรถไปเคลมประกัน การรอตรวจสภาพรถยนต์ และ การประกันความเสียหายรถยนต์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved