

การพัฒนาตัวแบบการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ใน

กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

**The Development of a Model for Vehicle Registration Number Bidding Management
by Using Product Value Strategies in the Department of Land Transport, Ministry of Transport**

นายวัลลภ งามสอน

สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

amonrat_too@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก 2) ศึกษาการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการการประมูลหมายเลขทะเบียนรถของกรมการขนส่งทางบก และ 4) การพัฒนาตัวแบบการจัดการการประมูลหมายเลขทะเบียนรถที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของกรมการขนส่งทางบก

ประชากรการวิจัย คือ คณะผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ของสำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และสำนักงานขนส่งจังหวัด กรมการขนส่งทางบก ทั้ง 76 จังหวัด การวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือแบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1,009 คน การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 11 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลและตัวแบบเส้นทางความสัมพันธ์

ผลการศึกษา พบว่า การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ มีการดำเนินการในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล พบว่า การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ในระดับสูง โดยตัวแปรการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่เน้นด้านการตลาดเชิงกิจกรรม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ โดยเฉพาะการดำเนินการที่เน้นหลักธรรมาภิบาลทางการประมูล และเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมูลโดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทาง พบว่า ตัวแบบการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบกนั้น เกิดขึ้นได้จากการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรมที่มุ่งเน้นด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประมูลหมายเลขทะเบียนรถ มีความสัมพันธ์กับการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้านธรรมาภิบาลทางการประมูลตามหลักความโปร่งใส และหลักการมีส่วนร่วม และมีความสัมพันธ์กับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมูลในการพัฒนาโครงสร้างสารสนเทศพื้นฐานและการพัฒนาเครื่องมือในการประมูล ซึ่งการดำเนินกิจกรรมหากมีการบูรณาการหลักการทั้ง 3 ด้าน คือ กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม การยึดหลักธรรมาภิบาล และการพัฒนาสารสนเทศทางการประมูล สามารถทำให้กิจกรรมการประมูลหมายเลขทะเบียนรถมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ กลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์

Abstract

The purposes of this study were; 1) to study product value creation in the Department of Land Transport, Ministry of Transport, 2) to study bidding management of vehicle registration number in the department, 3) to study the relationships between product value strategies and bidding management in the department, and 4) to develop the model for bidding management of vehicle registration number relating to product value strategies.

Population of the study was executives, officers, and stakeholders in the bidding system of the bureau of road safety fund and the bureau of provincial land transportation in 76 provinces. Sample size of the study was 1,009 people for quantitative research using questionnaires, and 11 people for qualitative research through in-depth interviews and observation. Statistics for data analysis were the frequency, percentage, mean, standard deviation, canonical regression, and path analysis.

The research findings revealed that product value creation and bidding management of vehicle registration number in the Department of Land Transport was reported at the high level.

Results from canonical analysis shown that product value creation highly related to the bidding management. The important element in the creation was marketing activities which related to the bidding management. Also good governance in the bidding process and the use of information technology in the bidding system were related to each other.

Results of path analysis shown that the model of vehicle registration number bidding management based on product value creation in the Department of Land Transport could be developed by creating product value based on marketing activities which focus on the accessibility in joining the bidding. Good governance in bidding in terms of transparency and participation, and the use of information technology in the bidding system to develop information system infrastructure and bidding tools should also be included in the model. In conclusion, the integration of marketing activity strategy, good governance, and the development of information technology in bidding system will make the bidding management more effective.

Keywords: Vehicle Registration Number, Product Value Strategies

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมการขนส่งทางบกเป็นหน่วยงานหนึ่งที่อยู่ในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีหน้าที่จัดระเบียบพัฒนาและส่งเสริมการขนส่งทางบก กำกับดูแลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมจราจร ส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่งทางถนน ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้บริการประชาชนด้วยความสะดวกรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ (กรมการขนส่งทางบก, 2556, น. 1) เพื่อให้สอดคล้องกับทศวรรษแห่งความปลอดภัยทางถนน กรมการขนส่งทางบกได้ดำเนินโครงการ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเรื่อยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงริเริ่มโครงการใหม่ ๆ หลายโครงการ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมระบบการขนส่งทางบกให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนมีระบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย เชื่อถือได้ และเป็นธรรม รวมถึงพัฒนางานบริการประชาชนด้านทะเบียนและภาษีรถ ส่งผลให้ประชาชนที่มติดต่อราชการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนนำไปสู่การแก้ปัญหาและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ อันเป็นที่มาของการสูญเสียทั้งชีวิต และทรัพย์สินได้อย่างยั่งยืน การดำเนินงานดังกล่าวได้มีการจัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งในกรมการขนส่งทางบก เรียกว่า “กองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (กปถ.)” จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2546 ตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2552 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติรถยนต์ (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 มาตรา 10/1 กำหนดให้อธิบดีกรมการขนส่งทางบกนำหมายเลขทะเบียนรถ ซึ่งเป็นที่ต้องการหรือเป็นที่นิยมของประชาชนออกประมูลเป็นการทั่วไป ตามกฎกระทรวงกำหนดหมายเลขทะเบียนซึ่งเป็นที่ต้องการหรือเป็นที่นิยมเพื่อนำออกประมูลเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2546 กำหนดให้นำหมายเลขทะเบียนรถ 301 หมายเลข ออกประมูล และให้นำเงินรายได้จากการ

ประมูลทั้งหมดเข้ากองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนสนับสนุน และส่งเสริมด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยอันเกิดจากการใช้รถใช้ถนน ตลอดจนมีเป้าหมายเพื่อลดความสูญเสียอันเกิดจากอุบัติเหตุทางถนน (สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน, 2549, น. 3-12)

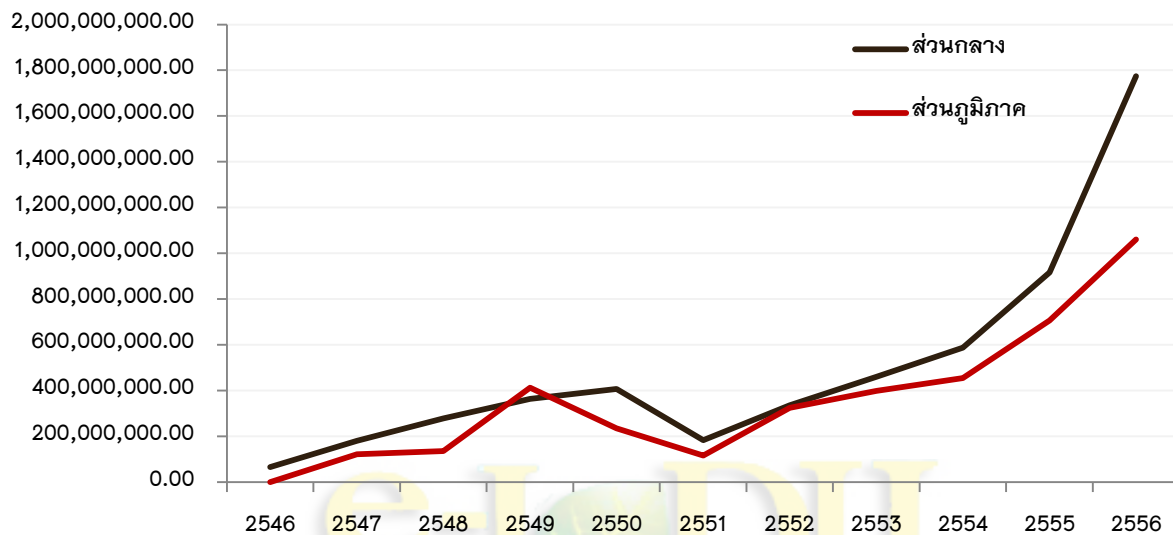
ตามกฎหมายว่าด้วยการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการดำรงตำแหน่งและปฏิบัติหน้าที่กรรมการบริหารงาน และการใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อความปลอดภัย ในการใช้รถใช้ถนน กำหนดให้ การใช้จ่ายเงินของกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (กปถ.) ให้ใช้โดยได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการฯ โดยมีขอบเขตการใช้จ่ายเงิน กปถ. (สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน, 2549, น. 10) ดังนี้

1. เพื่อเป็นเงินช่วยเหลือ เงินอุดหนุน หรือค่าใช้จ่ายเพื่อการลดอุบัติเหตุตามโครงการ/แผนงานของ กรรมการขนส่งทางบก
2. เป็นค่าอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการ อันเนื่องมาจากการประสบภัยที่เกิดจากการใช้รถใช้ถนนในส่วน ที่นอกเหนือจากค่าสินไหมทดแทนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 ทั้งนี้ ตาม หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการฯ
3. เป็นค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาวิจัยเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน
4. เป็นค่าใช้จ่ายในการจัดประมุขหมายเลขทะเบียนรถ ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานกองทุน และ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอื่นอันจำเป็นของกองทุน เช่น ค่าใช้จ่ายในการพิมพ์เอกสาร ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินคดี ติดตามคดี การดำเนินการยึดและอายัด การขายทอดตลาดทรัพย์สิน ค่าใช้จ่ายในการฟ้องไล่เบี้ย หรือเรียกเงินคืนกองทุนและค่าใช้จ่ายในการสอบบัญชีตามที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินกำหนด

ในแต่ละปีจะมีรายได้จากการประมูลหมายเลขทะเบียนรถทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเป็น จำนวนมาก ซึ่งมีรายละเอียดตามกราฟที่ 1 ดังนี้

กราฟที่ 1 รายได้จากการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ

2546-2556



ที่มา : สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน, ส่วนงานประมูลหมายเลขทะเบียนรถ. (2554). รายได้จากการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ 2546-2556. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค มียอดขายได้จากการประมูลเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงจำเป็นต้องศึกษาว่าปัจจัยทางการบริหารใดที่ส่งผลให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2554)

ดังนั้น จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะหาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลและสามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับเรื่องการสร้างคุณค่าของสินค้าที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของการบริหารการประมูลทะเบียนรถ (เลขสวย) โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่สามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 2) แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค 3) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดหรือที่เรียกว่าการตลาดภาครัฐ 4) ทฤษฎีการตลาด 5) ทฤษฎีอุปสงค์และอุปทาน 6) ทฤษฎีการประมูล ตามประเด็นของตัวแปรต้นในเรื่องการสร้างคุณค่าของสินค้า โดยทฤษฎีที่ทำการศึกษาขึ้น เพื่อให้ทราบว่าแนวคิด หรือทฤษฎีใด ที่สามารถตอบได้ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้มูลค่าของการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ หรือปัจจัยใดที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของสินค้าที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของการบริหารการประมูลทะเบียนรถ (เลขสวย) อีกทั้งเพื่อเป็นการจัดการในเรื่องส่วนผสมทางการตลาดต่อการประมูลหมายเลข

ทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม
2. เพื่อศึกษาการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการการประมูลหมายเลขทะเบียนรถของกรมการขนส่งทางบก
4. เพื่อการพัฒนาตัวแบบการจัดการการประมูลหมายเลขทะเบียนรถที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของกรมการขนส่งทางบก

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้มีคำถามการศึกษาคือ “การสร้างตัวแบบการบริหารจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบกได้จริงหรือไม่ อย่างไร” จะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เป็นสาเหตุทำให้ผลสัมฤทธิ์ของการสร้างคุณค่าของสินค้าของการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบกได้ต่อเนื่องหรือไม่ อย่างไรและ การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ IV ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้ การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรต้น และกำหนดให้ การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ DV เป็นตัวแปรตาม

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ตามประเด็นของตัวแปรต้นในเรื่องการสร้างคุณค่าของสินค้า โดยทฤษฎีที่ทำการศึกษานั้น เพื่อให้ทราบว่าแนวคิด หรือทฤษฎีใด ที่สามารถตอบได้ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้มูลค่าของการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ หรือปัจจัยใดที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของสินค้าที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของการบริหารการประมูลทะเบียนรถ (เลขสวย) อีกทั้งเพื่อเป็นการจัดการในเรื่องส่วนผสมทางการตลาดต่อการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด เพื่อสร้างตัวแบบการบริหารการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบกและ เพื่อหาผลสัมฤทธิ์ของการสร้างคุณค่าของสินค้าของการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบก และสาเหตุของ การจัดการ

ประมวลหมายเลขทะเบียนรถDV อันเกิดจาก การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์IV เป็นอย่างไร สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ตามตัวแบบที่ 1

ตัวแบบที่ 1 กรอบแนวความคิดการจัดการประมวลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก



นิยามศัพท์

1. การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่สร้างความนิยมให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์แก่ผู้รับบริการ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วย การสร้างอรรถประโยชน์ อุปสงค์ผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเชิงกิจกรรม

1.1 การสร้างกระแส หมายถึง การสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจ และให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) และการบอกกล่าวแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ใช้คนหรือใช้สื่อ ทั้งนี้เพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และจูงใจผู้ซื้อที่มีศักยภาพเกี่ยวกับสินค้าของตน การใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ที่สามารถส่งข่าวสารไปสู่ผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงภายในระยะเวลาอันรวดเร็วผ่านสื่อมวลชน

1.2 อรรถประโยชน์ หมายถึง ความพึงพอใจ ที่เกิดขึ้นจากการได้มาซึ่งหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนของผู้ประมวลหมายเลขทะเบียนรถ

1.3 อุปสงค์ผู้บริโภค หมายถึง ความสามารถและความต้องการสินค้า ณ ราคาต่าง ๆ กันในระยะเวลาที่กำหนดกล่าวคือ ความสามารถ ความต้องการให้ได้มาซึ่งหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ในแต่

ละกลุ่มที่ตนเข้าร่วมประมูลและมีความต้องการในหมายเลขทะเบียนรถ ณ ราคาที่เสนอประมูล ตามระยะเวลาที่กำหนดในการประมูล

1.4 พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง เหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า กล่าวคือสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ประกอบด้วยการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1.5 การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึง การสร้างแรงดึงดูดใจ เป็นวิธีการจูงใจ ดึงดูด รักษา ลูกค้านั้นมีหลากหลายวิธีแล้วแต่กลยุทธ์วิธีบริหารของแต่ละองค์กร แต่วิธีหนึ่งที่เป็นที่นิยมและมีประสิทธิผลที่ดี คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยมีกระบวนการบริหารการตลาดซึ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในด้านต่างๆเพื่อดูแลรักษาความพึงพอใจของลูกค้าให้อยู่ในระดับสูงสุดให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ ประกอบด้วยความเพ็ดพิณ ความท้าทาย ความตื่นตัวเร้าใจ

1.6 กองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน หมายถึง กองทุนฯ จัดตั้งขึ้นในวันที่ 28 กรกฎาคม 2546 ตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติรถยนต์ (ฉบับที่ 12) พ.ศ.2546 ซึ่งกำหนดให้อธิบดีกรมการขนส่งทางบกนำหมายเลขทะเบียนซึ่งเป็นที่ต้องการหรือเป็นที่นิยมของประชาชน ออกประมูลเป็นการทั่วไป และให้จัดตั้งกองทุนขึ้นกองทุนหนึ่งในกรมการขนส่งทางบก เรียกว่ากองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยให้นำเงินรายได้จากการประมูลทั้งหมดเข้ากองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

2. การจัดการการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ หมายถึง การนำกลยุทธ์ด้านการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์มาปรับใช้ในการประมูลหมายเลขฯ ภายใต้การจัดการ ด้านธรรมาภิบาล ด้านบุคลากร ด้านการสร้างกลไกความยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2.1 ธรรมาภิบาลทางการประมูล หมายถึง หลักความโปร่งใสกระบวนการเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมาชี้แจงได้ เมื่อมีข้อสงสัยและสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารอันไม่ต้องห้ามตามกฎหมายได้อย่างเสรี โดยประชาชนสามารถรู้ทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมหรือกระบวนการต่างๆ และสามารถตรวจสอบได้ การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาในการทำงานขององค์กรประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สะดวกและเข้าใจง่าย มีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องอย่างชัดเจนในการประมูลรวมไปถึงการประมูลออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตด้วย

2.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่ส่งเสริมให้ บุคลากร เพิ่มความรู้ และทักษะ มีพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของ บุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การสร้างการประมุลที่ยั่งยืน หมายถึง การสร้างตลาดให้แก่งานประมุลแต่ละจังหวัด โดยเฉพาะงานที่มีสัญลักษณ์ทางการค้าที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและประมุลให้แก่ผู้สนใจให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 เทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมุล หมายถึง การจัดการการสื่อสารการตลาดครบ วงจร ซึ่งอาจจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือบุคคล เพื่อให้ผู้บริโภคพบเห็นตราสินค้ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในอันที่จะสื่อความหมายในการสร้างความ เข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคโดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรม ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ ของธุรกิจนั้น การสื่อความหมาย เป็นความพยายามของธุรกิจในอันที่จะถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับสินค้าและ บริการ ที่ตนเสนอออกไปขายอยู่ในตลาด เพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภค ยอมรับในสินค้าและบริการนั้นๆ ตลอดจนแสดงพฤติกรรมในการซื้อในที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยและองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และการจัดการ การประมุลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบก
2. สามารถพัฒนาตัวแบบการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ที่สัมพันธ์กับการสร้างคุณค่า ของผลิตภัณฑ์ของกรมการขนส่งทางบก เพื่อนำองค์ความรู้มาบริหารจัดการกองทุนเพื่อความปลอดภัยใน การใช้รถใช้ถนน ที่มีบทบาทหลักในการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิจัยแบบผสานวิธีทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่เป้าหมาย ของการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงพื้นที่ศึกษาหรือพื้นที่เป้าหมาย คือ กรมการขนส่งทางบก ครอบคลุมสำนักงานขนส่งจังหวัดทั่วประเทศ 76 จังหวัด รวมทั้งพื้นที่ส่วนกลางในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 77 จังหวัด ประชากรทั้งจังหวัด 4,113 คน สุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดความ คลาดเคลื่อนร้อยละ 0.03 สำหรับประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการผู้ปฏิบัติงานใน กิจกรรมการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ ในภูมิภาคและกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,009 ตัวอย่าง โดยการ

ทดสอบแบบสอบถามที่สร้างจากตัวชี้วัดของกรอบแนวคิดการศึกษา เป็นคำถามปลายปิด มีมาตรวัดของตัวชี้วัดแบบช่วงวัด (Interval scale) มีคะแนนของมาตรวัด คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยมาก ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการคำนวณหาค่า IVC (Item Variable Congruence Index) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า $IVC = 0.97$ และหาความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 คน ได้ค่าอัลฟา ตัวแปรรวม (V) = 0.98

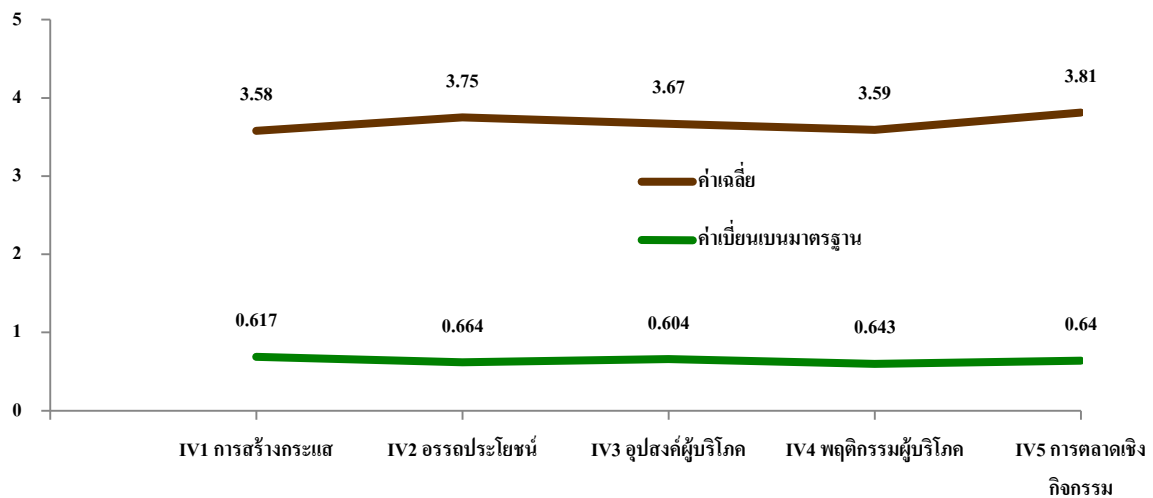
การศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและสอบถามประชาชนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประมวลหมายเลขทะเบียนรถขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกจากประเด็นคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐานเพื่อนำข้อมูลการสัมภาษณ์มาสนับสนุนข้อค้นพบของการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยรวบยอดสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การศึกษา ได้ดังนี้

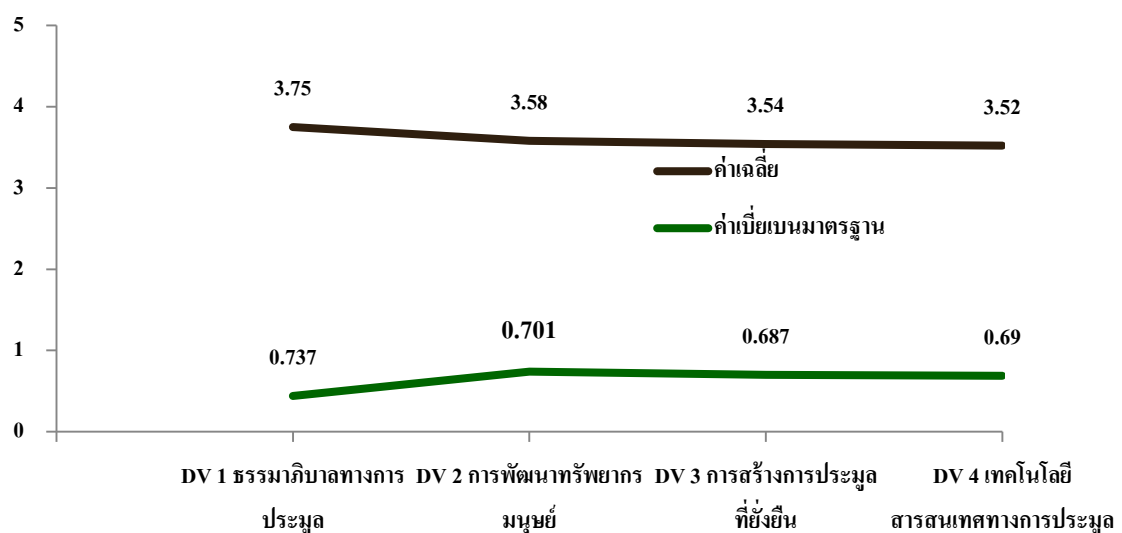
1. การจัดการความปลอดภัยทางถนนของจังหวัดขอนแก่น พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีการจัดการความปลอดภัยทางถนนอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสรุปผลศึกษาระดับการจัดการความปลอดภัยทางถนนของจังหวัดขอนแก่น เท่ากับ 0.31 โดยเฉพาะด้านการบริการทางการแพทย์ ที่จังหวัดขอนแก่นให้ความสำคัญในการจัดการงานบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินมากที่สุด รองลงมาด้านการบังคับใช้กฎหมาย การดำเนินการทางวิศวกรรม และการให้การศึกษามอเตอร์ยังมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง
2. การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ระดับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.359 โดยเฉพาะกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม ที่มีระดับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์และให้ความสำคัญมากกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมาคือ อร์รประโยชน์ อุปสงค์ผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค และการสร้างกระแส มีการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทุกด้านตามลำดับ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 1 เพื่อศึกษาการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรรมกรขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

กราฟที่ 2 การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์



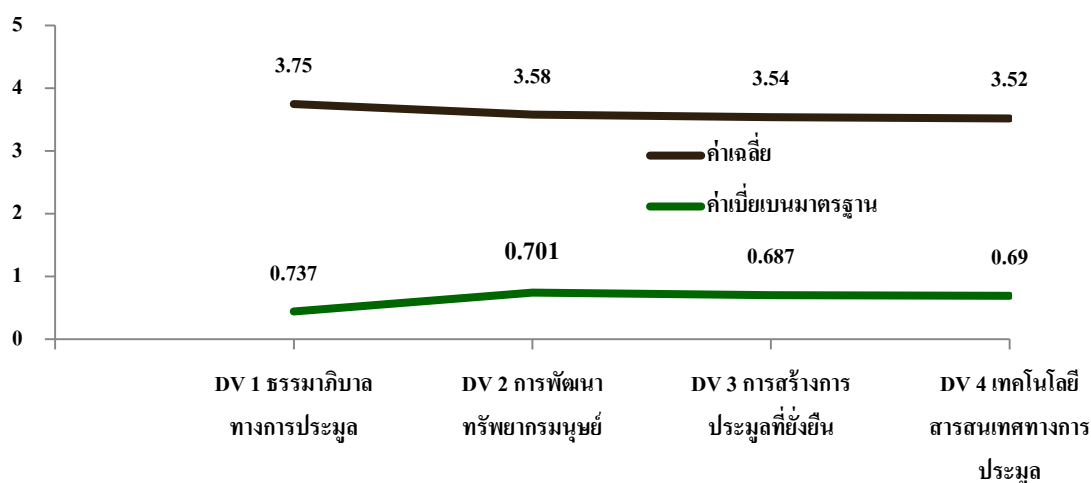
3. การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ระดับการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถภาพรวมมีการจัดการในระดับมากทุกด้านมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.359 โดยเฉพาะกรมการทะเบียนรถ ที่มีระดับการจัดการให้ความสำคัญมากกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสร้างการประมูลที่ยั่งยืน และเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมูลทุกด้านมีการจัดการอยู่ในระดับมากตามลำดับ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 2 เพื่อศึกษาการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

กราฟที่ 2 การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ



4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการการประมวลหมายเลขทะเบียนรถ (เลขสวย) ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการขนส่งทางบก ผลการทดสอบการดำเนินการในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการการประมวลหมายเลขทะเบียนรถของกรมการขนส่งทางบก ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r=0.818$) โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม ที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการประมวลหมายเลขทะเบียนรถตามหลักธรรมาภิบาลทางการประมวล และเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมวล โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รายละเอียดตามตัวแบบที่ 2 ซึ่งกรมการขนส่งทางบกมุ่งเน้นตามหลักธรรมาภิบาลทางการประมวล ยึดหลักความประหยัดในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การบริหารการประมวลต้องทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ในการจัดการประมวล เน้นการให้บริการที่สามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดและสร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความต้องการของประชาชน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่าง อีกทั้งยังสนับสนุนและส่งเสริมการจัดประมวลหมายเลขทะเบียนรถให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ผ่านการประชาสัมพันธ์ ยังเป็นการกระตุ้นยอดการประมวลหรือสร้างกระแส นำไปสู่รายได้จากการประมวลที่เพิ่มขึ้น แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ เชิงปริมาณโดยวิธีการ canonical correlation ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ ดังตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

ตัวแบบที่ 2 ความสัมพันธ์การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการประมวลหมายเลขทะเบียนรถ (ตามการวิเคราะห์ Canonical)



5. ตัวแบบการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ใน กรมการขนส่งทางบก

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อการพัฒนาตัวแบบการจัดการการประมุลหมายเลขทะเบียนรถที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของกรมการขนส่งทางบก โดยการวิเคราะห์เส้นทาง Path Analysis จากผลการทดสอบเส้นทางความสัมพันธ์ตามสมมติฐานดังกล่าวทำให้ทราบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ที่แสดงถึงเส้นทางระดับความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ โดยเฉพาะการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม กับ การจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ ด้านธรรมาภิบาลทางการประมุลตามหลักหลักความโปร่งใสและ หลักการมีส่วนร่วม และการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมุล ในการพัฒนาโครงสร้างสารสนเทศพื้นฐานและการพัฒนาเครื่องมือในทางการประมุลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ผู้ศึกษาจึงพัฒนามาเป็นตัวแบบที่ 3 ในลักษณะตัวแบบความสัมพันธ์ทางสังคมศาสตร์ที่สามารถเป็นภาพกระบวนการของตัวแบบการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรมการขนส่งทางบกที่ชัดเจน และนำไปสร้างองค์ความรู้และใช้ประโยชน์จากตัวแบบได้จริง สามารถอภิปรายผลการพิสูจน์เส้นทางความสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การพัฒนาตัวแบบการจัดการการประมุลหมายเลขทะเบียนรถมีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของกรมการขนส่งทางบก โดยมุ่งเน้น การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม ในการดูแลลูกค้าเพื่อให้เกิดอำนวยความสะดวกเรียบร้อยแก่ผู้เข้าร่วมประมุล ในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การสร้างแรงดึงดูดใจ การสร้างตัวเลขให้มีคุณค่ามากที่สุด การดูแลงานประมุล ตลอดจนการลงทะเบียนการประมุลที่สามารถทำให้ประชาชนผู้เข้าร่วมประมุลเกิดความประทับใจมากที่สุด ในขณะเดียวกันกิจกรรมการประมุลหมายเลขทะเบียนรถต้อง มีกระบวนการเปิดเผยตามหลักธรรมาภิบาลทางการประมุล มีการจัดการโดยเฉพาะเพื่อหลักความโปร่งใส และหลักการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดเครื่องมือการผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมุล การพัฒนาและ โครงสร้างสารสนเทศพื้นฐาน และการพัฒนาเครื่องมือในทางการประมุล การประมุลหมายเลขทะเบียนให้ ดำเนินการตามแบบแผนที่วางไว้โดยวิธีและขั้นตอน ซึ่งผู้ประมุลจะใช้วิธีและขั้นตอนการเสนอราคาผ่าน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถในกรมการขนส่งทางบกต่อไป

บทสรุป

ผลการศึกษา พบว่า การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และการจัดการประมุลหมายเลขทะเบียนรถ มีการดำเนินการในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการ

จัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ในระดับสูง โดยตัวแปรการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่เน้นด้านการตลาดเชิงกิจกรรม เป็นตัวแปรสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการจัดประมูลหมายเลขทะเบียนรถ โดยเฉพาะการดำเนินการที่เน้นหลักธรรมาภิบาลทางการประมูล และเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมูล

จากตัวแบบที่ 3 สามารถประยุกต์ระบบการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถของกรมการขนส่งทางบก ภายใต้การดำเนินงานของกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ภายใต้แนวคิดเชิงบูรณาการแบบองค์รวม ทำให้ระบบการบริหารงานในกิจกรรมการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก โดยเฉพาะกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน สามารถดำเนินงานตามกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นบทบาทของการตลาดเชิงกิจกรรมให้สามารถตอบสนองต่อการประมูลหมายเลขทะเบียนรถทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้สามารถสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ คือ แผ่นป้ายทะเบียนรถ จนสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และเห็นถึงคุณค่าและผลประโยชน์สาธารณะที่ได้เข้าร่วมประมูลหมายเลขทะเบียนรถของกรมการขนส่งทางบก ในขณะเดียวกันการจัดกิจกรรมการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ จำเป็นต้องอาศัยหลักธรรมาภิบาล ทั้งกิจกรรมการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ กิจกรรมการบริหารจัดการงบประมาณที่ได้จากการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ เพื่อให้การดำเนินงานเกิดความโปร่งใสในระดับสูงสุด ซึ่งการพัฒนากระบวนการจัดการงานประมูลหมายเลขทะเบียนรถจะต้องพัฒนาควบคู่และขนานกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความทันสมัยในยุคปัจจุบัน

ตัวแบบที่ 3 การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถด้วยกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในกรรมการขนส่งทางบก



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์

1.1 การสร้างแรงดึงดูดใจ การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถควรมีการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ในด้านต่างๆเพื่อดูแลรักษาความพึงพอใจของลูกค้าให้อยู่ในระดับสูงสุดให้นาน ที่สุดเท่าที่จะทำได้ ประกอบด้วยความปลอดภัย ความท้าทาย ความตื่นเต้นเร้าใจ

1.2 การสร้างตัวเลขให้มีคุณค่ามากที่สุด การจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถควรแสดง คุณค่าสุทธิจากผลิตภัณฑ์ (สินค้า/บริการ) ซึ่งผู้เข้าร่วมสามารถรับรู้หรือรู้สึกได้ในคุณค่าหรือคุณประโยชน์ที่ ได้รับ (Total Customer Value) กับค่าใช้จ่าย/ต้นทุนต่างๆที่ลูกค้าต้องจ่ายไป ทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะยังคง เข้าร่วมประมูลหมายเลขทะเบียนรถอย่างต่อเนื่อง

1.3 การดูแลงานประมูล การเตรียมพร้อมหรือการค้นหาและสืบค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การประมูลในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลต่างๆ อย่าง ต่อเนื่องและทันกาล เช่น เงื่อนไขในการประมูล กฎเกณฑ์ กฎหมาย วิธีเข้าร่วมการประมูล เวลาในการ ประมูล ราคาสินค้าและบริการ ทั้งการอำนวยความสะดวกในการดูแลลูกค้าเพื่อให้เกิดความสะดวก เรียบร้อย การจัดให้มีผู้ช่วยดำเนินรายการเพื่อช่วยให้การประมูลเป็นไปด้วยความคล่องตัวสนุกสนาน และ แนะนำและชี้แจงเรื่องเอกสารต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะการจัดการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ

2.1 การมุ่งเน้นหลักธรรมาภิบาลทางการประมูล ควรรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานโดย การยึดหลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม และหลักความคุ้มค่า กระบวนการจัดการประมูลมีการเปิดเผย ข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาชี้แจงได้ เมื่อมีข้อสงสัยและสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารอันไม่ต้องห้าม ตามกฎหมายได้อย่างเสรี โดยประชาชนสามารถรู้ทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมหรือกระบวนการต่างๆ และสามารถตรวจสอบได้ การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาในการทำงานของ กปด. ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สะดวกและเข้าใจง่าย และมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความ ถูกต้องอย่างชัดเจน สามารถสร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความ ต้องการของประชาชน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.2 การมุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศทางการประมูล ภายใต้ภาวะการณ์ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้การใช้เครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ดังนั้น กองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน กรมการขนส่งทางบก ยังคงต้องมีการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก. *ประวัติความเป็นมา*. เข้าถึงได้จาก: http://www.dlt.go.th/th/index.php?option=com_content&view=article&id=67:2009-09-17-10-08-24&catid=38:2009-09-17-10-03-21&Itemid=80., 20 กรกฎาคม 2556.
- ธีรยุทธ์ วัฒนาศุโข. (2552). *คัมภีร์ร้อยกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊ค.
- วิทยา สุหฤตคำรงค์. (2547). *วิธีแห่งโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 2: หนทางแห่งความเป็นเลิศทางธุรกิจท่ามกลางกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: อี. ไอ. สแควร์ พับลิชชิง.
- สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน, ส่วนงานประมูลหมายเลขทะเบียนรถ. (2554). *รายได้จากการประมูลหมายเลขทะเบียนรถ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ 2546-2556*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน.
- สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน. (2549). *รายงานประจำปี 2549*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน กรมการขนส่งทางบก.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). *จิตวิทยาในการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, Philip and Keller. (2009). *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Porter, Michael. (1970). *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution to Competitiveness Theory*. London: World Scientific Publishing Co. Pte.Ltd.