



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

รูปแบบอรรถภาคในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ Patterns of Moves of Logistics Company Profiles

สิริลักษณ์ ภัคศิโชติ¹

อังค์วรา เหลืองนภา²

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: s60123405008@ssru.ac.th

²สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: angvarrah.li@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอรรถภาคในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์และเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบของอรรถภาคในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป โดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์บริษัทโลจิสติกส์ทั้งหมด 40 บริษัท ได้แก่บริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำ 20 บริษัทและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป 20 บริษัท งานวิจัยนี้ใช้โปรแกรม AntConc ช่วยในการหาคำศัพท์ที่มีความถี่สูงเพื่อกำหนดประเภทของอรรถภาคในการเขียนให้ข้อมูลบริษัท ผลการวิจัยพบอรรถภาคทั้งหมด 10 ประเภทอรรถภาคที่พบความถี่มากที่สุดของบริษัทชั้นนำ คือ ‘เอกลักษณ์’ ขณะที่อรรถภาคที่พบความถี่มากที่สุดของบริษัททั่วไป คือ ‘ลักษณะการบริการ’ ความแตกต่างของการเขียนให้ข้อมูลโดยใช้ประเภทของอรรถภาคที่ต่างกันสะท้อนให้เห็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์อรรถภาค, ข้อมูลบริษัท, โปรแกรม AntConc

Abstract

The aims of the study were to investigate moves of logistics company profiles and to compare the move patterns between world top logistics companies and general logistics companies. The data investigated was 40 company profiles, 20 of the world top companies and 20 of the general companies. AntConc program was used to identify move categories. The 10 moves of logistics company profiles were found. Also, it was found that move ‘Unique characteristics’ were most frequently used in the profiles of the world top companies whereas move ‘Services’ were more frequently used in the profile of the general logistics companies. The results of the study showed the differences of move patterns between the world top and



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ที่แสดงจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร เพื่อให้สามารถเข้าใจจุดมุ่งหมายในการสื่อสารในงานเขียนประเภทอื่นๆ แนวคิด
อรรถาภิธานวิเคราะห์จึงได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานเขียนประเภทต่างๆ อาทิ บทความทาง
การแพทย์สำหรับคนอ่านทั่วไป (Nwogu, 1991) การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย (Connor and Mauranen,
1999) บทความย่อ (Salager-Myer, 1992; Brett, 1994, ทรงศรี สรณสถาพร และ ชัยพันธ์ ยาทิพย์, 2561)
ตลอดจนงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ อาทิเช่น จดหมายส่งเสริมการขายและจดหมายสมัครงาน
(Bhatia, 1993)

ขณะที่ในปัจจุบัน การให้บริการทางโลจิสติกส์มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของบริษัท
เพื่อให้ลูกค้าและบุคคลอื่นรู้จักบริษัทของตนเองมากขึ้น บริษัทต่างๆ รวมถึงบริษัทโลจิสติกส์นิยมประชาสัมพันธ์
บริษัทตนเองทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าการเขียนเพื่อให้ข้อมูล
ของบริษัทโลจิสติกส์มีหลายรูปแบบและหลายวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร (Communicative purposes) ที่
แตกต่างกันจึงทำให้มีการใช้อรรถาภิธาน (Move) ที่แตกต่างในการเขียนข้อมูลโปรไฟล์บริษัทการศึกษาในครั้งนี้จึง
มีเป้าหมายในการศึกษารูปแบบของอรรถาภิธานในการเขียนให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ โดยกำหนดขอบเขตศึกษาเพียง
บริษัทโลจิสติกส์ประเภท Courier เพื่อให้วัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร หรือประเภทของอรรถาภิธานในการให้ข้อมูล
บริษัทในหน้าเว็บไซต์ การศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้ทราบการเขียนเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทโลจิสติกส์
เพื่อเป็นแนวทางให้กับบริษัทโลจิสติกส์ได้เห็นถึงรูปแบบในการเขียนให้ข้อมูลบริษัทของตนเองเพื่อนำเสนอ
ภาพลักษณ์และดึงดูดลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของอรรถาภิธานในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์
2. เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบของอรรถาภิธานในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำ
และบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาอรรถาภิธานของการเขียนให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ประเภท Courier ในหน้าเว็บไซต์
จำนวนทั้งหมด 40 บริษัท โดยแบ่งออกเป็นบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำจำนวน 20 บริษัท และบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป
20 บริษัท

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การรวบรวมข้อมูล
เก็บข้อมูลบริษัทจากเว็บไซต์ จำนวนทั้งสิ้น 40 บริษัท โดยเก็บจากบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและทั่วไปเป็น
จำนวนเท่ากันอย่างละ 20 บริษัท หาข้อมูลบริษัทจาก Google ค้นหาคำว่า World top courier service และ
Courier service จากเว็บไซต์หลายๆเว็บแล้วจัดเรียงความถี่บริษัทสูงสุดอย่างละ 20 อันดับ แล้วจึงค้นหาข้อมูล



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

โปรไฟล์จากหน้าเว็บไซต์ของแต่ละบริษัท โดยบริษัทชั้นนำที่เลือกมาเป็นบริษัทที่ติดอันดับบริษัทชั้นนำในปี 2562 ที่ จั ด อ น ดั บ โ ต ย เ ว็ บ ซ า อี ต https://www.value.today/world-top-companies/courier แล ะ https://topyaps.com/top-10-most-popular-courier-services-in-the-world/

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ใช้โปรแกรม AntConc ในการวิเคราะห์หาคำศัพท์ที่มีความถี่สูง การวิเคราะห์ทำโดยนำไฟล์ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ ทั้งหมด 40 บริษัท แปลงเป็นไฟล์นามสกุล .txt เนื่องจากโปรแกรม AntConc วิเคราะห์ได้เพียงไฟล์ประเภทนี้เท่านั้น จากนั้นนำไฟล์ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ ในรูปแบบ .txt เข้าโปรแกรม AntConc เพื่อระบุคำศัพท์ที่มีความถี่สูงต่อไป

2.2 นำคำศัพท์ที่มีความถี่สูง มาจัดกลุ่มตามวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร Communicative purpose) แล้วนำวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารที่พบมาใช้ในการกำหนดประเภทของอัตถภาค

2.3 นำวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารและประเภทของอัตถภาคที่ได้ไปเป็นกรอบในการทดลองวิเคราะห์ แล้วปรับแก้ไข หลักจากนั้นนำกรอบที่ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยตรวจสอบ เมื่อแก้ไขตามคำแนะนำและได้กรอบที่สมบูรณ์ (ดูตารางที่ 1) นำไปวิเคราะห์ และให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยตรวจสอบผลการวิเคราะห์

ตารางที่ 1 ประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารและอัตถภาค

คำศัพท์ที่มีความถี่สูง	วัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร	ประเภทของอัตถภาค
Established, founded, started, history	นำเสนอประวัติความเป็นมาของ บริษัท ระยะเวลาที่เปิด ปีที่ก่อตั้ง	Move 1 ประวัติ
Headquarter, located in	ระบุที่ตั้งบริษัทหรือสำนักงานใหญ่	Move2 ที่ตั้ง
service, provide, deliver, offer, send, ship, carrier, import, export, freight, courier, delivery	อธิบายลักษณะ ชนิด ประเภทของ การให้บริการ	Move3 ลักษณะการ บริการ
International, national, global, local, domestic, regional, province, overseas, district, aboard, continents, cities	ระบุพื้นที่ที่ให้บริการ	Move4 พื้นที่
Leading, best, largest, most, biggest, excellent, award, top, efficient, more, effective, lower, shorter, pioneering	นำเสนอเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของ บริษัท เช่น จุดขาย จุดเด่นของ บริษัท รางวัลที่ได้รับ	Move5 เอกลักษณ์
Partnership, stakeholders, partner, as part of	ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทร่วม	Move6 บริษัทร่วม



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

Million, billion, pieces	แจกแจงยอดสินค้าที่ทำการจัดส่งในแต่ละวัน	Move7 จำนวนสินค้า
Employees, agent, member, staff, offices, branch, subsidiary, franchises, company, people	ให้ข้อมูลบริษัท ได้แก่ พนักงาน (ตัวแทน จำนวนคน) สาขา	Move8 ข้อมูลบริษัท
Focus, mission, objective, aim, purpose, goal, policy, vision, believe in, aimed at	แสดงนโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์	Move9 นโยบาย
Experience	ให้ข้อมูลประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้า	Move10 ประสบการณ์

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การเขียนให้ข้อมูลบริษัทเพื่อหาประเภทของอัตถภาคระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปพบจำนวนของอัตถภาคประเภทต่างๆดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนความถี่ของอัตถภาคประเภทต่างๆระหว่างบริษัทชั้นนำกับบริษัททั่วไป

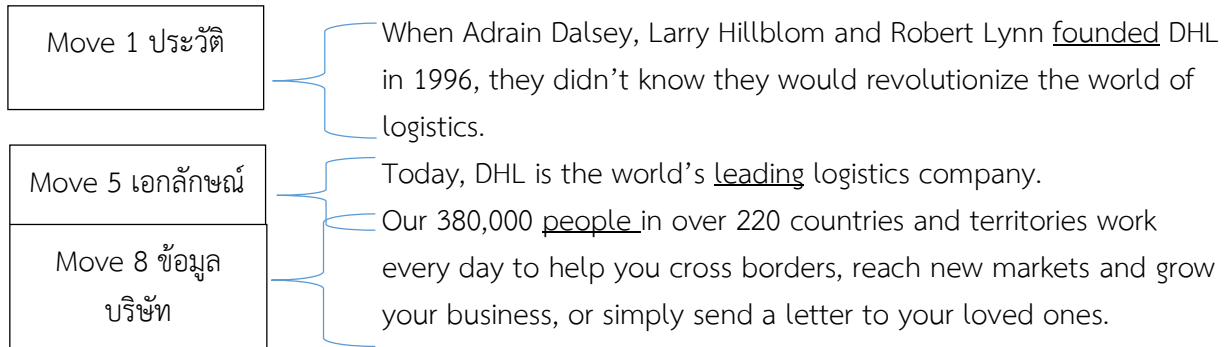
ประเภทของ อัตถภาค	Move 1	Move 2	Move 3	Move 4	Move 5	Move 6	Move 7	Move 8	Move 9	Move1 0
บริษัท โลจิสติกส์ชั้นนำ	2	2	8	3	17	3	4	7	7	3
บริษัท โลจิสติกส์ทั่วไป	7	0	16	6	11	0	1	9	10	2

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นจำนวนความถี่ของแต่ละอัตถภาคเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป อัตถภาคที่บริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำนิยมใช้มากที่สุดได้แก่อัตถภาคที่ 5 ‘เอกลักษณ์’ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของบริษัท ขณะที่บริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปนิยมใช้อัตถภาคที่ 3 ‘ลักษณะการบริการ’ มากที่สุด เพื่อเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการของบริษัทนอกจากนั้น ไม่พบการใช้อัตถภาคที่ 2 ‘ที่ตั้ง’ และอัตถภาคที่ 6 ‘บริษัทร่วม’ ในการให้ข้อมูลของบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปที่นำมาศึกษาเป็นบริษัทขนาดเล็ก และตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ไม่เป็นที่รู้จักทั่วไป

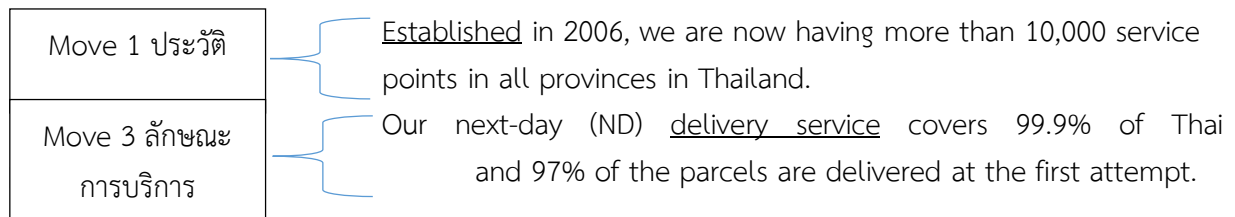


การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตัวอย่างการวิเคราะห์อิทธิพลของการให้ข้อมูลบริษัทชั้นนำ
 บริษัท DHL



ตัวอย่างการวิเคราะห์อิทธิพลของข้อมูลโปรไฟล์บริษัททั่วไป
 บริษัท Kerry Express



นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบของอิทธิพลในการให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ระหว่าง บริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป จากการศึกษาารูปแบบของอิทธิพลตามกรอบประเภทของอิทธิพลที่ตั้งไว้ พบรูปแบบของอิทธิพลที่หลากหลาย ดังตารางที่ 3



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตารางที่ 3 รูปแบบของอัตรภาค

บริษัทโลจิสติกส์ ชั้นนำ	รูปแบบอัตรภาค		บริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป	รูปแบบอัตรภาค	
	ที่	การเรียงลำดับ		ที่	การเรียงลำดับ
DHL	1	1 → 5 → 8	Kerry Express	1	1 → 3 → 4 → 5
HellmanWorldwide Logistics		1 → 8	SML		1 → 3 → 5 → 9
S.F. Holding	2	2 → 8 → 3 → 5	CTT Logistics Company	1	1 → 4 → 9 → 8 → 10 → 3
DB Schenker	3	3 → 10	OCS		1 → 8 → 5 → 3
Royal Mail		3 → 7 → 8 → 5	ABest Express		1 → 8 → 9
TNT		3 → 8 → 5	Speedpost	3	
Blue Dart	4	4 → 6 → 3 → 5	Xdel	3	3
FedEx		5	Yamato Logistics		3
Purolator	5	5	Courier Service Thailand	3	3 → 1 → 9
OnTrac		5 → 10	Bombino Express		3 → 8
PostNL		5 → 3 → 7	BEST Express		3 → 9
TFI International		5 → 4 → 3 → 9	The SkyNet Worldwide Express	4	4 → 3 → 5
Spee-Dee		5 → 7 → 8	Flash Express		5 → 1 → 8 → 9 → 7 → 3
DPDgroup	5 → 7 → 9 → 10	SkyNet International Courier Services	5	5 → 3 → 8	
Deutsche Post	5 → 9	LBC		5 → 4 → 3	
YRC Worldwide	6	6 → 5 → 2	DPEX	5	5 → 4 → 9
DTDC	8	8 → 6 → 9	Network Courier		5 → 10 → 9
LASERSHIP	9	9 → 5	ESL Express		8
Singapore Post		9 → 5 → 3	MARATHONERS	8 → 3 → 9	
UPS		9 → 5 → 4	Dragon Courier	8 → 4 → 9 → 3 → 5	



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

จากตารางนี้ชี้ให้เห็นว่าอัตถภาคทั้งของบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและทั่วไปมีหลากหลายรูปแบบ เมื่อจัดกลุ่มรูปแบบของอัตถภาคตามอัตถภาคขั้นต้น พบว่าบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำ 20 บริษัท ใช้อัตถภาคขั้นต้น 8 รูปแบบ โดยขั้นต้นด้วยอัตถภาค 8 ประเภท ไม่พบการใช้อัตถภาคขั้นต้นด้วยอัตถภาคที่ 7 ‘จำนวนสินค้า’ และ 10 ‘ประสบการณ์’ อัตถภาคที่ใช้ขั้นต้นมากที่สุดได้แก่ อัตถภาคที่ 5 ‘เอกลักษณ์’ ขณะที่บริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป 20 บริษัท นิยมใช้อัตถภาคขั้นต้น 5 รูปแบบ โดยนิยมขั้นต้นด้วยอัตถภาคที่ 3 ‘ลักษณะการบริการ’ มากที่สุด โดยพบทั้งสิ้น 6 บริษัท และพบรูปแบบการใช้อัตถภาคที่ 1 ‘ประวัติ’ และอัตถภาคที่ 5 ‘เอกลักษณ์’ เป็นอัตถภาคขั้นต้นมากที่สุด โดยพบเป็นจำนวนทั้งสิ้นอย่างละ 5 บริษัท นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการเขียนใช้อัตถภาคที่ 4 ‘พื้นที่’ และอัตถภาคที่ 8 ‘ข้อมูลบริษัท’ เป็นอัตถภาคขั้นต้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ไม่พบการใช้อัตถภาคขั้นต้นด้วย อัตถภาคที่ 7 ‘จำนวนสินค้า’ และ 10 ‘ประสบการณ์’ เช่นเดียวกับบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำ

นอกจากนั้น จากตารางที่ 3 ยังชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างในการเขียนให้ข้อมูลบริษัทระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปในด้านจำนวนประเภทของอัตถภาคที่ใช้ กล่าวคือบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำนิยมเขียนให้ข้อมูลบริษัทโดยใช้จำนวนอัตถภาคสูงสุด 4 ประเภท ขณะที่บริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปให้ข้อมูลบริษัทโดยใช้จำนวนอัตถภาคสูงสุดถึง 6 ประเภท

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ พบอัตถภาคในการให้ข้อมูลบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 10 อัตถภาคดังนี้ 1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท 2. ที่ตั้งบริษัทหรือสำนักงานใหญ่ 3. ลักษณะการให้บริการ 4. พื้นที่ให้บริการ 5. เอกลักษณ์ที่โดดเด่น 6. ข้อมูลบริษัทรวม 7. ยอดส่งสินค้า 8. ข้อมูลบริษัท 9. นโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และ 10. ประสบการณ์

ผลการวิจัยพบการใช้อัตถภาคที่หลากหลายและแตกต่างกันระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและบริษัทโลจิสติกส์ทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทรงศรี สรณสถาพร และ ชัชชนันท์ ยาทิพย์ (2561) ที่ว่าการเขียนที่ถึงแม้จะเป็นประเภทเดียวกัน แต่ถ้ามีแนวคิดที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการใช้อัตถภาคที่แตกต่างกัน

นอกจากนั้น การศึกษาครั้งนี้ยังพบการใช้รูปแบบการใช้อัตถภาคเริ่มต้นที่แตกต่างกัน โดยบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำเริ่มต้นด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของบริษัทในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของบริษัทเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทและดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการขณะที่บริษัทโลจิสติกส์ทั่วไปเริ่มต้นด้วยการนำเสนอภาพลักษณ์โดยการชี้ให้เห็นถึงลักษณะการให้บริการของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงขอบข่ายการให้บริการที่หลากหลายและทำให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะใช้บริการได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและอาจมีสาเหตุมาจากที่บริษัททั่วไปนี้เป็นบริษัทที่เกิดขึ้นใหม่ จึงยังไม่มีรางวัลได้รับประกันคุณภาพของการให้บริการความแตกต่างที่ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือบริษัททั่วไปไม่นิยมเขียนให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งบริษัทหรือสำนักงานใหญ่หรือบริษัทรวม ซึ่งอาจแสดงให้เห็นถึงขนาดของบริษัทที่เป็นขนาดเล็ก และอาจตั้งอยู่ในเมืองขนาดเล็ก หรือไม่ได้มีสำนักงานย่อยอยู่ในหลายประเทศ

จากข้อค้นพบที่ว่าการให้ข้อมูลของบริษัทโลจิสติกส์ชั้นนำและทั่วไปไม่มีรูปแบบของอัตถภาคที่แน่นอนสาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะการแบ่งวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารและประเภทของอัตถภาคที่ละเอียดจนเกินไป และ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

อาจมีสาเหตุมาจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวนเพียง 40 บริษัท สำหรับการศึกษานี้ในอนาคต ผู้วิจัยควรเพิ่มจำนวนข้อมูลบริษัทที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ และควรตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการจัดประเภทของอรรถภาคจากบุคคลที่ทำงานในบริษัทโลจิสติกส์หรือทำหน้าที่ในการเขียนให้ข้อมูลบริษัทในหน้าเว็บไซต์ของบริษัทโดยตรง โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่าลักษณะการเขียนให้ข้อมูลบริษัทโลจิสติกส์ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และจุดขายของบริษัทว่าต้องการเน้นในด้านใด ซึ่งสามารถเน้นได้ในด้านของชื่อเสียง จุดเด่น ศักยภาพของบริษัท หรือแม้แต่ลักษณะการให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- Burns, W. (2014). Inside Writing: The Academic Wordlist in Context: Introduction. New York, NY: Oxford University Press.
- Bhatia, V. J. (1993). Analysis genre: language use in professional settings. New York: Longman.
- Brett, P. (1994). A genre analysis of the results section of Sociology articles English for Specific Purposes, 13, 47-59.
- Connor, U., & Mauranen, A. (1999). Linguistic analysis of grant proposals: European Union research grants English for Specific Purposes, 18(1), 47-62.
- Market Cap. (1 January 2020). World Top Courier Companies. Retrieved 20 May 2020, from <https://www.value.today/world-top-companies/courier>
- Nabanita Dhar. (7 July 2016). Top 10 Most Popular Courier Services in the World. Retrieved 23 May 2020, from <https://topyaps.com/top-10-most-popular-courier-services-in-the-world/>
- Nwogu, K. N. (1991). Structure of Science Popularizations: A genre-analysis approach to the schema of popularized medical texts English for Specific Purposes, 10, 111-123.
- Salager-Meyer, F. (1992). A text-type and move analysis study of verb tense and modality distribution in medical English abstract. English for Specific Purposes, 11, 93-113.
- Swales, J. M. (1990). Genre analysis: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (2004). Research genres: Explorations and application. Cambridge: Cambridge University Press.
- ทรงศรี สรณสถาพร และ ชัยนันท์ ยาทิพย์. (2561). การวิเคราะห์อรรถภาคในบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 10(2), 218-236.
- “รอบรู้เศรษฐกิจ ตามติดตลาดโลก.” 11 มกราคม 2560. กรุงเทพฯธุรกิจ: 6.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

สำนักงบประมาณของรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2563). รายงานการวิเคราะห์งบประมาณ
รายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564.[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2563. จาก
https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parbudget/ewt_news.php?nid=919