

การประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่งทางบกของ  
ผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ



นางสาวนภัสพร แสงพชัย

# สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา)

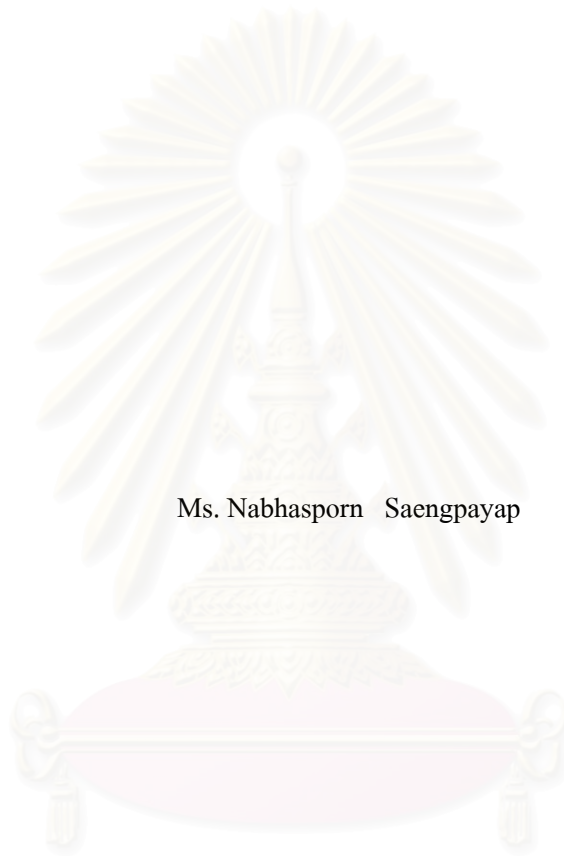
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-17-3757-2

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE ASSESSMENT OF LAND TRANSPORT SERVICE  
PERFORMANCE OF THAI AND FOREIGN FREIGHT FORWARDERS



Ms. Nabhasporn Saengpayap

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Logistics Management

(Inter-Departmental)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-17-3757-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่งทางบกของผู้รับจัดการ  
ขนส่งไทยและต่างชาติ

โดย

นางสาวนภัศพร แสงพ่ายพ์


สาขาวิชา

การจัดการด้านโลจิสติกส์

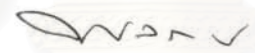
อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร. กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....  ..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ม.ร.ว.กัลยา ติงศภัทีย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พงศา พรชัยวิเศษกุล)

.....  ..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ศาสตราจารย์ ดร. กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ)

.....  ..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชธร)

สถาบันที่ปรึกษาบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักสพร แสงพชัย : การประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่งทางรถบรรทุก  
ของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ ( THE ASSESSMENT OF LAND TRANSPORT  
SERVICE PERFORMANCE OF THAI AND FOREIGN FREIGHT FORWARDERS)

อ.ที่ปรึกษา: ศ. ดร. กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ จำนวนหน้า 104 หน้า.

ISBN 974-17-3757-2

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่ง  
ทางบกของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ (2) เพื่อศึกษาวิธีการเพิ่มความสามารถในการ  
ให้บริการขนส่งทางบกของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจต่อการให้บริการ  
ของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ เพื่อประเมินความสามารถในการให้บริการ ผลการศึกษา  
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมากกว่าผู้รับจัดการขนส่ง  
ไทย และเลือกใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ญี่ปุ่นมากกว่าชาติอื่น พบว่า ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ  
มีความสามารถดีกว่าในด้านชื่อเสียงและขนาด และการนำเอาระบบไอที หรืออินเทอร์เน็ตใช้  
ร่วมกับงาน ส่วนความสามารถในด้านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัย ด้าน  
โอกาสในการให้บริการด้านอื่นๆเกี่ยวกับงานโลจิสติกส์ และด้านการปฏิบัติตามสัญญาอย่าง  
เคร่งครัด ของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แนวทางใน  
การเพิ่มความสามารถที่ผู้รับจัดการขนส่งได้เน้นก็คือ ประสิทธิภาพภายในองค์กร ในเรื่องบุคลากร  
และอุปกรณ์ในการขนส่ง ซึ่งสามารถควบคุมและปรับปรุงได้ แต่ ประสิทธิภาพนอกองค์กรที่ ไม่  
สามารถควบคุมได้ เช่นกฎระเบียบราชการที่เปลี่ยนแปลงบ่อยๆ โดยเฉพาะ กรมศุลกากร ที่เกี่ยวข้อง  
โดยตรง มักจะมีผลในการทำให้ประสิทธิภาพของงานขนส่งล่าช้า ไม่ตอบสนองความต้องการของ  
ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น เป็นสาเหตุ ที่ผู้ใช้บริการต้องระมัดระวังใน  
เรื่องของราคาการให้บริการ นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องของการลงทุนที่ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมี  
ศักยภาพสูงกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทย

สาขาวิชา...การจัดการด้านโลจิสติกส์

ปีการศึกษา 2548

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

## 4689090920 : MAJOR LOGISTICS MANAGEMENT

KEY WORD : SERVICE PERFORMANCE/ ASSESSMENT/ THAI / FOREIGN/ FREIGHT FORWARDERS

NABHASPORN SAENGPAYAP : THE ASSESSMENT OF LAND TRANSPORT SERVICE PERFORMANCE OF THAI AND FOREIGN FREIGHT FORWARDERS. THESIS ADVISOR : PROF. KAMONCHANOK SUTHIWARTNARUEPUT. PH.D ( MARITIME STUDIES), THESIS 104 pp. ISBN 974-17-3757-2

The objectives of this questionnaire research are : (1) to assess the land transport service performance of Thai and Foreign Freight Forwarders (2) to find out the method to increase the performance of the service .

The findings show that 57.35 percent of the respondents use foreign freight forwarders and mostly Japanese while 42.65 percent use Thai freight forwarders. Performance Evaluation Matrix shows foreign freight forwarders have 2 main factors higher performance, one is size and reputation and another is the IT facilitation in service providing. Chi-Square shows 3 factors in using the service are significantly different between Thai and foreign freight forwarders, they are the ISO and TAPA certified, the service strictly exercised according to the contract and the possibility in using the logistics services. To increase capability in performance, the representatives of freight forwarders committed that staff efficiency and equipments can be improved internally while external factors i.e. government regulations (customs) which always changeable and declining the services capability not meeting the customers requirements. Most of all, the oil price crisis is another factor that can be considered as the threat of service performance and capability.

Field of study Logistics Management Student's signature.....

Academic year 2005.....

Advisor's signature.....

*Nabhasporn S.*

*Kamonchanok S.*

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร. กมลชนก สุทธิวาตนฤพุฒิ สาขาพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำ และติดตามการทำวิทยานิพนธ์ ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดและเอาใจใส่ตลอดมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พงศา พรชัยวิเศษกุล และ รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชชระ ประธานการสอบ และกรรมการการสอบ ทั้งสองท่าน

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่บริษัทต่างๆที่ได้กรุณา ตอบแบบสอบถามและส่งกลับคืนมา และตัวแทนของผู้บริหารในนามผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ ที่ได้กรุณาให้สัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ ประจำหลักสูตรการจัดการด้าน โลจิสติกส์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ เพื่อนิสิต เพื่อนร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่าน ที่ได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## หน้า

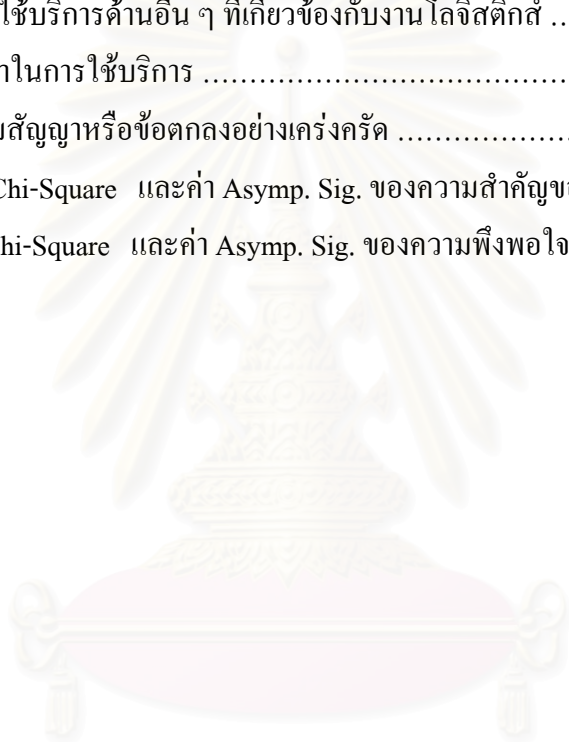
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 การขนส่ง และผู้จัดการขนส่ง.....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้ บริการขนส่ง.....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	23
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการ.....	25
2.5 การวัดคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า.....	30
2.6 การประเมินประสิทธิภาพของการให้บริการงานขนส่ง.....	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	35
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการวิจัย.....	35
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	37

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม.....	39
4.2 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย.....	41
4.3 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในรูปแบบ Performance Evaluation Matrix.....	44
4.4 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในรูปแบบ แบบการทดสอบ Chi-Square.....	73
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	80
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	80
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	85
รายการอ้างอิง .....	87
ภาคผนวก .....	89
ภาคผนวก ก. ผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติที่เป็นสมาชิก TIFFA ปี 2548 .....	90
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามในการวิจัย .....	95
ภาคผนวก ค. Chi-Square Test.....	99
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	104



ตาราง	หน้า
1. สถิติการขนส่งภายในประเทศไทย .....	1
2. จำนวนของผู้รับจัดการขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ.....	40
3. ร้อยละของการใช้รถบรรทุก จากบริการของผู้รับจัดการ ขนส่งไทยและต่างชาติ.....	40
4. การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในรูปค่าเฉลี่ย .....	41
5. ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง .....	44
6. ท่าเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง.....	45
7. ประสบการณ์และความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง.....	46
8. ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ.....	47
9. ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูล ไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน.....	48
10. ประกันภัยและ ความรับผิดชอบ (liability) ต่อความเสียหายหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น .....	49
11. สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย .....	50
12. มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO , TAPA.....	51
13. จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ.....	52
14. ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/จัดส่ง.....	53
15. การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง.....	54
16. การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ.....	55
17. การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน .....	56
18. พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่ .....	57
19. อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น.....	58
20. ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนต่อเที่ยว .....	59
21. ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม.....	60
22. ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท .....	61
23. การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง .....	62
24. ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลา .....	63
25. เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือ รายงานผลรวดเร็ว.....	64
26. ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม.....	65

ตาราง	หน้า
27. มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม .....	66
28. มี customer Service ให้บริการ /คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า .....	67
29. ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม .....	68
30. สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้า .....	69
31. โอกาสในการใช้บริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์ .....	70
32. มีการทำสัญญาในการใช้บริการ .....	71
33. การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด .....	72
34. ค่า Pearson Chi-Square และค่า Asymp. Sig. ของความสำคัญของปัจจัย .....	73
35. ค่า Pearson Chi-Square และค่า Asymp. Sig. ของความพึงพอใจต่อการบริการ.....	76



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพประกอบ

หน้า

1. ปริมาณการขนส่งสินค้าทางบกปี 2547 .....	3
2. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสินค้า ผู้รับจัดการขนส่ง และผู้ขนส่ง.....	11
3. หน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งในการนำสินค้าออก .....	12
4. หน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งในการนำสินค้าออก .....	13
5. แสดงความหมายในส่วนต่างๆของพื้นที่กราฟและส่วนของกราฟที่ถูกกำหนด ให้เป็นพื้นที่เป้าหมาย .....	38



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา (Background and rationale)

การขนส่งสินค้าเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นที่สุดของเศรษฐกิจเพราะถือว่าการสนับสนุนกิจกรรมการผลิต การค้า และการบริโภค ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการขนส่งวัตถุดิบหรือผลผลิต อย่างมีประสิทธิภาพ การขนส่งถูกนับให้เป็นส่วนสำคัญของต้นทุนปลายทางของผลผลิตนั้นๆ และเป็นตัวแทนที่สำคัญของรายจ่ายประชาชาติ ของประเทศ (Crainic และ Laporte 1997)

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมกรรมการขนส่งสินค้าจะต้องอยู่ในระดับสูงในแง่ของประสิทธิภาพ และคุณภาพของการให้บริการ ประการแรกบริษัทบริหารจัดการขนส่ง จะต้องมีการในขณะที่ยู่ในสภาพการแข่งขันในด้านราคา ประการต่อมาเนื่องจากว่า การให้บริการขนส่งจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของการผลิต และการบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ การผลิตและการกระจายสินค้า ในรูปแบบ JIT และการให้บริการที่ตรงเวลา ควบคุมคุณภาพได้ทั่วทั้งระบบงาน โลจิสติกส์ทั้งหมด สำหรับบริษัทบริหารจัดการขนส่ง มาตรฐานเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับเวลาที่ใช้ในการส่งสินค้า และความน่าเชื่อถือในเรื่องการให้บริการ ซึ่งมักจะนำมาแปรเปลี่ยนเป็นวัตถุประสงค์ของธุรกิจขนส่งทั้งหลายเช่นเดียวกัน

โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าพวก วัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป และ supplies ต่างๆ จากจุดเริ่มแรกไปยังจุดของผู้บริโภค การขนส่งได้สร้างคุณค่า อรรถประโยชน์แห่งสถานที่ (place utility) และ อรรถประโยชน์แห่งการเวลา (time utility) เพราะมันกำหนด ว่าสินค้าจะเคลื่อนจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างไร และได้เร็วอย่างไรอย่างพอเหมาะ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการส่งออกเป็นตัวผลักดันเศรษฐกิจของไทยให้เจริญเติบโต ความสามารถในการผลิตมีมากขึ้นอัตราการผลิตสินค้าก็ขยายตัวตามเป็นลำดับและจากความก้าวหน้าด้าน การบริหารโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่ครอบคลุมไปทั่วโลก ส่งผลให้การบริหารงานขนส่งต้องปรับปรุงและพัฒนา เพื่อรองรับการขยายตัวของนำเข้าและส่งออกของประเทศ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ที่ใช้บริการขนส่งก็ตระหนักดีว่ารูปแบบการขนส่งสินค้าไปถึงมือลูกค้าปลายทางนั้นมีการขนส่งหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามสำหรับการกระจายสินค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยพบว่ากว่าร้อยละ 90 ใช้การขนส่งทางบกเป็นหลัก ประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งทางบกจึงเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งต่อการกระจายสินค้าภายในประเทศ

## การขนส่งภายในประเทศ

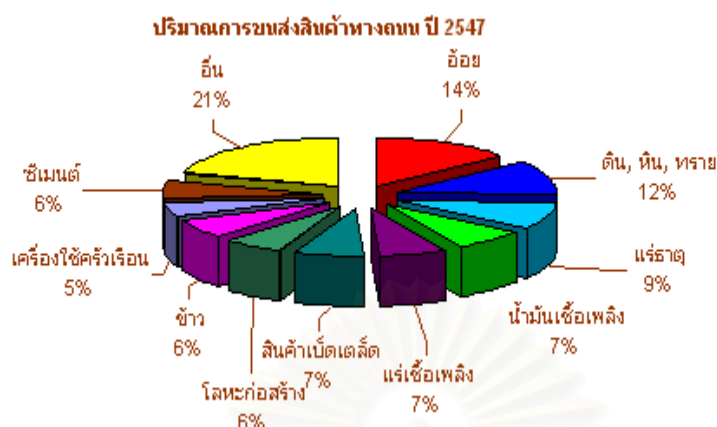
หน่วย : พันตัน

การขนส่งสินค้า	2541	2542	2543	2544	2545
ทางถนน	384,421	392,244	397,976	400,242	459,919
ทางรถไฟ	8,364	9,264	9,171	8,776	8,893
ทางน้ำภายในประเทศ	20,127	17,300	25,173	17,833	26,208
ชายฝั่งทะเล	23,324	21,970	23,347	19,657	24,793
ทางอากาศ	46	56	57	66	56
รวม	436,282	440,834	455,724	446,574	519,869

ที่มา : กระทรวงคมนาคม 2547

### ตารางที่ 1 สถิติการขนส่งภายในประเทศไทย

จากสถิติการขนส่งภายในประเทศไทย จะเห็นว่า การขนส่ง ทางถนน หรือ ทางรถบรรทุก เป็นหัวใจสำคัญในการขนส่งสินค้าและมีขนาดของการขนส่งใหญ่มากที่สุดเมื่อเทียบกับการขนส่งรูปแบบอื่น อีกทั้งยังมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อปริมาณของสินค้าที่ใช้บริการการขนส่งด้วยรถบรรทุกมากขึ้น ผู้รับจัดการขนส่ง(Freight Forwarders) ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการการขนส่ง และมีความสำคัญต่อโซ่อุปทาน จำนวนของบริษัทที่ต้องการผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ มีมากขึ้น การให้บริการขนส่งและความรับผิดชอบจากผู้รับจัดการขนส่งย่อมมีหลากหลาย การให้บริการย่อมมีข้อแตกต่างกับขนาดของการให้บริการ เกิดอัตราการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมีผู้รับจัดการขนส่งหลายย่อยที่เสนอราคาค่าบริการที่ต่ำมาก และให้บริการที่ขาดความรับผิดชอบ เกิดความเสียหายต่อสินค้า ด้วยขนาดขององค์กร และการให้บริการก็ถูกกำหนดด้วยจำนวนพนักงาน การลงทุน เครื่องมือและเทคโนโลยี เมื่อเปรียบเทียบผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ จะพบว่าส่วนใหญ่ ผู้รับจัดการขนส่งไทยจะมีขนาดเล็ก และปานกลาง ในขณะที่ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมีขนาดปานกลางถึงขนาดใหญ่ ฉะนั้นในเรื่องการให้บริการ ย่อมมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ จุดอ่อนและจุดแข็งแตกต่างกันเพราะหัวใจของธุรกิจคือความสามารถและประสิทธิภาพในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เช่น ความรวดเร็วในการส่งสินค้า ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัยของสินค้า ราคาและความคุ้มค่าในการใช้บริการนั้น ตลอดจนความเสี่ยงและการชดใช้ค่าเสียหายหากเกิดความสูญเสียขึ้น นอกจากนี้ปัญหาที่พบบ่อยบ่อยครั้งคือการให้บริการที่ขาดประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายไปและอาจนำไปสู่ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น



ภาพที่ 1 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางบกปี 2547  
ที่มา : กระทรวงคมนาคม 2548

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความสามารถในการให้บริการขนส่งทางบกของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติซึ่งได้ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA) ในปี 2548 มีอยู่ทั้งหมด 138 ราย โดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ จำนวน 100 ราย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective)

- 1.2.1 เพื่อประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่งของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาวิธีการเพิ่มความสามารถในการให้บริการขนส่งของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

- 1.3.1 การวิจัยนี้ประเมินความสามารถในการให้บริการขนส่งทางบกของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติที่ดำเนินการในประเทศไทยเท่านั้น
- 1.3.2 การประเมินการให้บริการขนส่งทางบกเป็นการขนส่งด้วยรถบรรทุกภายในประเทศเท่านั้น

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการให้บริการขนส่งสินค้าทางบกของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ
- 1.4.2 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการศึกษาและการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางบกด้วยรถบรรทุกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้บริการขนส่ง
- 1.4.3 เพื่อให้ผู้รับจัดการขนส่งได้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถนำไปปรับปรุงการให้บริการต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการนำเสนอกรอบความคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ตลอดจนนำเสนอผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการนำเสนอ แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่ง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้รับจัดการขนส่ง แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการ และการวัดคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า

#### 2.1 การขนส่ง และผู้รับจัดการขนส่ง

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา หลัการขนส่ง สถาบันพาณิชยนาวิ กล่าวไว้ว่ารูปแบบการขนส่ง (Mode) ที่เป็นที่ยอมรับกันในระดับสากลสามารถจำแนกได้ 4 รูปแบบ ขึ้นอยู่กับเส้นทางที่ยานพาหนะเคลื่อนที่

1. การขนส่งทางบกประกอบด้วย การขนส่งทางถนน (Road Transportation) และการขนส่งโดยใช้ราง (Railway Transportation)
2. การขนส่งทางอากาศ ประกอบด้วย การขนส่งภายในประเทศ (Domestic Air Transportation) และการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transportation)
3. การขนส่งทางน้ำ ประกอบด้วย การขนส่งทางน้ำภายในประเทศ (Inland waterway Transportation) และการขนส่งชายฝั่ง (Coastal Shipping) และการขนส่งทางทะเล (Maritime Transportation)
4. การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) ประกอบด้วย การขนส่งน้ำมัน การขนส่งก๊าซ และการขนส่งสินค้าเหลวอื่นๆ

การขนส่งทางถนน จะมีความยืดหยุ่นและประโยชน์มากกว่า การขนส่งรูปแบบอื่นๆ และเสนอบริการที่รวดเร็วน่าเชื่อถือ ระดับความเสียหายและสูญหายต่ำ ภาคอุตสาหกรรมได้จัดการขนส่งทางถนนออกเป็น 2 อย่างคือ การขนส่งทั่วไปและการขนส่งระหว่างเมือง (General freight carriers) โดยมีรายได้หลักของรถบรรทุกทั้งหมด ส่วนการขนส่งพวกเครื่องจักรหนัก สินค้าแช่แข็ง สินค้าเกษตร พิโตรเลียม (Specialized carriers) นับเป็นรายได้ส่วนที่เหลือ



ผาด ชเนศวรย์สกุล ,2538 กล่าวถึงการขนส่งทางบก ทางอากาศ และการขนส่งหลายรูปแบบไว้ดังนี้

### การขนส่งทางบก

การขนส่งทางบกประกอบด้วยการขนส่งด้วยรถยนต์ และรถไฟ และทางท่อ การขนส่งด้วยรถยนต์มีจุดเด่นที่สุดคือ สามารถให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้ จากการขนส่งนับแต่ประตูโรงงานของผู้ส่งสินค้า ไปยังประตูโรงงานของผู้รับสินค้า (door to door service) ในทางกลับกันหากเป็นการขนส่งที่มีระยะทางยาวไกล ประสิทธิภาพของการขนส่งด้วยรถยนต์ จะลดลง เนื่องจากการขนส่งด้วยรถยนต์ระยะไกล (ประมาณ 200 กิโลเมตร) จะมีต้นทุนต่ำ เพราะมีต้นทุนคงที่น้อย และรัฐเป็นผู้ลงทุนสร้างถนน และบำรุงรักษาให้ นอกจากนี้การขนส่งด้วยรถยนต์สามารถเปลี่ยนแปลงเส้นทางได้ง่าย สามารถโยกย้ายเครื่องมือและอุปกรณ์ ในการให้บริการ ไปให้บริการในเส้นทางที่ทำกำไร ได้มากกว่า และโยกย้ายได้ทันทีไม่เสียเวลาการขนส่งด้วยรถยนต์สามารถเลือกใช้รถยนต์ที่มีลักษณะเหมาะสม กับสิ่งของที่บรรทุก เช่น บรรทุกน้ำมัน บรรทุกผลไม้ บรรทุกผู้โดยสาร เป็นต้น แต่การขนส่งในแต่ละครั้งสามารถขนส่งได้ในปริมาณน้อย ทำให้ไม่สะดวกต้องขนมากเที่ยว เสียเวลา และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย บางครั้งการขนส่งด้วยรถยนต์ อาจต้องประสบปัญหาการจราจรติดขัด ทำให้การขนส่งล่าช้าได้

การขนส่งด้วยรถไฟเป็นการขนส่งทางบก ที่สามารถบรรทุกสินค้าได้ครั้งละปริมาณมากๆ ในระยะทางไกลด้วยต้นทุนการขนส่งที่ต่ำ และสามารถเพิ่มบริการได้โดยการ เพิ่มตู้รถไฟในกรณีที่มีผู้ต้องการใช้บริการมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบความปลอดภัยในการขนส่งด้วยรูปแบบต่างๆ การขนส่งด้วยรถไฟถือว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด อย่างไรก็ตามเนื่องจากการขนส่งด้วยรถไฟมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ รางรถไฟ ดังนั้นความคล่องตัวในการขนส่งจึงมีน้อยกว่าการขนส่งด้วยรถยนต์ แม้ว่าการขนส่งด้วยรถไฟสามารถให้บริการจากประตูโรงงานของผู้ส่งสินค้าไปยังประตูโรงงานของผู้รับสินค้า (door to door service) ได้โดยการสร้างทางรถไฟเข้าไปยังโรงงานอุตสาหกรรมก็ตาม แต่ในแง่การโยกย้ายเหมือนกับการเปลี่ยนเส้นทางของการขนส่งรูปแบบอื่นคือ รถยนต์ เรือ เครื่องบิน ทำได้ยากเนื่องจากต้องมีการลงทุนสร้างสถานี รางรถไฟ ฯลฯ ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่จึงไม่สามารถโยกย้ายได้ตามต้องการ

การขนส่งทางท่อเป็นรูปแบบการขนส่งพิเศษ มีขีดความสามารถจำกัด จึงเหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าประเภทของเหลว เช่น น้ำ น้ำมัน จุดเด่นของการขนส่งทางท่อคือ สามารถขนส่งสินค้าโดยสินค้าไม่เกิดความเสียหาย ระหว่างการขนส่ง และสารขนส่งได้ในปริมาณมากๆ แต่การขนส่งทางท่อมียกข้อด้อยคือ จำกัดประเภทสินค้าที่ขนส่ง และสามารถขนส่งได้ในปริมาณมากๆ แต่

การขนส่งทางท่อมีข้อดีคือ จำกัดประเภทสินค้าที่ขนส่ง กล่าวคือขนส่งสินค้าเฉพาะที่เป็นของเหลวหรือก๊าซ และท่อที่ใช้ในการขนส่งอาจสุกก่อนทำให้เกิดการรั่วไหล ซึ่งการสำรวจการรั่วไหลทำได้ยาก เนื่องจากท่อบางส่วนอยู่ใต้ดินหรือใต้ทะเล ประกอบกับระยะทางที่ใช้ในการวางท่อเป็นระยะทางไกลด้วย นอกจากนี้ในแง่ของความคล่องตัว ในการขนส่งมีน้อยมาก เนื่องจากไม่สามารถเปลี่ยนเส้นทางขนส่งได้ทันที และมีเส้นทางขนส่งที่จำกัด และเนื่องจากการขนส่งประเภทนี้ต้องใช้เงินลงทุนสูงมากในขั้นเริ่มดำเนินการ เช่น ค่าใช้จ่าย ค่ากรรมสิทธิ์ที่ดินตามแนวทางที่จะวางท่อ ค่าท่อ ดังนั้นเพื่อให้คุ้มค่าแก่การลงทุน จึงต้องมีการขนส่งสินค้าปริมาณมาก และต้องขนส่งอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตามการขนส่งทางท่อนี้ มีความแน่นอนในเรื่องระยะเวลาการขนส่ง ซึ่งการขนส่งแบบอื่นอาจเกิดความล่าช้า ในระหว่างการขนส่ง นอกจากนี้การขนส่งทางท่อ ยังไม่ได้รับผลกระทบจากฤดูกาลอีกด้วย ทำให้สามารถปฏิบัติงานติดต่อได้ตลอดเวลา

### การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศเป็นรูปแบบ การขนส่งที่สามารถ ขนส่งสินค้าได้รวดเร็วมากที่สุด เมื่อเทียบกับรูปแบบของการขนส่งอื่น ดังนั้นรูปแบบการขนส่งประเภทนี้ จึงเหมาะสมกับการขนส่งสินค้าที่เสื่อมสภาพง่าย เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน เช่น ผัก ผลไม้ อาหารทะเล หรือสินค้าที่มีความต้องการเร่งด่วน นอกจากนี้การขนส่งทางอากาศ ยังทำให้สามารถขยายตลาดสินค้า ให้กว้างขวางออกไปได้อีก กล่าวคือการติดต่อค้าขายกับลูกค้าในต่างประเทศสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว ทั้งตลาดที่อยู่ใกล้และไกล ช่วยให้สินค้าแบบใหม่ๆ ส่งถึงตลาดต่างๆทั่วโลกได้ในเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตามเนื่องจากธุรกิจการขนส่งด้วยรูปแบบนี้ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล ต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านในการดำเนินงาน เพราะเทคนิคในด้านการบินเป็นเรื่องยุ่งยากและซับซ้อน เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้มีราคาสูง และต้องการการบำรุงรักษามากเช่นกัน จึงทำให้อัตราค่าขนส่ง สูงกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น

### การขนส่งหลายรูปแบบ (Multimodal)

การขนส่งแบบหลายรูปแบบ (Multimodal) เป็นการใช้งานร่วมกันของการขนส่งประเภทต่างๆ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ การขนส่งแบบหลายรูปแบบ จะมีความหลากหลาย มาก โดยส่วนใหญ่จะเป็น ทางรถบรรทุก รถไฟ เนื่องจากคอนเทนเนอร์สามารถถ่ายโอนจากประเภทของการขนส่งหนึ่งไปยังอีกประเภทของการขนส่งหนึ่งได้ง่าย การใช้คอนเทนเนอร์เป็นหลักในการขนส่งนั้น ส่วนมากจะใช้วิธีการขนส่งโดย รถบรรทุก เรือ และรถไฟ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งไปทั่วโลก และจากปริมาณของการขนส่งโดยใช้ คอนเทนเนอร์มีการ

เติบโตขึ้น ทำให้การขนส่งแบบหลายรูปแบบ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว การขนส่งแบบหลายรูปแบบ (Multimodal) ได้นำการขนส่งในประเภทที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างทางเลือกด้านราคาและการบริการ ซึ่งไม่สามารถทำได้โดยการขนส่งแบบใดแบบหนึ่งเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังสร้างความสะดวกสบายสำหรับผู้ส่งสินค้า เนื่องจากมีความสัมพันธ์ กับหน่วยงานแค่หน่วยงานเดียว ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ทำการส่งทั้งหมดที่ทำหน้าที่ให้บริการหลายรูปแบบร่วมกัน ประเด็นสำคัญในการขนส่งแบบหลายรูปแบบนี้ เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้การขนส่งระหว่างรูปแบบการขนส่งที่แตกต่างกัน เพราะการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างการขนส่งประเภทต่างๆ มักจะเกิดความล่าช้าในการขนส่ง ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานขนส่ง

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา กล่าวถึงการขนส่งหลายรูปแบบ (Multimodal transportation) เป็นการขนส่งสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่ง ในอีกประเทศหนึ่ง โดยใช้การขนส่งอย่างน้อย 2 ระบบ ต่อเนื่องกันบนพื้นฐานของสัญญาการขนส่ง (Multimodal Transport Contract) ด้วยเอกสารกำกับสินค้าเพียงฉบับเดียว และโดยมีผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ (Multimodal Transport Operator) เพียงรายเดียว ซึ่งสรุปลักษณะของการขนส่งหลายรูปแบบ ได้ 5 ประการดังนี้ เป็นการขนส่งสินค้าจากผู้ส่งสินค้าจนถึงผู้รับสินค้า โดยใช้การขนส่งอย่างน้อย รูปแบบต่อเนื่องกัน

1. มีผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ(MTO) เพียงรายเดียว รับขนส่งสินค้าและรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งทุกช่วง
2. เป็นการขนส่งระหว่างประเทศ โดยใช้เอกสารสัญญาการขนส่ง ซึ่งเป็นสัญญา ระหว่าง ผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ (MTO) กับผู้ส่งสินค้า เกี่ยวกับการขนส่งสินค้าและการจ่ายเงินค่าระวาง
3. ใช้เอกสารกำกับสินค้า (Through Bill of Lading) เพียง 1 ฉบับ ออกโดยผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ (MTO)
4. ใช้อัตราค่าขนส่งเพียงอัตราเดียว

ผู้ประกอบการขนส่ง (Transport Operator) หมายถึงผู้ก่อให้เกิดการผลิตบริการขนส่ง มีหน้าที่บริหาร และรับผิดชอบความเสี่ยงของการดำเนินการ รวมทั้งถือเป็นเจ้าของหน่วยเศรษฐกิจ (Business Unit) ในการผลิตบริการขนส่ง ได้แก่ แรง ทุน และวัตถุดิบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (Passenger) ผู้ส่งสินค้า (Consigner) และผู้รับสินค้า (Consignee)

ผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ ( Multimodal Transport Operator – MTO) หมายถึงบุคคลใดก็ได้ ผู้ซึ่งตนเองหรือผ่านตัวแทนทำสัญญารับขนส่งต่อเนื่อง หลายรูปแบบ กับผู้ส่งหรือเจ้าของสินค้า โดยผู้รับประกอบการขนส่งฯ เป็นคู่สัญญา ทำสัญญากับผู้ส่งหรือเจ้าของสินค้า และ

เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการปฏิบัติตามสัญญานั้น รวมทั้งต่อความสูญหายและเสียหายของสินค้าที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบที่มีเรือเป็นของตนเอง (Vessel Operating Multimodal Transport Operator : VO-MTOs) ขยายการให้บริการขนส่งทางบก และ/หรือ ทางอากาศ จะดำเนินกิจการโดยการทำสัญญาว่าร่วมดำเนินงาน (sub contracting) กับผู้ประกอบการขนส่งระบบอื่นๆ เช่น สายการบิน บริษัทรถบรรทุก หรือกับ NVO-MTOs อื่นๆรวมทั้งผู้ให้บริการโรงพักสินค้า หรือขนถ่ายสินค้าในประเทศ

2. ผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบที่ไม่มีเรือเป็นของตัวเอง(Non-Vessel operating Multimodal Transport Operator : NVO-MTOs) ได้แก่

2.1 ผู้ประกอบการขนส่งทางถนน หรือทางรถไฟ หรือทางน้ำ ( ภายในประเทศ) ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือดำเนินกิจการเดินเรือเอง แต่เป็นผู้จัดบริการให้โดยการทำสัญญาว่าร่วมดำเนินการกับทางอากาศหรือทางทะเลระหว่างประเทศ

2.2 ผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) เป็นผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ ที่ ไม่มีเรือเป็นของตัวเอง (Non Vessel Operating Multimodal Transport Operator) : NVO-MTOs ดำเนินการเป็นผู้รับขนส่งสินค้า และรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญา อาจเป็น

2.2.1 ผู้ประกอบการขนส่งหลายรูปแบบ (MTO) เต็มตัว ควบคุมการขนส่งทุกสาขาทุกขั้นตอน ให้บริการ Door-to-Door ส่วนใหญ่จะให้ FIATA Combined Bill of lading (FBL) เป็นเอกสารกำกับสินค้า/การขนส่ง

2.2.2 NVO ให้บริการขนส่งระหว่างท่าเรือ และอาจทำหน้าที่เป็น NVO-MTOs ด้วย โดยที่ผู้รับจัดการขนส่งร่วมดำเนินการและออก House Bill of Lading (HBL) ให้กับลูกค้า

2.2.3 NVOCC (Non Vessel Operating Common Carrier) ทำหน้าที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตารางเดินเรือ รวมทั้งบริการขนส่งหลายรูปแบบภายใต้ HBL หรือ FBL

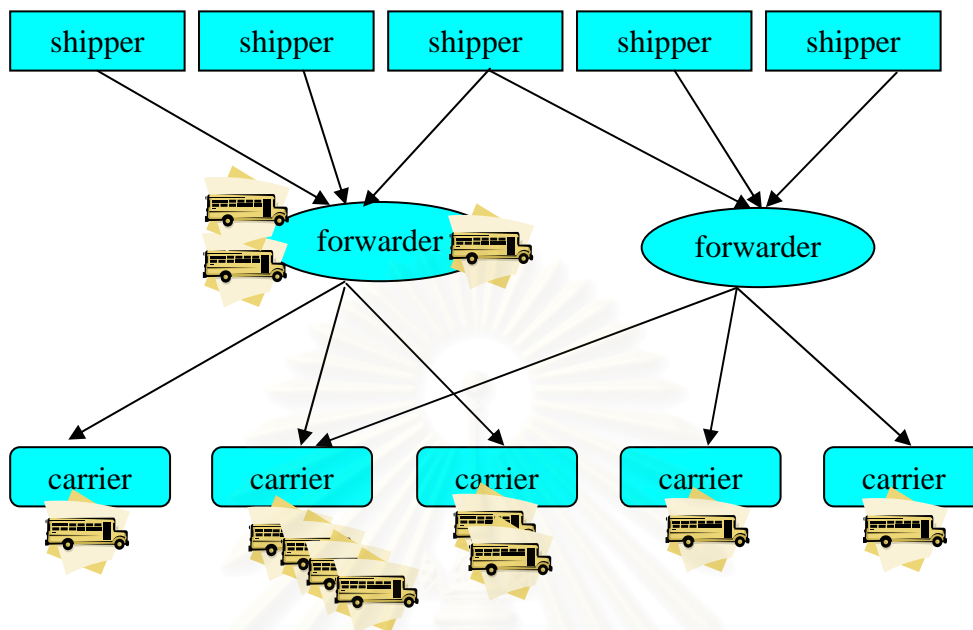
3. บริษัทอื่นๆ ที่ได้รับส่งเสริมเป็นพิเศษให้เป็นผู้รับจัดการขนส่งหลายรูปแบบ ซึ่งอาจเป็นตัวแทนผู้ส่งสินค้า (Consigner) หรือผู้ให้เช่าตู้สินค้า หรือผู้ส่งออก หรือผู้ประกอบการ ICD โดย NVO- MTOs เหล่านี้ อาจทำสัญญาว่าร่วมดำเนินการกับ NVO-MTOs ของการขนส่งระบบอื่นๆ รวมทั้งกับบริษัทเรือ หรือ VO- MTOs

## ผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders)

ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออก จะคุ้นเคยกับ ผู้รับจัดการขนส่ง หรือ ที่เรียกกันว่า Freight Forwarder เพราะ ผู้รับจัดการขนส่ง ทำหน้าที่เป็นคนกลางให้บริการแบบครบวงจรในการขนส่งสินค้า จาก ต้นทางไปยังปลายทางได้ ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการให้บริการด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น พิธีการศุลกากร การขนส่งภายในประเทศ การเลือกผู้ขนส่งที่เหมาะสมให้แก่ผู้ใช้บริการ มีหลากหลาย ทั้งผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ

D.J. Hill ผู้แต่งตำราเรื่อง Freight Forwarders ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้รับจัดการขนส่ง ( Freight Forwarder) ไว้ว่า “ บุคคลใดๆ ซึ่งแสดงตนต่อ สาธารณชน โดยทั่วไป ในการบริการและจัดแจงขนส่งสินค้า โดยหวังค่าตอบแทน อาจทำการรวบรวมและจัดรวมสินค้าต่าง ๆ นั้น รวมถึงการจัดการ การแยกสินค้า สำหรับสินค้าซึ่งถูกจัดรวมๆกันนั้น และรับผิดชอบต่อการขนส่งสินค้าดังกล่าวจากจุดรับสินค้า ไปถึงจุดปลายทาง โดยใช้บริการของผู้ขนส่ง ไม่ว่าจะทางบกทางทะเล หรือทางอากาศ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง รวมกันสำหรับการส่งสินค้านั้น และคำวินิจฉัย ของศาลอังกฤษ ได้กล่าวถึงหน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) ซึ่งสรุปได้ว่า คือบุคคลที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ กำหนดวันและสถานที่การเดินทาง เตรียมจัดหาระวางสินค้า เตรียมใบตราส่ง (Bill of Lading) เพื่อที่จะส่งให้ Loading brokers ซึ่งเป็น ตัวแทนของเจ้าของเรือ ให้จัดส่งสินค้าเพื่อบรรทุกสินค้าลงเรือ จัดการดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้าและขาออก พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมต่างๆ สำหรับสินค้านั้นๆ และเมื่อสินค้านั้นๆ บรรทุกลงเรือเรียบร้อยแล้ว ก็จัดการรับและส่งใบตราส่ง ที่มีการลงนามเรียบร้อยแล้ว ให้กับผู้ส่งสินค้าต่อไป

เมื่อพิจารณา ในทางปฏิบัติ เป็นที่เข้าใจกันว่าผู้รับจัดการขนส่ง หมายถึงผู้ที่รับจัดการขนส่งสินค้า ให้แก่ผู้ส่งสินค้าโดยตนเองไม่ใช่ผู้ขนส่ง ผู้รับจัดการขนส่ง จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ส่งสินค้า หรือจัดการส่งสินค้านั้นๆ แทนผู้ส่งสินค้า โดยใช้บริการของผู้ขนส่ง ผู้รับจัดการขนส่งมีบทบาทในการขนส่งสินค้านั้นๆ เพราะจะเป็นผู้เชี่ยวชาญการใช้บริการขนส่งที่มีขอบข่ายครอบคลุมหลายประเทศ โดยอาศัยการติดต่อกับผู้รับจัดการขนส่งในประเทศต่างๆ ด้วยเหตุที่ผู้รับจัดการขนส่งสินค้า จะมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับทางการค้า และพิธีการศุลกากร การประกันภัย การบรรจุ และการจัดทำหีบห่อสินค้า บริการของผู้รับจัดการขนส่ง จึงสามารถแบ่งเบาภาระผู้ส่งสินค้าในเรื่องเหล่านี้ได้มาก



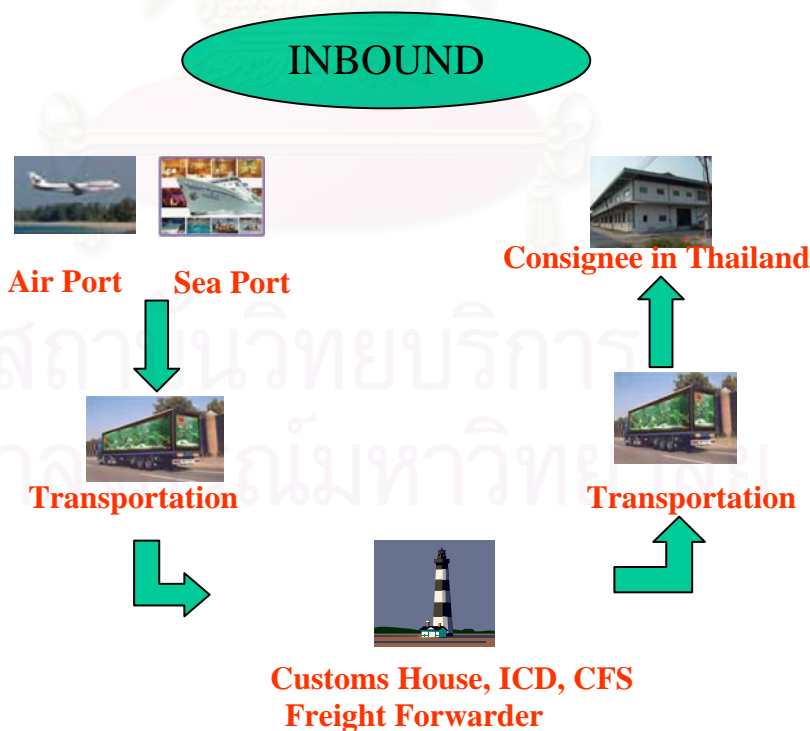
ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสินค้า ผู้รับจัดการขนส่ง และผู้ขนส่ง

หน้าที่โดยทั่วไปของผู้รับจัดการขนส่งมีดังนี้

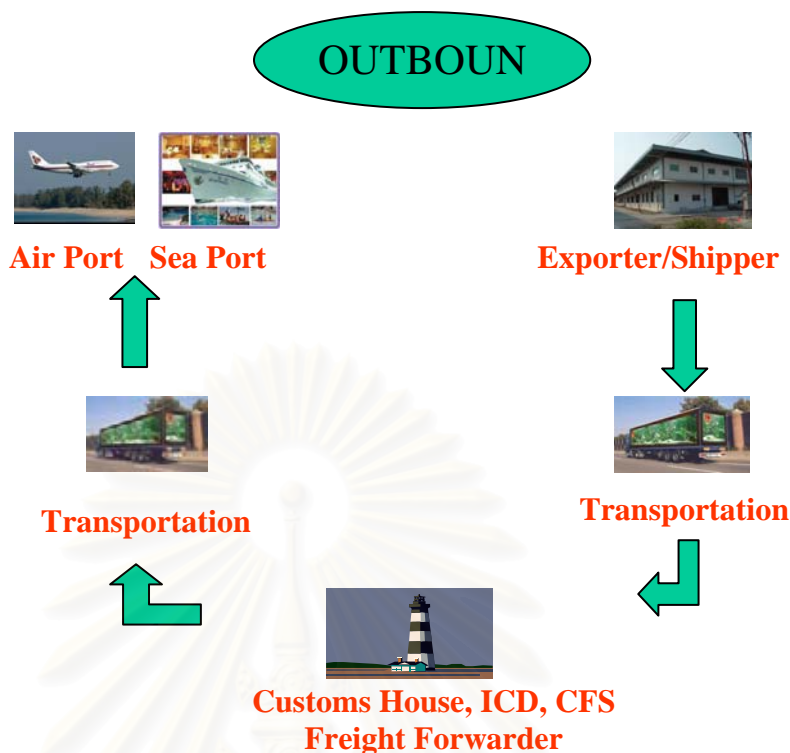
1. รวบรวมสินค้า ผู้รับจัดการขนส่งจะทำการรวบรวมสินค้าของผู้ส่งสินค้านรายเล็ก ซึ่งมีเส้นทางขนส่งเดียวกันให้เป็นสินค้าจำนวนมาก แล้วจึงทำการจัดส่งไปพร้อมกัน หรือ รวบรวมสินค้าที่เป็นหีบห่อ ของผู้ส่งสินค้าแต่ละราย ดำเนินการบรรจุใส่ตู้สินค้าเพื่อนำส่งให้ผู้ขนส่งต่อไป
2. วางแผนการขนส่ง ผู้รับจัดการขนส่งจะช่วยผู้ส่งสินค้าวางแผนการขนส่งในเส้นทาง (route) และรูปแบบ (mode) ของการขนส่งที่รวดเร็ว และประหยัดที่สุด และมีการให้คำแนะนำแก่ผู้ส่งสินค้าในการเลือกผู้ขนส่ง
3. บริการเกี่ยวกับการค้า ผู้รับจัดการขนส่งสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเอกสารทางการค้า ระเบียบข้อบังคับทางการค้าต่างๆ รับดำเนินการพิธีการศุลกากรทั้งขาเข้าและขาออก จัดหาประกันภัย และช่วยจัดการเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับเอกสารเป็นต้น
4. บริการอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้า ผู้รับจัดการขนส่งยังสามารถให้คำปรึกษา หรือช่วยจัดการเรื่องการจัดหีบห่อ (packing) และการบรรจุ (stuffing) สินค้าเข้าตู้สินค้า การขนถ่ายสินค้าหน้าท่า การเก็บรักษาสินค้าในโรงพักสินค้าที่ท่าเรือ ตลอดจนการนำสินค้าออกจากท่าเรือ หรือการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือด้วย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งมีความซับซ้อน และได้ขยายการบริการออกไป ครอบคลุมถึงการกระทำทุกอย่าง เริ่มแต่สินค้าได้พ้นจากโรงงานของผู้ส่งสินค้า จนกระทั่งได้ส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้รับสินค้า ผู้รับจัดการขนส่งจึงอาจให้บริการทั้งผู้ส่งสินค้าและผู้รับสินค้าส่วนใน Journal of Commerce กล่าวถึงขั้นตอนการทำงานของผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) ว่า ทำหน้าที่เบื้องต้นในการให้คำแนะนำแก่ผู้ส่งออก เช่น แนะนำเรื่อง ทางเลือกในการใช้การขนส่งทางอากาศ หรือทางเรือ การให้คำแนะนำการบรรจุหีบห่อ ดูแลในเรื่องใบอนุญาตต่างๆ เงื่อนไขต่างๆใน L/C และยังทำหน้าที่จัดหาระวางสินค้า ดูแลสินค้าในระหว่างการส่ง จนถึงจุดหมายปลายทาง เตรียมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวกับการขนส่งเช่น จัดเตรียมใบตราส่ง (Bill of Lading) ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ใบอนุญาต ต่างๆ ทำการแจ้งหมายกำหนดวันเวลาที่สินค้า ออกจากท่าและถึงจุดหมายปลายทางแก่ผู้ส่งสินค้า (Shipper) ผู้รับสินค้าปลายทาง (Consignee) และ ตัวแทนออกของของผู้รับสินค้าปลายทาง (Consignee's broker) เหล่านี้คือหน้าที่ที่ผู้รับจัดการขนส่ง จะสามารถปฏิบัติและเสนอบริการให้แก่ผู้ส่งสินค้า และผู้รับสินค้า

ผู้รับจัดการขนส่งในความหมาย ของ Murphy *et al.*, 1992; Murphy and Daley, 2001 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการค้าระหว่างประเทศ ทำหน้าที่เสนอ บริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อ ทำการเคลื่อนย้ายสินค้า ให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3 หน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งในการนำสินค้าเข้า



ภาพที่ 4 หน้าทีของผู้รับจัดการขนส่งในการนำสินค้าออก

ชยาวุธ ทิวเสถียร 2547 กล่าวถึงหน้าที่และบริการของผู้รับจัดการขนส่งว่า

1. ทำหน้าที่ประสานงาน และรับคำสั่งจากผู้ส่งออก
2. จัดทำ Letter of credit (L/C) กับธนาคาร
3. บรรจุสินค้าให้แก่ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า
4. ดำเนินพิธีการศุลกากร
5. จัดทำประกันภัยสินค้า
6. เลือกเส้นทางการส่งสินค้านระหว่างประเทศ
7. จองระวางเรือให้แก่ผู้ส่งออก
8. ส่งสินค้าและออกเอกสาร ที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้ส่งออก
9. ติดตามสินค้าที่จัดส่ง ไปตลอดเส้นทางการขนส่ง
10. จัดแจ้งเรื่อง โกงคัง เพื่อใช้ในการเก็บสินค้า รอส่งให้ผู้รับปลายทาง



### หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจัดการขนส่ง

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดิ กล่าวใน ธุรกิจพาณิชย์นาวี 2541, ถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจัดการขนส่งไว้ 2 ประเด็น คือ

1. ในกรณีที่มีต่อผู้ส่งสินค้า (Shipper) : ผู้รับจัดการขนส่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นตัวแทนที่จะต้องใช้ความระมัดระวังและใช้ฝีมือ ในการดำเนินการเหมือนเช่นวิญญูชนจะพึงประพฤตินในการปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ส่งสินค้า ถ้าผู้รับจัดการขนส่งละเว้นไม่ทำตามหน้าที่ของตนถือว่ากระทำผิดหน้าที่ ถ้าเกิดความเสียหายกับสินค้าแล้ว ผู้รับจัดการขนส่งจะต้องมีความรับผิดชอบหน้าที่ของผู้รับจัดการขนส่งต้องกระทำนั้นจะระบุไว้ในสัญญา (Forwarder's Standard Form Contract) ซึ่งในสัญญาอาจจะระบุข้อยกเว้นความรับผิด หรือข้อจำกัดความรับผิดเอาไว้

หน้าที่หลักของผู้รับจัดการขนส่ง คือ

- บอกกล่าวต่อผู้ส่งสินค้า กรณีที่สินค้าสูญหายหรือเสียหาย
- จัดหาผู้ขนส่งด้วยความระมัดระวัง
- ดูแลรักษาสินค้า
- ทำข้อโต้แย้งสงวนสิทธิ์ (Reservations)
- รับรองความถูกต้องในใบตราส่ง (B/L)

2. ในกรณีที่มีต่อบุคคลอื่น : ผู้รับจัดการขนส่งถือเป็นตัวแทน ซึ่งกระทำการแทนตัวการ ดังนั้น ตัวแทนไม่ต้องรับผิดชอบเป็นส่วนต่อบุคคลที่สาม ตัวการหรือ ผู้ส่งสินค้าต้องรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม ถ้าตัวแทนได้กระทำไปภายในขอบอำนาจของสัญญาตัวแทน แต่ถ้าผู้รับจัดการขนส่งซึ่งเป็นตัวแทนกระทำการไปนอกอำนาจของสัญญาตัวแทนแล้ว ผู้รับจัดการขนส่งเองจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม

ผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) ช่วยให้ผู้ส่งออก / นำเข้า ลดต้นทุนได้ดังนี้

1. เพิ่ม อำนาจในการต่อรอง และการซื้อ ค่าระวางจากสายเดินเรือ สายการบิน ในกรณีส่งออก/ นำเข้าในลักษณะของ FCL ( Full Container Load) และ Airfreight
2. ให้บริการในลักษณะ LCL ( Less than Container Load) สำหรับการส่งออกและนำเข้า
3. คัดเลือกการใช้สายเดินเรือ / สายการบิน ที่เหมาะสมสูงสุดในเรื่องความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการ, ความถี่ในการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือของบริษัท, ความรับผิดชอบของบริษัท

4. ให้บริการแบบครบวงจร และจัดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการจากผู้รับจัดการขนส่งหลายราย เช่น
- ประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทั้งหมด
  - ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร
  - ลดเวลาในการประสานงาน และลดความผิดพลาด จากการประสานงานกับหลายฝ่าย
  - ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นจากการประสานงานที่ผิดพลาด
  - ลดปริมาณบุคลากร และค่าใช้จ่าย หรือสามารถแสวงหาการว่าจ้างจากภายนอก (outsourc) เพื่อ ประหยัดค่าใช้จ่าย
5. จัดปัญหาต่างๆ ที่ล้วนแต่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น
- การทำผิดขั้นตอนด้านพิธีการศุลกากร
  - การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีไม่ถูกประเภท หรือไม่มีประสิทธิภาพสูงสุด
  - การใช้บริการของสายเดินเรือ / สายการบินที่ไม่เหมาะสม
  - การไม่สามารถจัดส่งสินค้า ให้กับผู้ซื้อได้ตามระยะเวลาที่กำหนด
  - การถือผลจากบุคลากรของบริษัท
6. มีมูลค่าเพิ่มของการให้บริการ ( Value-added services) ให้กับผู้ประกอบการ เช่น
- Credit term/ credit lines
  - Door to door services
  - การบริการให้คำปรึกษาในด้านการนำเข้า - ส่งออก
  - การบริการด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เป็นประโยชน์
  - การจัดส่งเอกสาร

ชยาวุธ ทิวงศศิริ (2547) กล่าวถึง วิธีการคัดเลือกผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) ที่ดี ควรพิจารณาจากข้อมูลดังนี้

1. มีความมั่นคง และเปิดให้บริการติดต่อไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท
2. ผู้บริหารของบริษัท ควรเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจการขนส่งระหว่างประเทศ (International Transport) ไม่น้อยกว่า 3 ปี
3. มีสถานที่ประกอบการเป็นหลักแหล่งและน่าเชื่อถือ

4. มีทรัพยากรที่สำคัญ เช่น บุคลากรที่มีความชำนาญ อุปกรณ์สำนักงานที่มีความทันสมัย เพื่อรองรับการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. พิจารณารายชื่อลูกค้าที่ใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) นั้น เป็นข้อมูลอ้างอิง

6. ความสามารถในการให้บริการที่ครอบคลุมด้านการขนส่งระหว่างประเทศ (International Transport) หรือ ด้าน โลจิสติกส์

7. เอกสารที่ออกโดยผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarders) นั้น เช่น B/L ( Bill of Lading) วรรระบุ ความรับผิดชอบ (Liability) เพื่อคุ้มครองความเสียหายต่อสินค้า ให้กับลูกค้า

ลักษณะของผู้รับจัดการขนส่งในปัจจุบัน (Freight Forwarders) ไม่ได้มีบทบาทการเป็นผู้รับจัดการขนส่งให้บริการกับลูกค้าที่เป็น route หรือ network หรือลูกค้าทั่วไป เพียงอย่างเดียว มีผู้รับจัดการขนส่งจำนวนมากที่ทำหน้าที่ เป็นบุคคลที่ 3 ให้บริการงาน โลจิสติกส์ หรือที่เรียกว่า 3 PL (Third Party Logistics) ให้แก่ลูกค้า มีการให้บริการบริหารงานคลังสินค้า การขนส่ง การรับใบสั่งซื้อ การใช้ระบบข้อมูล และกิจกรรมอื่นที่สร้างคุณค่ากับงานโลจิสติกส์ เช่น ออกแบบบรรจุหีบห่อ ฯลฯ ซึ่ง Sink *et al*, 1996 กล่าวถึง กิจกรรมด้านต่างๆของผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ ( Third party Logistics Provider : TPL) ด้านการขนส่ง คลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การส่งสินค้า ระบบข้อมูลและกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าอื่นๆ กิจกรรม shipping และ freight forwarding เป็นกิจกรรมหนึ่งของการขนส่ง

การจัดการความเสี่ยงและความรับผิดชอบการให้บริการรับขนส่งสินค้า จากโรงงานผลิต ไปยังท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน หรือ จาก ท่าเรือ ไปยังโรงงาน ซึ่งผู้รับจัดการขนส่ง มีความจำเป็นที่จะต้อง มีประกันภัยต่อสินค้าที่บรรทุก อยู่บนยานพาหนะทุกครั้ง ผู้รับจัดการขนส่ง ที่มีขนาดใหญ่ หรือที่เป็น ผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ ที่มีเครือข่าย มักจะมีประกันภัยคุ้มครองแบบ เดียวกันทั่วโลก (Global Liability) และสามารถระบุความรับผิดชอบ ได้อย่างชัดเจน ในขณะเดียวกัน การถือกำเนิดของ TAPA (Technology Assets Protection Association) ที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ผลิตและผู้รับจัดการขนส่ง ที่มองเห็นความปลอดภัยของสินค้า ที่ถูกส่งจากมือผู้ผลิตไปยังผู้รับสินค้า ปลายทางว่ามีมาตรฐานในการป้องกันความปลอดภัยของสินค้าได้อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของรถขนส่ง คลังสินค้า และพนักงานขับรถ ปัจจุบันมีผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติหลายรายที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนี้

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่ง

### ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งสินค้า

การตัดสินใจของผู้ส่งสินค้า จะรวมถึงการออกแบบเครือข่ายของการขนส่ง ทางเลือกของค่าเฉลี่ยของการขนส่ง และการมอบหมายงานในการขนส่ง ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละราย เป้าหมายของผู้ส่งคือ การทำให้เกิดค่าใช้จ่ายโดยรวมในการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อของลูกค้าให้น้อยที่สุด ผู้ส่งจะต้องรวมค่าใช้จ่ายเหล่านี้ เมื่อมีการตัดสินใจด้านการขนส่ง

1. ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง คือค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะต้องจ่าย ให้กับผู้ทำการขนส่ง สินค้าไปให้ลูกค้า ซึ่งจะขึ้นอยู่กับราคาของผู้ทำการขนส่งแต่ละรายได้เสนอมานี้ และลักษณะการขนส่ง เช่นการขนส่งแบบประหยัด แต่ระยะเวลาการขนส่งนาน หรือแบบราคาแพง แต่ระยะเวลาในการส่งสั้น ค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นค่าใช้จ่ายแปรผัน สำหรับทุกๆการตัดสินใจ ของผู้ส่ง ถ้าผู้ส่งไม่ได้มีกิจการด้านขนส่งเองด้วย

2. ค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลัง คือค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ที่เกิดจากเครือข่ายโซ่อุปทานของผู้ส่ง ค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลังนี้มีลักษณะคงที่ สำหรับการตัดสินใจด้านการขนส่งในเวลาสั้นๆ ค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลังเป็นลักษณะแปรผัน เมื่อผู้ส่งได้ทำการออกแบบเครือข่าย ในการขนส่งหรือนโยบาย ด้านการวางแผนปฏิบัติการ

3. ค่าใช้จ่ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ คือ ค่าใช้จ่ายของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในเครือข่ายโซ่อุปทานของผู้ส่ง โดยจะถูกพิจารณาเมื่อผู้จัดการด้านโซ่อุปทานได้ทำการตัดสินใจด้านกลยุทธ์ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่สำหรับการตัดสินใจด้านการขนส่งอื่นๆทั้งหมด

4. ค่าใช้จ่ายในกระบวนการ คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง กับการสั่งให้มีการนำสินค้าขึ้นและลง เหมือนกับค่าใช้จ่ายในกระบวนการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ค่าใช้จ่ายนี้เป็นค่าใช้จ่ายแปรผัน สำหรับทุกๆการตัดสินใจด้านการขนส่ง

5. ค่าใช้จ่ายสำหรับระดับของการบริการ คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อไม่สามารถ ส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาในข้อตกลง ในบางกรณีนี้ค่าใช้จ่ายจะถูกระบุ ไว้อย่างชัดเจนในสัญญา แต่ในบางกรณี จะได้รับผลกระทบมาจากความพึงพอใจของลูกค้า ค่าใช้จ่ายนี้ควรถูกพิจารณาในการตัดสินใจด้านการวางแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติการ

Lambert, Stock และ Ellram (1988) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง ด้วยบรรทัดนี้คือ

- ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการขนส่ง
- การบริการรับสินค้าตรงเวลา

- การจัดส่งที่ตรงเวลา
- อัตราค่าจัดส่ง
- การจัดส่งและเก็บเงินมีความถูกต้องตามรายการ
- การชดใช้ค่าเสียหายในกรณีที่เกิดความสูญหายและเสียหายในระหว่างการจัดส่ง
- ความพร้อมที่จะให้บริการในกรณีที่มีการร้องเรียนเกิดขึ้น
- ความซื่อสัตย์ของคนขับรถ
- ทักษะคติ โดยทั่วไปของผู้ประกอบการขนส่งต่อปัญหาที่เกิดขึ้นและคำร้องเรียน
- มีความพร้อมที่จะทำการจัดส่งอยู่ตลอดเวลา
- ความสม่ำเสมอในส่วนของเวลาในการจัดส่ง

### ปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งสินค้า มีดังนี้

1. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง (Total Travel Time) ประกอบด้วยเวลาที่สินค้าบรรทุกอยู่บนยานพาหนะ ระยะเวลาที่สินค้าอยู่ที่ท่าขนส่ง และเวลาที่ใช้ในการขนส่ง
2. ต้นทุนรวมในการขนส่ง (Total Transport Cost) ประกอบด้วยอัตราค่าระวาง ต้นทุนค่าภาระในการใช้ท่า ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้า ในบางกรณีก็รวมเอาต้นทุนบางประเภท เช่น ค่าประกันภัยและภาษีไว้ด้วย
3. ความถี่การใช้บริการ (Service Frequency) ในกรณีของการขนส่งสินค้า ยิ่งบริษัทขนส่งเสนอบริการขนส่งมากเท่าใด ผู้ส่งสินค้าก็ยิ่งลดความจำเป็นในการเก็บสต็อกสินค้าลงได้มากเท่านั้น อีกทั้งยังมีผลกระทบต่อต้นทุนที่ใช้ในการเดินทางด้วย
4. ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้า : ปัจจัยนี้มีความสำคัญมากสำหรับสินค้าบางประเภท โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องเผชิญกับความเสียหายขณะเดินทางสูง เช่น สินค้าที่เน่าเสียง่าย จะได้รับความกระทบกระเทือนมากขณะขนส่ง อย่างไรก็ตาม ก็ยังขึ้นอยู่กับลักษณะการบรรจุหีบห่อด้วย ในหลายประเทศ ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบคือ ค่าใช้จ่ายการขนส่งภายในประเทศที่สูงมากกว่าค่าขนส่งระหว่างประเทศ ถึง 2-3 เท่า และค่าขนส่งสำหรับสินค้านำเข้า จากท่าเรือ ไปยังโรงงานจะสูงกว่าค่าขนส่งที่ส่งสินค้าออกจากโรงงานไปยังท่าเรือ โดยเฉพาะในแถบในแถบเอเชีย ค่าขนส่งในประเทศเมื่อรวมกับค่าใช้จ่ายดำเนินการ จะมีมูลค่า 20-25 เปอร์เซ็นต์ ของมูลค่า FOB ที่เดียว

ต้นทุนการขนส่ง (The cost of transport) ใน Key Sectors for trade efficiency transport โดย UNCTAD Secretariat กล่าวไว้ว่า ต้นทุนเกิดจาก

1. ค่าใช้จ่ายที่เห็นเป็นตัวเงิน ( Money Costs) คือ ค่าระวาง ค่าภาระท่าเรือ ค่าขนส่งภายในประเทศ ค่าเบี้ยประกัน และค่าจัดการอื่นๆ
2. ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสถานะสินค้า ( Transit time Costs) คือ ค่าดอกเบี้ย ค่าภาระสินค้าคงคลัง ค่าเสียเวลาในการชำระหนี้ ค่าปรับในการส่งสินค้าล่าช้า
3. ค่าใช้จ่ายจากการสูญเสีย เสียหาย การล่าช้า ( Costs from loss, damage and delays) คือ ค่าความเสียหาย และสูญหาย และล่าช้าของสินค้าที่อยู่ในการเปลี่ยนสถานะสินค้า ค่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในระหว่างเปลี่ยนสถานะสินค้า

### โครงสร้างอัตราค่าขนส่ง

อัตราค่าขนส่ง คือ ค่าใช้จ่ายที่ผู้ให้บริการเรียกเก็บจากผู้ใช้บริการ เมื่อมีการให้บริการเคลื่อนย้าย ผู้โดยสารหรือสินค้า จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ถ้าเป็นการขนส่งผู้โดยสาร จะเรียกอัตราค่าขนส่งว่า อัตราค่าโดยสาร (Fare Rate) แต่ถ้าเป็นการขนส่งสินค้า จะเรียก อัตราค่าขนส่งว่า อัตราค่าระวาง (Freight Rate) สำหรับโครงสร้างอัตราค่าขนส่งที่นิยามใช้สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. โครงสร้างอัตราค่าขนส่ง ที่กำหนดขึ้นตามความปรารถนาที่จะจ่ายของผู้ใช้บริการ (Demand – Related Rate) เป็นการกำหนดราคาที่ไม่มีการเชื่อมโยงที่ชัดเจนเหมือนกับโครงสร้างที่กำหนดตามปริมาณขนส่งหรือ โครงสร้างกำหนดตามระยะทางที่ขนส่ง
  2. โครงสร้างอัตราค่าขนส่งที่กำหนดตามระยะทาง (Distance – Related Rate) ออกเป็น
    - 2.1 อัตราค่าขนส่งแบบตามเขต (Postage – Stamp Rate)
    - 2.2 อัตราค่าขนส่งที่แปรผันโดยตรงตามระยะทาง ( Mileage Rate Structure)
    - 2.3 อัตราค่าขนส่งแบบชายธง (Tapering Rate)
    - 2.4 อัตราค่าขนส่งแบบครอบคลุม (Blanket Rate)
    - 2.5 อัตราค่าขนส่งที่กำหนดจุดอ้างอิง ( Basing point Rate)
  3. โครงสร้างอัตราค่าขนส่งที่กำหนดตามปริมาณการขนส่ง (Volume – Related Rate) ตั้งอยู่บนหลักการที่ว่าต้นทุนค่าขนส่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณการขนส่ง การขนส่งครั้งละมากๆ จะทำให้ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยถูกกว่าการขนส่งครั้งละน้อยๆ

4. โครงสร้างอัตราค่าขนส่งที่กำหนดตามผลิตภัณฑ์ ( By Product) เป็นการแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์ ที่มีความคล้ายคลึงกัน มาจัดอยู่ในหมวดหมู่ (Product Term) เดียวกัน โดยจะเรียกเก็บค่าขนส่งแตกต่างกันตามผลิตภัณฑ์แต่ละหมวด โดยมีปัจจัยที่ช่วยในการแบ่งกลุ่มดังนี้

- 4.1 นำหนักต่อปริมาตรบรรทุกของสินค้า
- 4.2 มูลค่าต่อนำหนักของสินค้า
- 4.3 ความรับผิดชอบของผู้ขนส่งเมื่อสินค้าเกิดการสูญหายหรือเสียหายระหว่างเดินทาง
- 4.4 ความน่าจะเป็นของสินค้าที่จะทำให้สินค้าอื่นที่บรรทุกในยานพาหนะเดียวกันเสียหาย
- 4.5 ความเสี่ยงในการขนส่ง
- 4.6 ประเภทของการบรรจุหีบห่อ
- 4.7 ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสินค้า
- 4.8 ค่าใช้จ่ายในการยกขน
- 4.9 เงื่อนไขข้อตกลงทางการค้า
- 4.10 ต้นทุนของการให้บริการสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

และมีการนำมาใช้ในการกำหนดอัตราค่าขนส่งหลายประเภท เช่น อัตราค่าขนส่งตามชั้น (Class Rate) อัตราค่าขนส่งตามสัญญา (Contract Rate) และอัตราค่าขนส่งราคาเดียว (Freight All Kind : FAK) หรืออาจเรียก อีกชื่อหนึ่งว่า All Commodity Rate : ACR ซึ่งหมายถึงอัตราค่าขนส่งที่ผู้ขนส่งคิดจากผู้ส่งสินค้า โดยไม่คำนึงถึงชั้น (Classification) ของสินค้า วิธีการนี้บริษัทขนส่ง มักใช้กับผู้รับจัดการขนส่ง ( Freight Forwarders) เพราะตัวแทนเหล่านี้ จะเป็นตัวกลางในการรวบรวมสินค้าจากผู้ส่งสินค้าหลายๆราย แล้วจัดส่งในคราวเดียวกัน ทำให้มีสินค้าหลากหลาย ไม่สะดวกในการจัดชั้น จึงคิดเหมาใช้อัตราค่าขนส่งราคาเดียว

5. โครงสร้างอัตราค่าขนส่งแบบเบ็ดเตล็ด ( Miscellaneous Rate) เป็นวิธีการคิดอัตราค่าขนส่งที่ไม่สามารถจัดเข้าเกณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ หรือเกณฑ์ของปริมาณการขนส่งได้ ซึ่งการคิดอัตราค่าขนส่ง ประเภทนี้ก็เป็นที่ยอมรับในบางธุรกิจ เช่น อัตราค่าขนส่งตามปริมาตร ( Cube Rate) อัตราค่าขนส่งเพื่อการค้าระหว่างประเทศ ( Import – Export Rate) อัตราค่าขนส่งกรณีที่ส่งสินค้าล่าช้า ( Deferred Rebate) อัตราค่าขนส่งตามมูลค่าที่แท้จริง ( Released Value Rate) และ อัตราค่าระวางการขนส่งทางทะเล ( Ocean Freight Rate)

พอล อาร์ เมอร์ฟี และ เจมส์ เอ็ม คาร์ลีย์ (2542) ศึกษาถึงความเข้าใจและรับรู้ของลูกค้าต่อผู้รับจัดการขนส่งในสหรัฐอเมริกาไว้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยกับ การแข่งขันในธุรกิจรับจัดการขนส่ง ลูกค้าต้องการการบริการด้าน SCM จากผู้รับจัดการขนส่งมากขึ้น ลูกค้าลดการใช้ผู้รับ

จัดการขนส่งให้เหลือน้อยรายลง ลูกค้าเห็นว่าอุปสรรคระหว่างผู้รับจัดการขนส่ง ผู้ขนส่ง และ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ หดสิ้นไปแล้ว ลูกค้าได้พัฒนาความสัมพันธ์ด้านธุรกิจกับผู้รับจัดการขนส่งมากขึ้น และมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของ EDI

จิตติมา วงศ์อินตา (2545) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง ของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ และผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภค สรุปว่าปัจจัยหลักที่สำคัญในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง อันดับแรกคือ ความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลาที่กำหนด และอันดับสองที่ผู้ผลิตทั้งสองกลุ่มได้ให้ความสำคัญก็คือ ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่ง นอกจากนี้ก็จะให้ความสำคัญในเรื่อง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทางถึงปลายทาง และการดูแลรักษาสินค้าไม่ให้เกิดความสูญหายในระหว่างการจัดส่ง และระยะเวลาที่ใช้ในการคืนสินค้า

นิภาพร หวังวัชรกุล (2545) ศึกษา ระบบประเมินผลการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการขนส่งด้วยระบบครบทุก โดยได้ใช้วิธี Balanced Scorecard ในด้านมุมมองของลูกค้าต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนส่งที่ให้บริการ จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการโดยตรงว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญคือ ปัจจัยเรื่องเวลาในการจัดส่ง เช่น เวลาต้องสั้น ไม่ว่าจะส่งสินค้าถึงปลายทางและส่งออกสารคืนกลับมายังต้นทาง ความตรงต่อเวลาในการรับและจัดส่งสินค้า และระยะเวลาเฉลี่ยในการแก้ไขปัญหา และยังมีปัจจัยด้านคุณภาพ เช่น การดูแลรักษาสินค้าไม่ให้เกิดเสียหาย ความถูกต้องในการจัดส่งตามสถานที่ส่ง ความถูกต้องของสำเนาเอกสารของบิลที่คืนกลับมา ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ ของความสามารถในการปฏิบัติงานได้จริง และปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า

สหชัย ศิลากอง (2543) ศึกษา แนวทางการประเมินคุณภาพ การให้บริการจัดส่งสินค้าองค์กรขนาดเล็ก ซึ่งมีประเภทสินค้าไม่หลากหลาย และมีปริมาณจัดส่งไม่มาก สามารถให้บริการได้ดีกว่า การบริการขององค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งมีประเภทสินค้าหลากหลาย และมีปริมาณสินค้าที่จัดส่งมาก กล่าวคือลูกค้ารู้สึกว่าการที่รับจากองค์กรขนาดเล็ก และขนาดใหญ่แตกต่างจากสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังในระดับคะแนน 0.654 และ 1.135 จาก คะแนนความแตกต่างสูงสุด 4 คะแนน โดยมีข้อสังเกตว่าคุณภาพการให้บริการจะขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือการศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างจริงจัง และความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจาก การพูดปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ

ผาด ธเนศวรย์สกุล (2536) ศึกษาขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ขนส่งต่อผู้ส่งของในระบบการขนส่งหลายรูปแบบตามกฎหมายไทย โดยได้สรุปว่า ผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarder)



หมายถึงบุคคลใดๆที่ได้แสดงตนต่อสาธารณชนโดยทั่วไปในการบริการและจัดแจงการขนส่งสินค้า และหวังค่าตอบแทนโดยอาจทำการรวบรวมและจัดรวมสินค้าต่าง ๆ นั้น รวมถึงการจัดการการแยกสินค้าสำหรับสินค้าซึ่งถูกจัดรวมๆกันนั้น และรับผิดชอบต่อการขนส่งสินค้าดังกล่าวจากจุดรับสินค้าไปถึงจุดปลายทางโดยใช้บริการของผู้ขนส่ง ไม่ว่าจะทางบก ทางทะเล หรือทางอากาศ หรืออย่างใดอย่างหนึ่งรวมกันสำหรับการส่งสินค้านั้น สำหรับความรับผิดชอบของผู้จัดการขนส่งหลายรูปแบบอยู่ภายใต้บังคับของ พรบ. การรับขนของทางทะเล พ.ศ. 2534 เฉพาะช่วงการขนส่งทางทะเลเท่านั้น ไม่สามารถนำมาบังคับต่อความรับผิดชอบของผู้ขนส่งในช่วงขนส่งที่เกิดก่อนและหลังการขนส่งทางทะเล แต่หากผู้ขนส่งร่วมที่มีได้เป็นผู้ก่อให้เกิดความเสียหายจะต้องรับผิดชอบด้วยหากมีการฟ้องไล่เบียดระหว่างผู้ขนส่งด้วยกัน ฉะนั้น จึงมีข้อแนะนำจากการวิจัยว่าควรปรับปรุงแก้ไข พรบ. โดยเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับการขนส่งหลายรูปแบบ กำหนดความรับผิดชอบของผู้ขนส่งต่อผู้ส่งของให้แน่ชัด และควรบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการขนส่งระหว่างประเทศทางอากาศและทางบก กำหนดหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบของผู้ขนส่งต่อผู้ส่งของตามสัญญาขนส่งหลายรูปแบบให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน.

บุญงาม เอี่ยมสุภวัฒน์ (2542) ศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการขนส่งโดยรถตู้ เขตกรุงเทพมหานครตอนเหนือ รูปแบบการให้บริการของรถตู้ ลักษณะและพฤติกรรมการเดินทางของผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการจัดการและปรับปรุงรูปแบบการขนส่งดังกล่าว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ และสำรวจภาคสนาม ด้วยแบบสอบถาม 156 ชุด ผลการศึกษาพบว่าเส้นทางที่รถตู้ส่วนใหญ่ วิ่งให้บริการเน้นการให้บริการที่รวดเร็วและรับประกันที่นั่งให้ผู้โดยสาร และระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ย 41 นาทีต่อเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในการเดินทาง 49 บาทต่อวัน จึงได้เสนอแนะ แนวทางด้านจัดการ โดยจัดตั้งองค์กรในรูปแบบสหการเพื่อ จัดสรรเส้นทางแก่ผู้ประกอบการ และปรับปรุงการให้บริการ ตลอดจนกำหนดอัตราค่าโดยสาร ระหว่าง 20-25 บาท ระยะทางให้บริการประมาณ 15-20 กิโลเมตร จุดจอดควรอยู่ที่บริเวณที่สามารถเชื่อม กับระบบขนส่งอื่นๆ ได้สะดวก ส่วนการบริการด้านอื่นๆได้มาตรฐาน เช่น การกำหนด รูปแบบรถยนต์ ขนาดบรรทุกผู้โดยสาร และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

ชัชวาล ต้นตระกูล (2539) ได้สรุปปัจจัยส่วนใหญ่ที่นำมาพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งได้ว่า คุณภาพ (Quality) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการคัดเลือก ซึ่งเกณฑ์ในการประเมินด้านคุณภาพของแต่ละธุรกิจอาจไม่เหมือนกัน โดยส่วนใหญ่จะพิจารณาจากความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ที่เกิดจากการปรับปรุงกระบวนการภายในทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง ชีตความสามารถ (Capability) พิจารณาได้จาก ความสามารถในการบริหารองค์กรรวมถึงการควบคุมการปฏิบัติงาน

และการควบคุมระยะเวลาในการจัดส่งให้อยู่ในเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ สถานะทางการเงิน (Financial) ราคา (Price) ตำแหน่งที่ตั้ง (Location) การเสนอราคา (Quotation) และปัจจัยอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้ว่าจ้างกับผู้รับจ้าง ทักษะความสามารถต่อราคา ความมีชื่อเสียง ภาพพจน์ เป็นต้น

Bell, Stephen (2000) ( อ้างใน Special Project อุทัยวรรณ เสริมกำปิง ) ศึกษาการจัดลำดับความสำคัญปัจจัยที่เจ้าของสินค้าหรือผู้ใช้บริการต่อการให้บริการจัดส่งสินค้าในสก็อตแลนด์ ว่าเจ้าของสินค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องของ ราคาค่าบริการที่ถูก ฐานข้อมูลอินเทอร์เน็ต ความน่าเชื่อถือด้านระยะเวลาในการจัดส่ง การติดต่อประสานงานระหว่างเจ้าของสินค้าและผู้รับจัดการขนส่ง และความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง

Huu-Phuong Ta, Hwee-Ling Choo และ Chee-Chuong Sum (1999) ศึกษาเรื่องความสนใจของผู้ประกอบการต่างชาติที่มีต่อการขนส่งในประเทศจีน ว่า นอกเหนือจากเรื่องของถนนและสาธารณูปโภคที่รัฐต้องพัฒนาแล้ว การให้บริการในเรื่องการขนส่ง โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสาร ข้อมูลที่ใช้ติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้า จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไข นอกจากนี้ การให้บริการส่งสินค้าของผู้รับจัดการขนส่งท้องถิ่นยังขาดความน่าเชื่อถือ และต้องปรับปรุง รวมถึงการที่จะต้องจัดอบรมหน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์ให้มีความชำนาญในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น

### 2.3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

งานบริการเป็นงานสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้าและผู้ที่มาติดต่อการบริการที่ดีย่อมมีผลดีต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการให้บริการจะเป็นผลเสียหายอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นผู้รับผิดชอบในการบริการและการต้อนรับต้องตระหนักและระลึกอยู่เสมอว่า “ การบริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบ ” การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ขณะลูกค้าผู้ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้

#### องค์ประกอบของการบริการ

โดยทั่วไปองค์ประกอบที่สำคัญของการบริการ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง ทั้งองค์ประกอบธุรกิจบริการ และบุคลากรหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ

2. กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ วิธีการให้บริการ
3. ผู้ใช้บริการองค์ประกอบเหล่านี้มีความแตกต่างไปตามประเภทของการบริการ ยกตัวอย่างในเรื่องผู้บริการหากเป็นการบริการสาธารณะผู้ให้บริการก็มักหมายถึงประชาชน โดยทั่วไปในขณะที่การบริการทางด้านธุรกิจก็จะหมายถึงเฉพาะผู้ที่มาซื้อบริการนั้น (ชัชชนะ รุ่งปัจฉิม 2539 : 181-182)

พาร์ชูราแมน และแบร์รี่ (Prasuraman and Berry อ้างถึงใน รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ 2535) กล่าวว่า บริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ (Consistency) และความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย สามารถในการให้บริการ สามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการเข้าใช้เมื่อรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขต และลักษณะงานบริการ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ให้บริการ การให้คำแนะนำ และการเอาใจใส่ผู้ให้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ
10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาดตลอดจนการบริการที่ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพได้

## 2.4. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการ

Herbert A. Simon ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพในเชิงการปฏิบัติงานของเครื่องจักร โดยพิจารณาว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้นให้ดูจากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ใส่เข้าไป (Inputs) กับผลผลิต (Outputs) ที่ได้รับออกมา ประสิทธิภาพจึงเท่ากับผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้าและถ้าเป็นการบริหารราชการก็วัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ (Satisfaction) เข้าไปด้วย ซึ่งอาจเขียนเป็นได้ดังนี้

E	=	(O-I) + S
E	=	Efficiency คือ ประสิทธิภาพของงาน
O	=	Outputs คือ ผลงานที่ได้รับออกมา
I	=	Inputs คือ สิ่งที่ใส่เข้าหรือทรัพยากรทางการบริหารที่ใช้ไป
S	=	Satisfaction คือ ความพึงพอใจในผลงานที่ออกมา

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มักนิยมศึกษาในภาคของผู้ใช้บริการ (Users Satisfaction), ลูกค้า (Customer Satisfaction) หรือในภาคของผู้ให้บริการ (Service Provider) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกรับรู้ด้วยจิตใจและอาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ให้บุคคลรอบข้างได้รับรู้ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจจึงมักมีผู้ที่พยายามจะอธิบายมโนทัศน์หรือความหมายของความพึงพอใจไว้ในแง่ต่างๆขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการศึกษา เช่น ในแง่ของทัศนคติ แรงจูงใจ ความคาดหวัง การได้รับรางวัล และความสมดุลทางอารมณ์ ซึ่งรวบรวมไว้ดังนี้

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในงานบริการ

#### 1. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

สิ่งที่ผู้บริการคาดหวังเพื่อให้ตนเองเกิดความพึงพอใจนั้นมีมากมาย และแตกต่างกันไปตามลักษณะของการบริการ ดังตัวอย่างความคาดหวังของผู้บริการต่อไปนี้ เช่น การบริการราคาถูก (low price) การบริการโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญการ (expertise) การบริการตลอด 24 ชั่วโมง (24 hours access) การบริการที่บ้าน (home access) การบริการโดยมืออาชีพ (professionalism) การบริการที่ถูกต้องเที่ยงตรง (accuracy) การบริการที่น่าเชื่อถือ (reliability) การบริการที่เต็มไปด้วยความรับผิดชอบ (responsiveness) การบริการที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (high-tech) เป็นต้น ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริการเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนและหลากหลาย

มีตัวอย่างที่น่าสนใจตัวอย่างหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากการศึกษาซึ่งกระทำโดย The Energy Products and Services Association (E.P.S.A.) แห่งเมืองซาน ดิเอโก มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าที่จริงแล้วเมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหาอันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการ พวกเขาก็มักจะมีความคาดหวังในเชิงสังคมวิทยาและจิตวิทยาอยู่ด้วยจากการศึกษาของ E.P.S.A. ได้ชี้ให้เห็น ถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่น่าสนใจ 5 ประการ ได้แก่

1.1. ทักษะที่ดี (Pleasant attitude) ในที่นี้หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อตัวผู้ให้บริการ สิ่งที่ใช้บริการต้องการมากที่สุดคือรอยยิ้มและอัธยาศัยอันดีในเวลาที่พวกเขาต้องการมาใช้บริการ ในข้อนี้สะท้อนให้เห็นลักษณะพื้นฐานของผู้ให้บริการเหล่านั้นด้วย กล่าวคือ พวกเขาจำเป็นต้องมีความรักในงานที่ตนกำลังปฏิบัติ เพราะมิฉะนั้นแล้วพวกเขาคงไม่อาจสร้างสรรค์จิตใจของความเป็นผู้ให้บริการที่จะต้องเป็นผู้ให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้าได้

1.2. คำตอบที่ถูกต้องและเต็มไปด้วยความรับผิดชอบ (Responsive and correct answer) ในที่นี้หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อปัญหาอันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สิ่งที่เขาต้องการมากที่สุดคือเมื่อเวลาที่พวกเขาประสบปัญหา หรือแม้แต่ในยามที่พวกเขาเกิดมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เขาซื้อ พวกเขาคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือ ได้รับคำตอบตลอดจนข้อแนะนำต่างๆ จากผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความช่วยเหลือ คำตอบหรือคำแนะนำต่างๆ เหล่านี้จะต้องมีความถูกต้องและเต็มไปด้วยความรับผิดชอบ ซึ่งความรับผิดชอบในที่นี้ก็หมายถึงความละเอียดชัดเจนของคำตอบ ตลอดจนความกระตือรือร้นในการที่จะอธิบายให้ลูกค้าได้เข้าใจอย่างถ่องแท้

1.3. บุคลิกภาพที่ดี (Well equipped) ในที่นี้หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อตัวผู้ให้บริการนั่นเอง สิ่งที่ใช้บริการต้องการเห็นก็คือ พนักงานผู้ให้บริการที่มีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาด ตลอดจนการมีบุคลิกภาพที่ดีสมกับเป็นผู้ที่พร้อมจะให้บริการ ข้อนี้นับเป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการจะต้องให้ความสนใจและความสำคัญ

1.4. ความมีทักษะและการได้รับการฝึกฝน (Skill and Training) ในที่นี้ หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อตัวพนักงานผู้ให้บริการ สิ่งที่เขาต้องการก็คือ พนักงานผู้ให้บริการที่เป็นผู้มีความรู้ ทักษะความชำนาญงานในงานบริการนั้น ๆ ข้อนี้เป็นเรื่องที่ทำเป็นประจำที่พนักงานผู้บริการจะต้องได้รับการฝึกฝนอบรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานที่ตนเองปฏิบัติอยู่มาอยู่แล้วเป็นอย่างดี

1.5. การตรงต่อเวลา (Punctuality) ในที่นี้หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อพนักงานผู้ให้บริการและการได้รับบริการ สิ่งที่เขาต้องการก็คือการตรงต่อเวลาการนัดหมายกับผู้ใช้บริการเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพที่ทุกคนต้องทำงานแข่งกับเวลาอย่างทุกวันนี้ การผัดนัดกับผู้ใช้บริการเป็นเรื่องที่บางครั้งอาจสร้างความเสียหายต่อธุรกิจบริการที่เราเกี่ยวข้องอยู่อย่างที่เราอาจคาดไม่ถึงได้

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen, 1978) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน ที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ และความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่า ได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจ 6 ประเภท คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น
  - การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office waiting time)
  - การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of care when needs)
  - ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of getting to care)
  
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ซึ่งแยกออกเป็น
  - 2.1 ความพึงพอใจต่อการได้รับบริการครบในสถานที่ให้บริการแห่งนั้น (Getting all needs met at one place)
  - 2.2 ความพึงพอใจต่อการติดตามผลงานของผู้ให้บริการ(Follow-up)
  - 2.3 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)
  - 2.4 ความพึงพอใจต่ออหยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอหยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ
  - 2.5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ
  - 2.6 ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ( output-off-pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

Gustafson and Richard (1964) (อ้างถึงโดย จิตติมา วงษ์อินตา , 2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านการให้บริการของลูกค้า ของผู้ประกอบการขนส่ง และสรุปได้ ดังนี้คือ

- เวลาในการจัดส่ง ( Delivery Time)
- ความตรงต่อเวลาในการรับและจัดส่งสินค้า ( Reliability on-time pickup and delivery)
- การควบคุมความเสียหาย (Damage control)
- ความรับผิดชอบ (Responsiveness)
- การจัดการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า (Information flows)

## 2. ปัจจัยการบริการลูกค้า

การบริการลูกค้ามีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท บริษัทต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับบริการลูกค้าการบริการลูกค้าเป็นความสามารถของบริษัทในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเรื่อง

2.1 เวลา (time) ลูกค้าเมื่อสั่งซื้อสินค้าก็อยากได้สินค้าโดยเร็ว การได้รับมอบสินค้าเร็วทำให้เขามีสินค้าไว้บริการลูกค้า การส่งมอบสินค้าให้รวดเร็วอาจทำได้โดยใช้วิธีการขนส่งที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (operational performance) ของฝ่ายระบบสินค้าทางธุรกิจจะวัดจากความเร็ว (speed) ความสม่ำเสมอ (consistence) และความพร้อมของสินค้า นับตั้งแต่ได้รับใบสั่งซื้อจนส่งมอบสินค้าได้ ความรวดเร็ว (speed) ความสม่ำเสมอ (consistency) ของระยะเวลาที่จะได้รับสินค้า หมายถึง ความสามารถของบริษัทที่จะส่งมอบสินค้าได้ตามเวลาที่คาดไว้ทุกครั้งไป หากขาดความสม่ำเสมอการดำเนินงานของลูกค้าก็ต้องมีสินค้าคงคลังเพื่อไว้เพื่อความปลอดภัยจากสินค้าหมดสต็อก ความพร้อมสินค้า (availability) ที่จะส่งให้กับลูกค้าตามใบสั่งซื้อเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้า

2.2 ความเชื่อถือ (dependability) ความหวังของลูกค้า คือความต้องการเห็นสินค้าที่ได้รับถูกต้องตรงตามที่สั่งซื้อ ไม่มีความเสียหายและครบถ้วนตามจำนวน ความต้องการของลูกค้า นั้นจะคาดหวังสินค้าที่สั่งซื้อส่งมอบครบตามจำนวนและสินค้าไม่มีความเสียหาย ความเสียหายสินค้าจะเกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าและการขนส่ง สาเหตุที่สำคัญก็คือ ความแข็งแรงหีบห่อที่สอดคล้องกับการขนส่ง การขนส่งทางอากาศสินค้าจะเสียหายน้อยด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ระยะเวลาการขนส่งที่สั้น การกระทบกระแทกจากการขนส่งน้อย การดำเนินการส่งสินค้าในสภาพที่สมบูรณ์ คือ ถูกต้อง ครบถ้วนตามจำนวนและไม่มีความเสียหาย

Gustafson และ Richard (1964) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านการให้บริการที่มีต่อลูกค้าของผู้ประกอบการขนส่งซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญนั้น ได้แก่ เวลาในการจัดส่ง ความตรงต่อเวลาในการรับและจัดส่งสินค้า การควบคุมความเสียหาย เป็นต้น

2.3 การติดต่อสื่อสาร (Communications) เป็นการเชื่อมโยงสองทางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การสื่อสารจะช่วยในการตรวจสอบการบริการ ผู้ขายและผู้ซื้อก็จะทราบปัญหาแต่เนิ่น ๆ อันจะสามารถแก้ปัญหาได้ทันที ความสามารถของบริษัทในการจัดการการสื่อสารจะช่วยให้ลูกค้าสามารถสอบถามการสั่งซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้า และข้อมูลเกี่ยวกับวันและเวลาที่สินค้าจะถึงผู้ซื้อ การสื่อสารนี้จะช่วยให้ลูกค้าสามารถวางแผนด้านการสั่งซื้อและสินค้าคงคลังตลอดจนการแจ้งผู้บริโภคลให้ทราบถึงสินค้าที่จะมาถึง

2.4. ความสะดวก (Convenience) ความสะดวกด้านปฏิบัติการ หรือความยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นความสามารถของบริษัทที่จะให้บริการกับลูกค้าตามที่เรียกร้อง ลูกค้าย่อมต้องการความสะดวกหรือในบางกรณีลูกค้ามีความจำเป็นต้องทำให้ผู้ขายปรับเปลี่ยนการให้บริการระบบบริหารทางธุรกิจของบริษัทซึ่งอยู่ที่ความสามารถในการดำเนินการในสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้ เพียงใด ความเป็นเลิศของระบบสินค้าทางธุรกิจอยู่ที่ความยืดหยุ่นคือการที่บริษัทปรับการให้บริการตามความต้องการของลูกค้ารายใหญ่หรือตามความจำเป็นของลูกค้า

### 3. มาตรฐานการบริการ

ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความต้องการ(need)และความคาดหวังว่าเขาจะได้รับการสนองตอบความต้องการอย่างไร ลูกค้าจะแสดงความรู้สึกในรูปของความต้องการเมื่อเขาซื้อสินค้าและบริการ

3.1 แนวความคิดระดับบริการลูกค้า (customer service levels) ลูกค้ามีความต้องการการบริการในเรื่องเวลา เวลาในที่นี้ก็คือเวลาตั้งแต่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า ลูกค้าต้องการความรวดเร็วเพราะความรวดเร็วหรือเวลาการส่งมอบของที่สั่งจะทำให้ลูกค้าลดค่าใช้จ่ายด้านสินค้าคงคลัง ทำให้มีความสามารถแข่งขันด้านราคา นอกจากนี้ยังมีสินค้าไว้นสนองความต้องการของลูกค้าอีกด้วย ลูกค้ายังต้องการความเชื่อถือได้ (dependability) ว่าสินค้าจะส่งมอบถูกต้องครบถ้วนและไม่มี ความเสียหาย รวมทั้งความสะดวก ความหยุ่นตัวในการสนองตอบความต้องการ (flexibility)ระดับการบริการลูกค้าแสดงถึงความสามารถบริษัทจะสนองตอบความต้องการตามที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามระดับการบริการลูกค้าจะแตกต่างกันไปแต่ละประเทศหรือท้องถิ่น การกำหนดระดับการบริการลูกค้าภายในประเทศไว้สูงเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันนั้นอาจจะไม่จำเป็นกับการบริการลูกค้าในอีกประเทศหนึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการผลิตภัณฑ์ ความทันสมัยของผู้บริโภค และสถานการณ์การแข่งขันของบริษัท

3.2 การกำหนดมาตรฐานบริการลูกค้า (customer service standard) ) ดำเนินงานระบบสินค้าทางธุรกิจให้มีประสิทธิภาพนั้นบริษัทจะจัดทำมาตรฐานบริการลูกค้าเป็นลายลักษณ์อักษร มาตรฐานบริการลูกค้าเป็นวัตถุประสงค์และตัววัดการดำเนินงานซึ่งทำให้บริษัทสามารถควบคุมการปฏิบัติงานได้ ในการจัดทำมาตรฐานการบริการลูกค้าจะต้องมีข้อมูลของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าต้องการบริการเช่นไร คู่แข่งเสนอบริการให้เขาอย่างไร ลูกค้าเต็มใจจะจ่ายเงินเพิ่มอีกนิดหน่อยเพื่อแลกกับบริการที่ดีขึ้นหรือไม่ เมื่อได้ข้อมูลเหล่านี้แล้วจึงนำมาจัดทำมาตรฐาน ซึ่งจะได้มาตรฐานที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า พร้อมกับจัดทำเกณฑ์การวัด การดำเนินงานเพื่อใช้ติดตามการปฏิบัติงาน โดยปกติมาตรฐานจะเกี่ยวกับเวลา ความเชื่อถือได้ ความสูญเสียและความเสียหาย ทั้งนี้มาตรฐานที่กำหนดจะต้องวัดได้ (ไชยยศ ไชยมั่นคง 2544)



สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในงานบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ปัจจัยการบริการลูกค้า และ มาตรฐานการบริการ

## 2.5. การวัดคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า

มีเครื่องมือหลากหลายชนิดที่นิยมใช้ในการวัดคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า และบางชนิดยังสามารถใช้งานสลับเปลี่ยนทดแทนกันได้ เครื่องมือที่ได้รับการยอมรับให้ใช้เป็นชุดเครื่องมือพื้นฐานในการวัดคุณภาพ ประกอบด้วย ตารางหรือแบบตรวจสอบ ( Check Sheets ) แผนภูมิพาเรโต ( Pareto Charts ) แผนภูมิฮิสโตแกรม ( Histograms ) แผนผังวิเคราะห์การกระจาย ( Scatter Diagrams ) หรือแผนผังวิเคราะห์ความสัมพันธ์กัน ( Correlation Diagrams ) แผนผังก้างปลา ( Fishbone Diagrams ) หรือแผนผังแสดงเหตุและผล ( Cause and Effect Diagrams ) กราฟและแผนภูมิควบคุม ( Graph, Control and Run Charts ) การแบ่งย่อยเป็นกลุ่มชั้น ( Stratification ) นอกจากนี้แล้วยังมีเทคนิคการวัดอื่นๆ ที่สามารถนำไปใช้ได้ อีก เช่น การวัดเทียบเคียง ( Benchmarking ) การระดมสมอง ( Brain Storming ) แผนภูมิการดำเนินงาน ( Flow Charting ) หรือที่เรียกกันอีกอย่างว่า แบบพิมพ์เขียวการทำงาน การวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อน ( พิพจน์ องค์กรกิจกุล , 2547 )

การบริหารคุณภาพโดยรวมในด้านบริการ ( Total Quality Management in Services : TQM in Services ) คุณภาพของการบริการจะวัดได้ยากกว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปผู้ให้บริการจะมีเกณฑ์ 2-3 อย่างอยู่ในใจ เป็นพื้นฐานสำหรับเปรียบเทียบทางเลือก การขาดลักษณะใดลักษณะหนึ่งอาจเป็นข้อจำกัดทำให้บริษัทที่ทำกิจการด้านบริการอาจไม่ได้รับการพิจารณาเลือกจากลูกค้า คุณภาพเป็นลักษณะสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญมากกว่าคู่แข่ง จากงานวิจัยโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค ( Heizer and Render . 2004 : 204 ) ได้สรุปภาพรวมของคำว่าระบบคุณภาพด้านการบริการไว้ดังนี้

1. การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพด้านการบริการ ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการบริการ ที่จะได้รับกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการจริง หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า คุณภาพการบริการจะได้รับการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานของการเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่
2. การรับรู้ด้านคุณภาพ จะได้รับจากกระบวนการบริการเช่นเดียวกับจากผลของการบริการ จากมุมมองของลูกค้าวิธีการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถกระทำได้เช่นเดียวกับการบริการที่แท้จริง
3. คุณภาพการบริการ แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ ธรรมดา ( Normal ) และมีข้อยกเว้น ( Exceptional )

3.1 แบบธรรมดา (Normal) เป็นระดับคุณภาพการบริการแบบทำเป็นปกติ

เช่น พนักงานรับเงินของธนาคาร

3.2 มีข้อยกเว้น (Exceptional) มีระดับของคุณภาพซึ่งมีข้อยกเว้น หรือมักมีปัญหา ซึ่งระบบควบคุมคุณภาพต้องให้ความสำคัญและเตรียมพร้อมด้วยชุดของแผนทางเลือกสำหรับการปฏิบัติกร

สรุปได้ว่า คุณภาพด้านการบริการสามารถวัดได้โดยการบริการที่มีประสิทธิผล ซึ่งสามารถทำให้ไม่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่วัดได้ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการวัดต่างๆที่กล่าวมาในข้างต้น

## 2.6 การประเมินประสิทธิภาพของการให้บริการงานขนส่ง

การประเมินประสิทธิภาพของการการให้บริการงานขนส่ง สามารถประเมินได้ด้วยมาตรวัดสมรรถนะเชิงโลจิสติกส์ ได้แก่ เวลาการใช้รถขนส่ง ปริมาณการบรรทุก/เที่ยว การเกิดอุบัติเหตุ/คน/คัน/สาขา/โรงงาน อัตราการใช้น้ำมัน การส่งมอบให้ลูกค้าครบจำนวน และการส่งมอบให้ลูกค้าตรงเวลา

วิทยา สุหฤคดำรง ( 2547 ) ได้กล่าวว่า ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ว่า มี 4 มุมมอง ได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน ( Financial ) คือ ตัวชี้วัดที่บ่งบอกผลการดำเนินงาน โลจิสติกส์ เช่น ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยสินค้า อัตราการใช้ทรัพยากร

2. มุมมองด้านผลิตภาพ ( Productivity ) คือ ตัวชี้วัดที่บอกว่าทรัพยากรกำลังทำงานหรือถูกจัดการได้ดีเพียงใด เช่น ผลิตภาพแรงงาน โลจิสติกส์ = จำนวนคำสั่งซื้อที่ถูกส่งทั้งหมด / จำนวนชั่วโมงแรงงาน

3. มุมมองด้านคุณภาพ ( Quality ) คือ ตัวชี้วัดที่บ่งบอกผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง เทียบกับผลการดำเนินงานในอุดมคติ เช่น ความถูกต้อง = จำนวนที่ถูกต้อง / จำนวนที่ทำทั้งหมด

4. มุมมองด้านรอบเวลา ( Cycle Time ) คือ การวัดรอบเวลาทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกระบวนการโลจิสติกส์ ตั้งแต่ลูกค้าเริ่มวางคำสั่งซื้อจนกระทั่งส่งมอบถึงมือลูกค้า ตัวชี้วัดที่สำคัญคือ รอบเวลาโลจิสติกส์ทั้งหมด (Total Logistics Cycle Time) องค์ประกอบของรอบเวลาโลจิสติกส์ ได้แก่ เวลาในการบันทึกข้อมูลคำสั่งซื้อ เวลาในการประมวลผลคำสั่งซื้อ รอบเวลาในการจัดซื้อ รอบเวลาคำสั่งซื้อที่คลังสินค้า และเวลาในการขนส่ง

วิโรจน์ พุทธิวิถิ ( 2547 ) ได้อธิบายถึงการวัดการดำเนินงานและการวัดประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ว่า การวัดการดำเนินงานในระบบโลจิสติกส์ สามารถวัดได้ในหลายรูปแบบ โดยสามารถจัดได้เป็น 2 ด้านหลักๆ ซึ่งมีตัวชี้วัดต่างๆอยู่ใน 2 ด้านนี้คือ

1. ตัววัดทางการเงิน ( Financial Indicator ) ได้แก่ สัดส่วนกำไร ต้นทุน และยอดขาย เป็นต้น
2. ตัววัดที่ไม่ใช่การเงิน ( Non-financial Indicator ) ได้แก่ ระดับการบริการ คุณภาพ ประสิทธิภาพของกระบวนการ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

การวัดประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ สามารถจำแนกการวัดประสิทธิภาพออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ประสิทธิภาพ ( Efficiency ) ได้แก่ การวัดเวลาในกระบวนการผลิต อัตราการใช้ทรัพยากร เวลานำ ต่างๆ เช่น เวลานำการผลิต เวลานำการสั่งซื้อ เวลานำการส่งมอบ
2. ประสิทธิภาพ ( Effectiveness ) ได้แก่ การวัดผลการลดเวลานำในการส่งมอบ ความเที่ยงตรงของข้อมูล ผลการลดต้นทุนการขนส่ง และค่าความเชื่อถือได้ เป็นต้น
3. ความยืดหยุ่น ( Flexibility ) ได้แก่ ความสามารถในการปรับ หรือยืดหยุ่นกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายในปัจจุบันและในอนาคต ตัวชี้วัด เช่น เวลาการปรับตั้งเครื่องจักร ความสามารถในการรับคำสั่งซื้อขนาดเล็ก ความสามารถในการเปลี่ยนรุ่นการผลิตในแต่ละเดือน เป็นต้น

คณัย เทียนพูน (2546) อธิบายถึงเครื่องมือที่สำคัญในประเมินประสิทธิภาพของการขนส่ง มีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. Key Performance Indicators (KPI) เป็นเครื่องมือในการวัดว่าองค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่ โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณา KPI ดังนี้

1.1 จัดทำตัวชี้วัดโดยอาศัยการพิจารณาปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ(Key Result Area : KRA)

1.2 พิจารณาตัวชี้วัดที่ดี โดยใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

- ความพร้อมของข้อมูล โดยพิจารณาข้อมูลปัจจุบันว่ามีอยู่หรือไม่
- ความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยพิจารณาข้อมูลว่ามีความเป็นปัจจุบันและมีความน่าเชื่อถือ

- ความถี่ของข้อมูล โดยพิจารณาความถี่ของข้อมูลว่าปรับปรุงบ่อยครั้งเพียงใดในรอบ วัน เดือน ปี
- ต้นทุนในการจัดหาข้อมูล โดยพิจารณาต้นทุนในการจัดหาว่ามีหรือไม่
- ความชัดเจนของตัวชี้วัดเพื่อให้เป็นที่เข้าใจร่วมกันของทุกฝ่าย
- สะท้อนให้เห็นผลการดำเนินงานที่แท้จริง
- สามารถเปรียบเทียบกับผลงานในอดีต หรือเทียบเคียงกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่นๆ ได้
- สามารถเชื่อมโยงและให้ความสัมพันธ์กับ KPI ตัวอื่น ๆ ได้ในเชิงเหตุและผล

เป้าหมาย (Targets) เป้าหมายของตัวชี้วัด (KPI Target) ที่องค์กรได้กำหนดขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการให้ผลการดำเนินงานได้บรรลุถึงเป้าหมายในแต่ละตัวชี้วัด ซึ่งเป้าหมายเหล่านี้อาจเป็นได้ทั้งแบบตัวเลข สัดส่วน หรือร้อยละก็ได้ สำหรับการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัว จำเป็นต้องแสดงถึงข้อมูลในปัจจุบัน (Base Line) ของตัวชี้วัดแต่ละตัวก่อน ซึ่งการหาข้อมูลในปัจจุบันจะเป็นตัวช่วยในการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวให้มีความชัดเจนมากขึ้น

2. Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน (Measurement) ที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and focused)

Balanced Scorecard ประกอบด้วยมุมมอง 4 ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน , มุมมองด้านลูกค้า, มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา โดยภายใต้แต่ละมุมมองประกอบด้วยช่อง 4 ช่องได้แก่

1. วัตถุประสงค์ ที่สำคัญของแต่ละมุมมอง ซึ่งในความหมายของคำว่าวัตถุประสงค์ตามแนวคิดของ BSC นั้นคือ สิ่งที่องค์กรมุ่งหวังหรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่างๆ
2. ตัวชี้วัด (Measurement หรือ Key Performance Indicators )
3. เป้าหมายได้แก่ เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ
4. แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่องค์กรจะจัดทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น โดยในขั้นนี้ยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำ เป็นเพียงแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม เบื้องต้นที่ต้องทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

สรุปได้ว่า การประเมินประสิทธิภาพของการให้บริการงานขนส่ง Key Performance Indicator (KPI) ถือได้ว่าเป็นตัวชี้วัดที่สามารถสะท้อนการวางแผนและควบคุมการทำงานได้ เพื่อดำเนินการให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนสามารถพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ด้านงานขนส่งให้มีประสิทธิภาพได้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษากิจการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเป็นการเปรียบเทียบและประเมินประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยการบริการ และความพึงพอใจต่อการบริการ ของผู้นำเข้าและส่งออกที่เป็นผู้ใช้บริการ ต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้บริการจำนวน 100 รายเป็นผู้นำเข้าและส่งออกที่อยู่ในและนอกนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดชลบุรีและระยอง

ผู้ให้บริการคือผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติอย่างละ 5 ราย รวม 10 ราย

#### 3.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ถูกกำหนดขึ้น จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และแหล่งข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ชุด คือ

แบบสอบถาม ชุดที่หนึ่งสำหรับผู้ใช้บริการมี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ และแบบเปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยในการให้บริการขนส่ง และ ความพึงพอใจต่อการบริการ เป็นคำถามแบบ rating scale ตามแบบของ Likert แยกผลการประเมินจากแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งไทยและผู้ใช้บริการของต่างชาติ โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน

1. ด้านศักยภาพและภาพลักษณ์ (Capability & Image) แบ่งออกเป็น 8 ด้านได้แก่

- ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง

- ทำเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง
- ประสบการณ์และความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง
- ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ
- ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูล ไอที หรือ อินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน
- ประกันภัยและความรับผิดชอบ(liability) ต่อความเสียหายหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น
- สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/ คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย
- มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO,TAPA  
( Technology Assets Protection Association)

## 2. ด้านคุณภาพการขนส่ง (Quality) แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

- จำนวนรถและอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ
- ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/ จัดส่งหลากหลายตรงความต้องการ
- การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง
- การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน
- พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่

## 3. ด้านราคา (Price) แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่

- อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น
- ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนต่อเที่ยว
- ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม
- ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท
- การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง

## 4. ด้านเวลา ( Time) แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

- ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลาและรวดเร็ว
- เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือรายงานผล รวดเร็ว
- ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆที่เกิดขึ้น รวดเร็วและเหมาะสม

5. ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ( Customer Relation) แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่
  - มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม
  - มีเจ้าหน้าที่ให้บริการ คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า
  - ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่างๆอย่างเหมาะสม
  - สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้าเสมอ
  
6. ด้านอื่นๆ (Others) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่
  - โอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงาน โลจิสติกส์
  - มีการทำสัญญาในการใช้บริการ
  - มีการปฏิบัติตามสัญญา และข้อตกลงอย่างเคร่งครัด

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

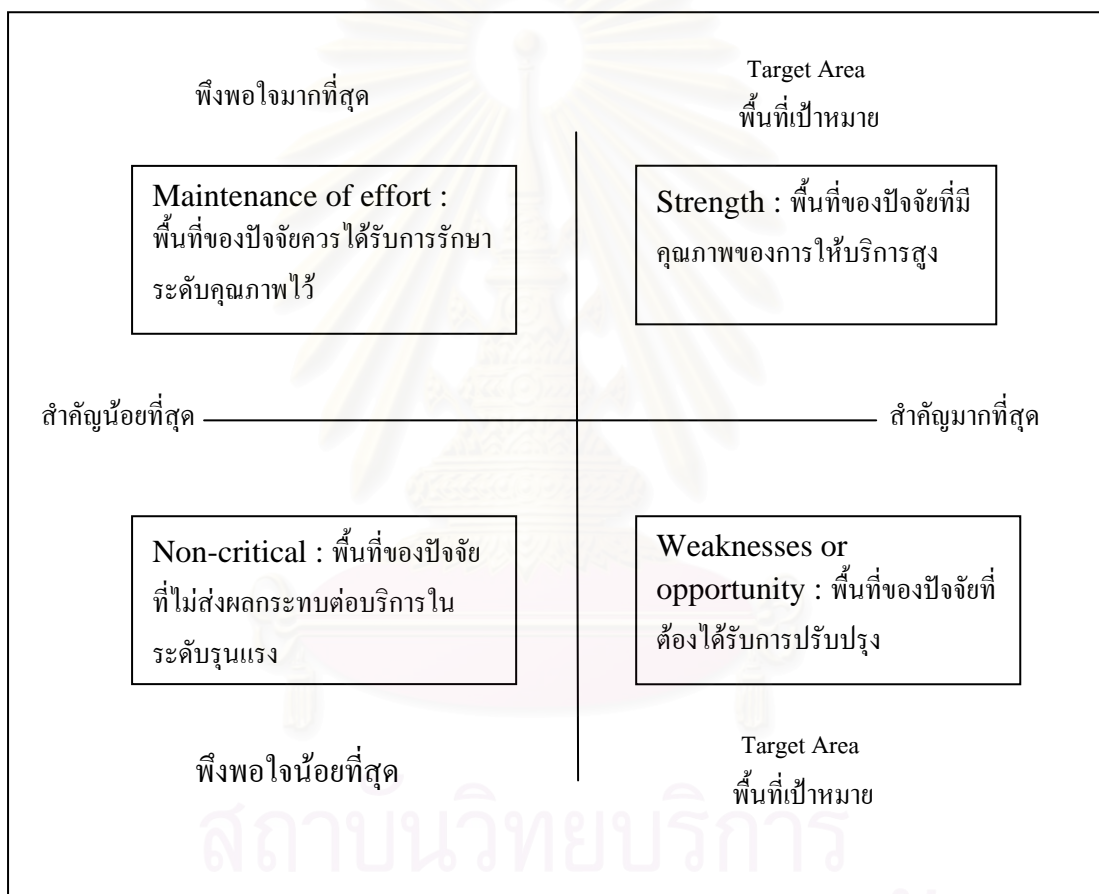
สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการสำรวจโดยการทำแบบสอบถามเพื่อหาคำตอบในเรื่องระดับความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจนำไปให้ผู้ตอบแบบสอบถาม หรือตัวแทน ด้วยตัวผู้ทำวิจัย เพื่ออธิบายและเข้าถึงจุดประสงค์ในการทำวิจัย และส่วนหนึ่งได้ ส่งไปทางโทรสารพร้อมกับโทรศัพท์ติดตาม ทำการสัมภาษณ์ผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ เพื่อให้ผู้รับจัดการขนส่งยืนยันผลของการวิจัยจากแบบสอบถามถึงความสามารถในการให้บริการที่ต้องปรับปรุงเร่งด่วนที่ได้จากแบบทดสอบชุดที่ หนึ่ง พร้อมทั้งเสนอวิธีการเพิ่มความสามารถและคำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการงานขนส่ง และงานโลจิสติกส์ วิเคราะห์ และสรุป ผลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ และนำเสนอข้อเสนอแนะ มาปรับปรุงต่อไป

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติเชิงพรรณนา ระบุค่าของข้อมูล แสดงออกมา เป็นค่าความถี่และค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวนของระดับความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจการบริการในแต่ละปัจจัยจากนั้นนำมาสร้าง Performance Evaluation Matrix เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้และนำไปกำหนด Strategic Opportunities for Competitive Advantage เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ต้องได้รับการปรับปรุงเร่งด่วน (Major Weakness) โดยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant ส่วนนี้จะถูกกำหนดให้เป็นปัจจัยเป้าหมายในการปรับปรุงความสามารถการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง



หลังจากรวบรวมแบบสอบถามเสร็จแล้วจึงทำการคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน ความสำคัญของแต่ละปัจจัย นำมาวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมองเห็นภาพรวมของการ จัดลำดับของปัจจัยต่างๆ ได้ดีขึ้น ซึ่งสามารถทำได้โดยการลงตำแหน่งของปัจจัยต่างๆลงบนกราฟ ที่ ถูกกำหนดโดยค่าระดับความสำคัญในแกนนอนและค่าระดับความพึงพอใจในแกนตั้ง ส่วนแกนตั้ง จะตัดแกนนอนที่ค่าเฉลี่ยบวกลบ กับค่าความแปรปรวน ปัจจัยที่ควรคำนึงมากที่สุด ก็คือ ปัจจัยที่อยู่ใน พื้นที่เป้าหมาย ซึ่งเป็นพื้นที่ของปัจจัยที่ต้องได้รับการปรับปรุง ปัจจัยที่อยู่ในพื้นที่ส่วนนี้จะถูก นำไปวิเคราะห์และสอบถามผู้ให้บริการต่อไป การใช้วิธีการนี้ทำให้เข้าใจถึงภาพรวมโดยทั่วไปของ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจของการให้บริการ



ภาพที่ 5 แสดงความหมายในส่วนต่างๆของพื้นที่กราฟและส่วนของกราฟที่ถูก กำหนดให้เป็น พื้นที่เป้าหมาย

จากภาพที่ 5 ปัจจัยที่ผู้วิเคราะห์ควรให้ความสนใจมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยที่อยู่ในพื้นที่ของ ปัจจัยที่ต้องได้รับการปรับปรุง (Weakness or Opportunity) โดยพื้นที่ส่วนนี้จะถูกกำหนดให้เป็น พื้นที่เป้าหมาย (Target Area) ปัจจัยที่อยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนนี้จะถูกนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ การสัมภาษณ์ต่อไปเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำเข้าและส่งออก จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสัมภาษณ์ ผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ จำนวน 10 ราย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมด จำนวน 68 ชุด และนำแบบสอบถามนี้ มาแยกผลการประเมินเป็นการใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งไทย ได้จำนวน 29 ชุด และการใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ได้จำนวน 39 ชุด

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปจากตารางที่ 2 เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการรถบรรทุกและเลือกใช้บริการจัดการขนส่งรายใดบ้างในปัจจุบัน พบว่ามีการใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งชาติทั้งหมด 39 ราย มีการใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งชาติญี่ปุ่นมากที่สุด คือมีถึง 26 ราย และยุโรป/อเมริกัน และเกาหลี 13 ราย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่ใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งชาติญี่ปุ่น และเกาหลี ก็จะเป็นชาติญี่ปุ่น และเกาหลี เช่นเดียวกัน ส่วนผู้ใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งชาติยุโรป/อเมริกัน ก็จะเป็นชาติตะวันตกและเอเชีย จะสังเกตว่า การที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งชาติเดียวกัน อาจจะเป็นเนื่องจาก มีความเข้าใจในเรื่องภาษา ในการติดต่อสื่อสาร และเลือกใช้ตามบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้า เพื่อความสะดวกในการใช้มาตรฐานบริการเดียวกัน และลดขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้รับจัดการขนส่งหากใช้ต่างราย ขณะเดียวกันผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ก็มักจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มี รถขนส่ง และบุคลากร ที่สามารถรองรับปริมาณบรรทุก และตอบสนองให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างรวดเร็ว โดยไม่มีปัญหา

นอกจากนี้ยังพบว่ามีผู้รับจัดการขนส่งจำนวนไทยจำนวน 18 รายจาก 29 ราย ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในขณะที่ มีผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ เป็นสมาชิก สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวน 35 รายจาก ทั้งหมด 39 ราย

จากตารางที่ 3 พบว่าปริมาณน้ำหนักบรรทุกขนส่งสินค้าต่อเดือนของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติสูงกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทย ในสัดส่วน 1 เท่าตัว และมีปริมาณการใช้รถหัวลากมากกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทย ถึง 8.4 เปอร์เซ็นต์

ผู้รับจัดการขนส่ง ไทย	ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ		
	ญี่ปุ่น	ยุโรป/อเมริกัน	เกาหลี
29 ราย	26 ราย	11 ราย	2 ราย

ตารางที่ 2 จำนวนของผู้รับจัดการขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ

รถบรรทุกที่ใช้	ผู้รับจัดการขนส่ง	
	ไทย	ต่างชาติ
4 ล้อ	20%	14%
6 ล้อ	37%	37%
10 ล้อ	8.6%	7%
หัวลาก	34.4%	42%
น้ำหนักบรรทุก เฉลี่ย ตัน / เดือน	1,148	2,380

ตารางที่ 3 ร้อยละของการใช้รถบรรทุก จากบริการของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ

การให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยของผู้รับจัดการขนส่ง และความพึงพอใจต่อการบริการที่ใช้ มีทั้งหมด 6 ด้าน โดยใช้ Rating Scale ตั้งแต่ 1- 5

คะแนน 1 ให้ความสำคัญของปัจจัย และความพึงพอใจน้อยที่สุด

คะแนน 2 ให้ความสำคัญของปัจจัย และความพึงพอใจน้อย

คะแนน 3 ให้ความสำคัญของปัจจัย และความพึงพอใจปานกลาง

คะแนน 4 ให้ความสำคัญของปัจจัย และความพึงพอใจมาก

คะแนน 5 ให้ความสำคัญของปัจจัย และความพึงพอใจมากที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหา ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้รับจัดการขนส่งไทยและผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยรวม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม

## 4.2 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจ ในรูปค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเฉลี่ยรวม ของ ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจต่อการบริการ ระหว่างผู้รับจัดการขนส่งไทยและ ต่างชาติ พบว่าค่าเฉลี่ยด้านชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง และ ด้านระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน มีความแตกต่างกันมากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจ ในรูปค่าเฉลี่ย

	ความสำคัญของปัจจัย			ความพึงพอใจต่อการบริการ		
	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean
<b>ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability &amp; Image)</b>						
● ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง	3.241	3.923	3.632	3.862	3.872	3.868
● ทำเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง	3.517	3.821	3.691	3.552	3.872	3.735
● ประสิทธิภาพและความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง	4.414	4.513	4.471	3.966	4.051	4.015
● ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ	3.966	4.256	4.132	3.586	3.974	3.809
● ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน	3.690	4.000	3.868	3.138	3.692	3.456
● ประกันภัยและ ความรับผิดชอบ(liability) ต่อความเสียหายหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น	4.552	4.538	3.544	4.069	3.872	3.956
● สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย	4.621	4.308	4.441	4.000	3.872	3.926
● มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัย เช่น ISO, TAPA	3.517	4.000	3.794	3.138	3.564	3.382

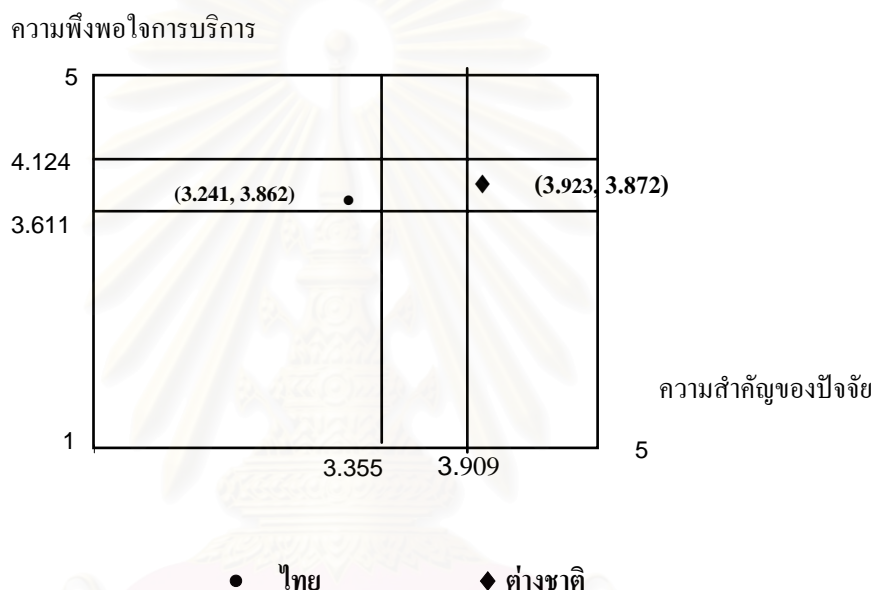
	ความสำคัญของปัจจัย			ความพึงพอใจต่อการบริการ		
	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean
<b>ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)</b>						
● จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ	4.448	4.282	4.353	3.793	3.872	3.838
● ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/ จัดส่งหลากหลายตรงความต้องการ	4.310	4.282	4.294	3.517	3.897	3.735
● การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง	4.759	4.692	4.721	4.172	3.949	4.044
● การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	4.345	4.462	4.412	3.931	3.974	3.956
● การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน (Priority given to urgent deliver)	4.655	4.667	4.662	3.931	3.949	3.941
● พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่	4.241	4.128	4.176	3.793	3.641	3.706
<b>ด้านราคา (Price)</b>						
● อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น	4.172	4.077	4.118	3.759	3.769	3.765
● ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนต่อเที่ยว	4.448	4.179	4.294	3.759	3.769	3.765
● ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม	4.207	4.103	4.147	3.862	3.744	3.794
● ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท	4.379	4.103	4.221	4.138	4.000	4.059
● การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง	3.931	3.692	3.794	3.655	3.436	3.529

	ความสำคัญของปัจจัย			ความพึงพอใจต่อการบริการ		
	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม	ไทย	ต่าง ชาติ	รวม
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean
<b>ด้านเวลา (Time)</b>						
● ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่ หมายตรงเวลาและรวดเร็ว	4.724	4.667	4.691	4.000	4.077	4.044
● เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับ หรือ รายงานผลรวดเร็ว	4.310	4.462	4.397	3.655	3.821	3.750
● ระยะเวลา ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม	4.172	4.462	4.338	3.655	3.872	3.779
<b>ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)</b>						
● มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่อ อย่างเหมาะสม	4.345	4.282	4.309	3.759	3.923	3.853
● มี Customer Service ให้บริการ /คำแนะนำ ที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.034	4.231	4.147	3.414	3.667	3.559
● ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อย่างเหมาะสมเสมอ	4.241	4.385	4.324	3.828	3.795	3.809
● สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชม และปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้าเสมอ	4.000	4.154	4.088	3.517	3.564	3.544
<b>ด้านอื่นๆ (Others)</b>						
● โอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่ เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์	3.345	3.590	3.485	3.310	3.231	3.265
● มีการทำสัญญาในการใช้บริการ	3.552	3.308	3.412	3.345	3.077	3.191
● การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่าง เคร่งครัด	4.000	3.821	3.897	3.655	3.590	3.618

4.3 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจต่อการบริการในรูปของ Performance Evaluation Matrix ระหว่างผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ โดยใช้ค่าเฉลี่ยรวม และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม มาคำนวณ พบว่า มี ปัจจัยที่มีความแตกต่างอยู่ 2 ด้าน ดังแสดงในตารางที่ 5 และ ตารางที่ 9

#### ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 5 ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง



จากตารางที่ 5 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

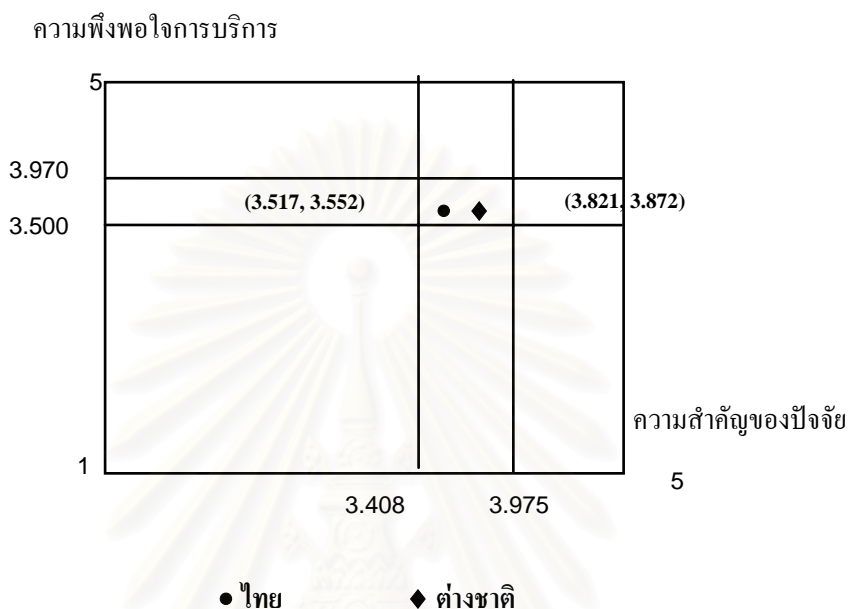
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.241, 3.862) อยู่ในตำแหน่ง low importance และ medium satisfaction เป็น medium weakness ต้องปรับปรุง

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.923, 3.872) อยู่ในตำแหน่ง high importance และ medium satisfaction เป็น medium strength ต้องรักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 6 ทำเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง



จากตารางที่ 6 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านทำเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.517, 3.552) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.821, 3.872) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

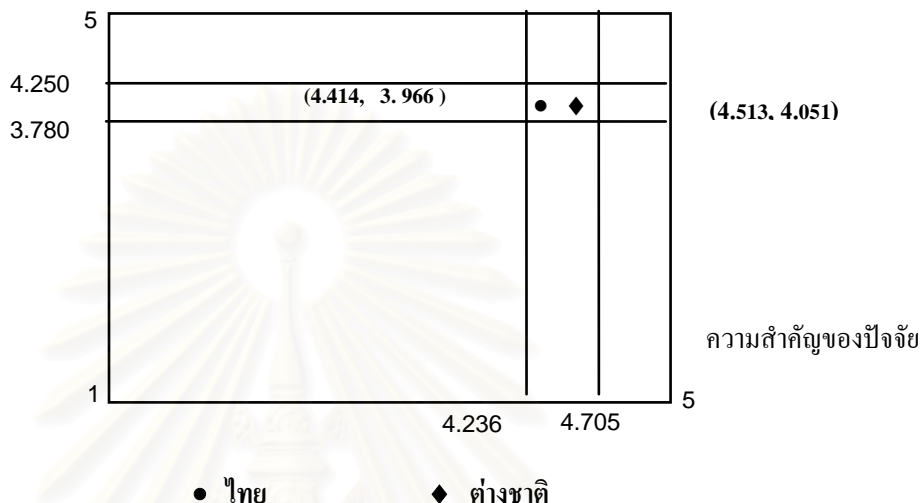
ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 7 ประสิทธิภาพและความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 7 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพและความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยที่

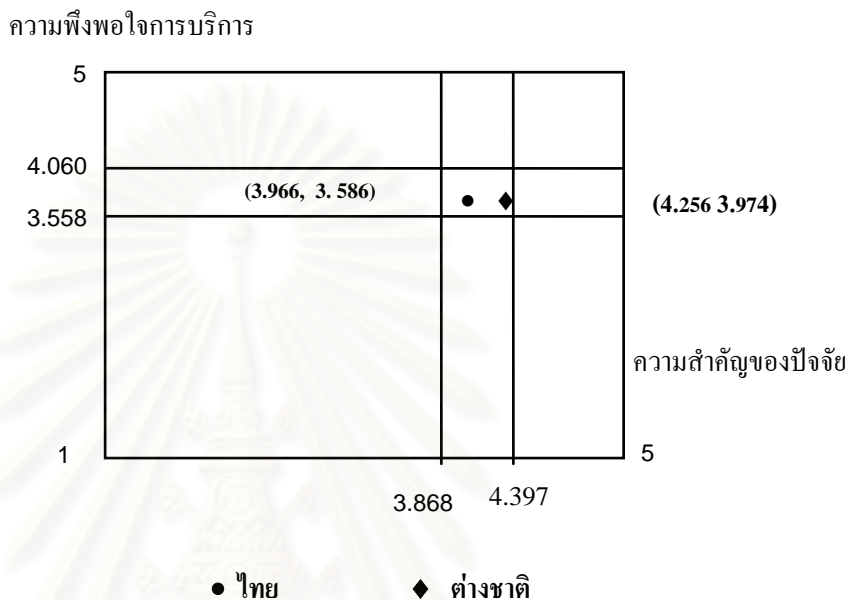
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.414, 3.966) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.513, 4.051) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)**

ตารางที่ 8 ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ



จากตารางที่ 8 ศักยภาพและภาพลักษณ์ ด้านขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.966, 3.586) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

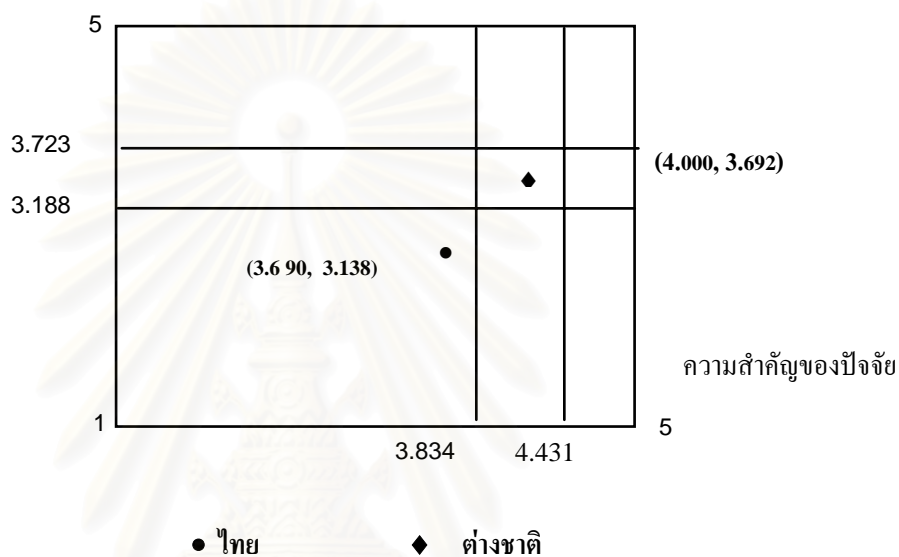
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.256, 3.974) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 9 ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 9 ศักยภาพและภาพลักษณ์ ด้านระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

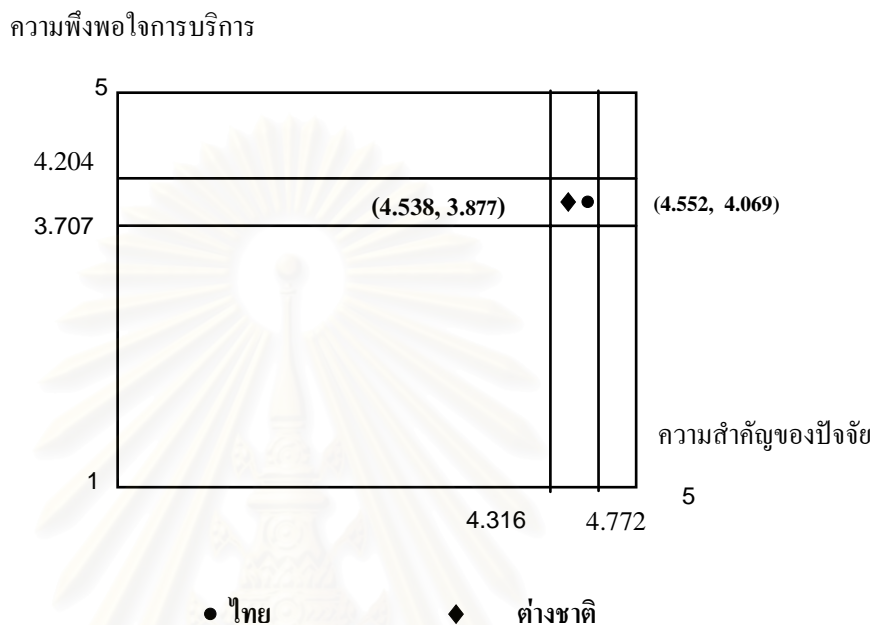
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.690, 3.138) อยู่ในตำแหน่ง low importance และ low satisfaction เป็น minor weakness ที่สามารถรักษาไว้ได้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.000, 3.692) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)**

ตารางที่ 10 ประกันภัยและ ความรับผิดชอบ (liability) ต่อความเสียหายหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น



จากตารางที่ 10 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านเมื่อประกันภัยและ ความรับผิดชอบ (liability) ต่อความเสียหายหรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น นำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.552, 4.069) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

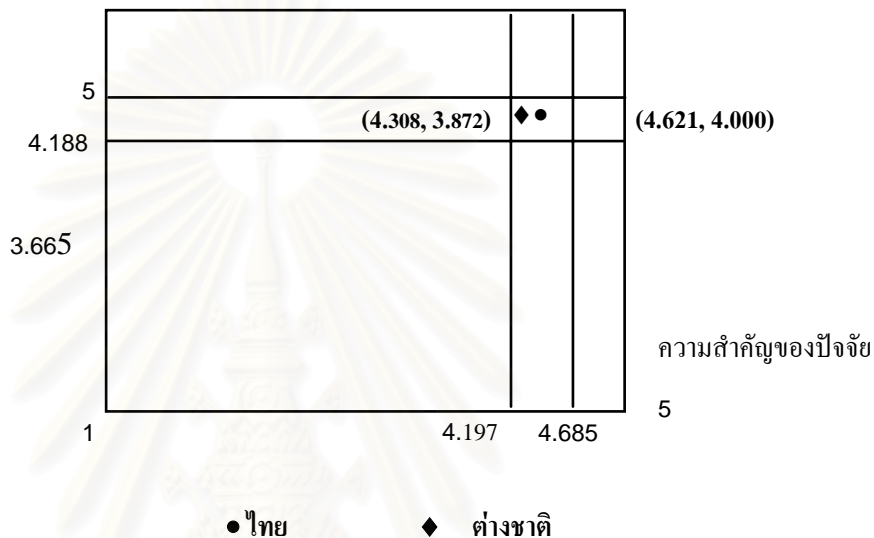
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.538, 3.877) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 11 สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 11 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านสามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.621, 4.000) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

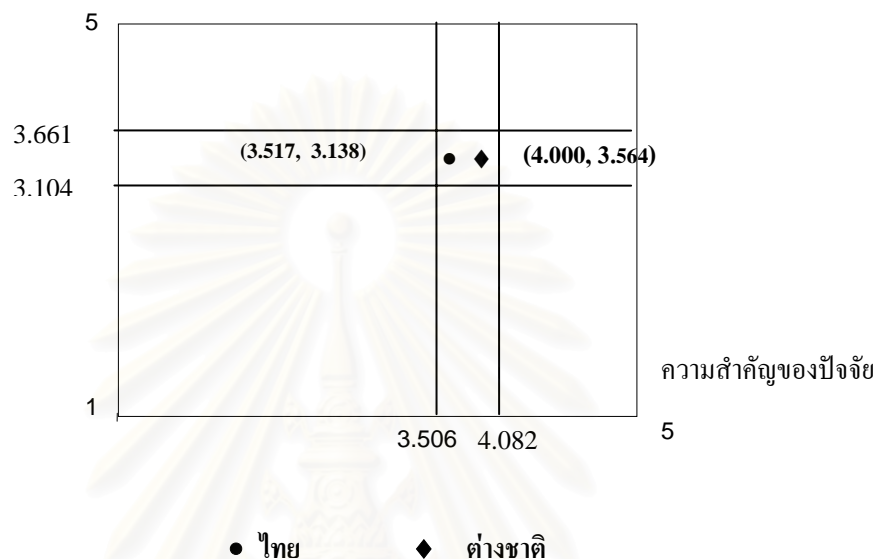
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.308, 3.872) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability & Image)

ตารางที่ 12 มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO , TAPA

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 12 ศักยภาพและภาพลักษณ์ด้านมีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO , TAPAเมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

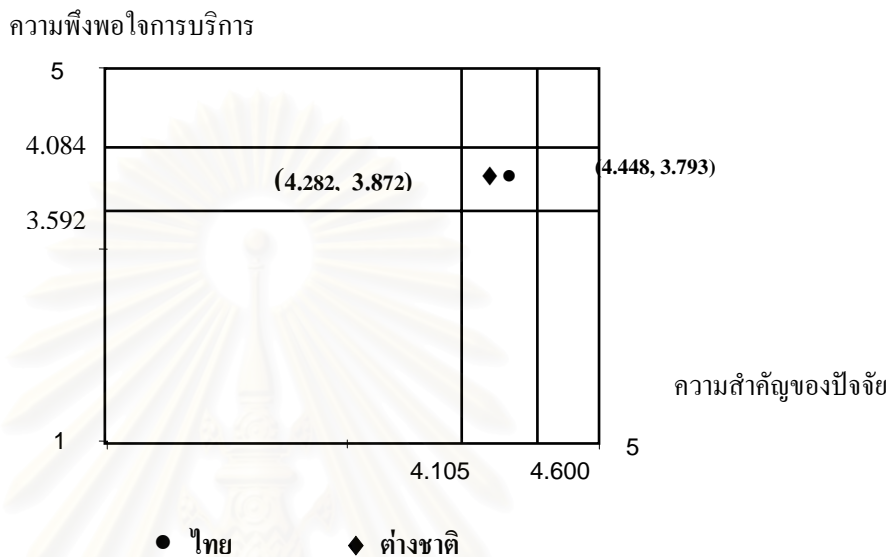
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.517, 3.138) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.000, 3.564) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)

ตารางที่ 13 จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ



จากตารางที่ 13 คุณภาพการขนส่งด้านจำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำไปลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

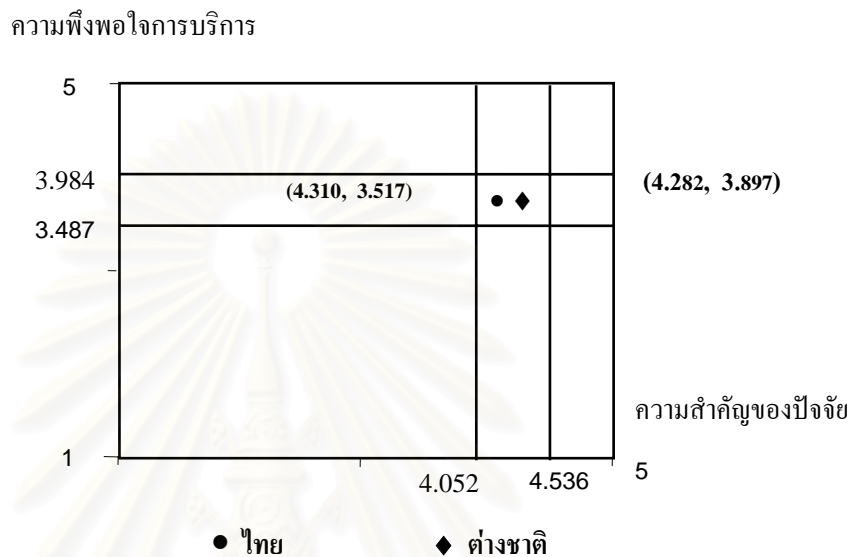
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.448, 3.793) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.282, 3.872) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)

ตารางที่ 14 ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/จัดส่ง



จากตารางที่ 14 คุณภาพการขนส่งด้านลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/จัดส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.310, 3.517) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

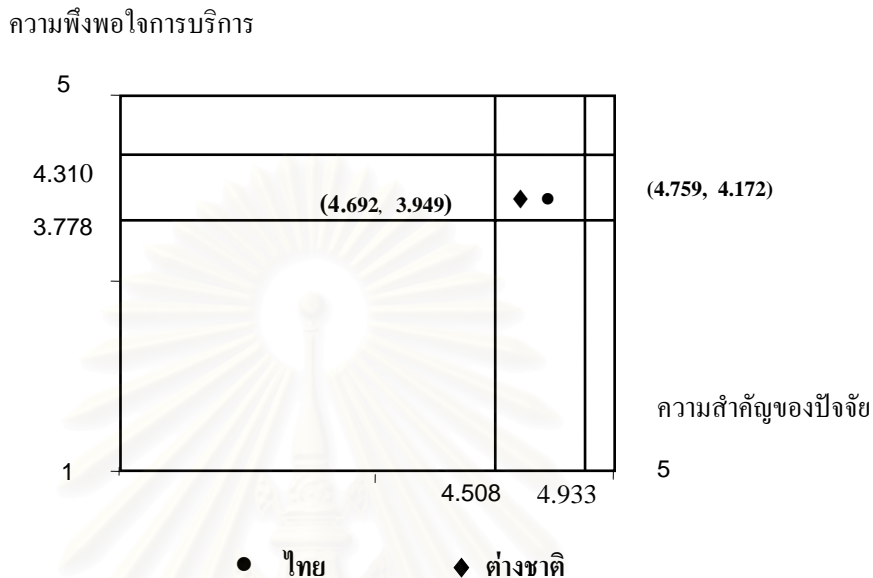
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.282, 3.897) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



**ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)**

ตารางที่ 15 การดูแลสินค้าทำให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง



จากตารางที่ 15 คุณภาพการขนส่งด้านการดูแลสินค้าทำให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.759, 4.172) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

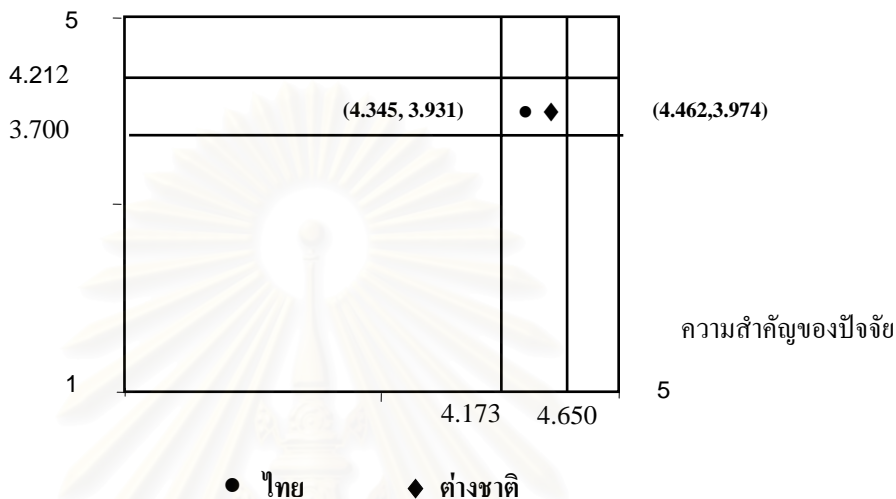
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.692, 3.949) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)**

ตารางที่ 16 การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 16 คุณภาพการขนส่งด้าน การจัดส่งลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.345, 3.931) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

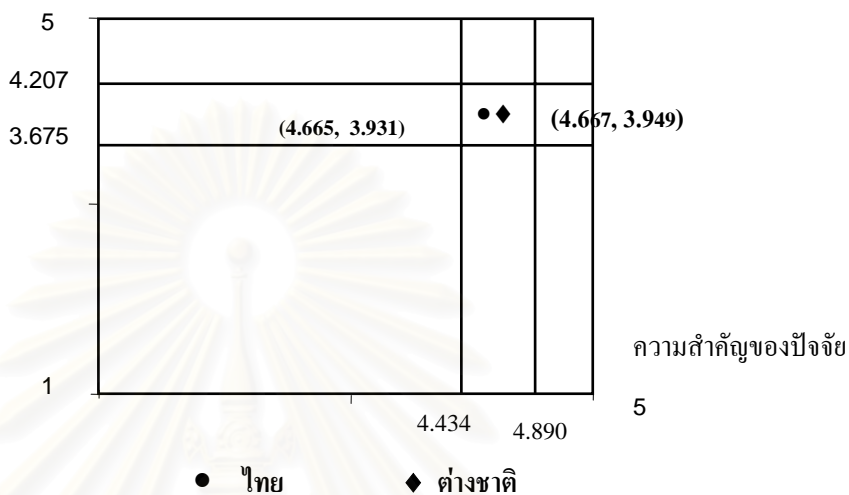
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ(4.462, 3.974) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)

ตารางที่ 17 การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 17 คุณภาพการขนส่งด้านการให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

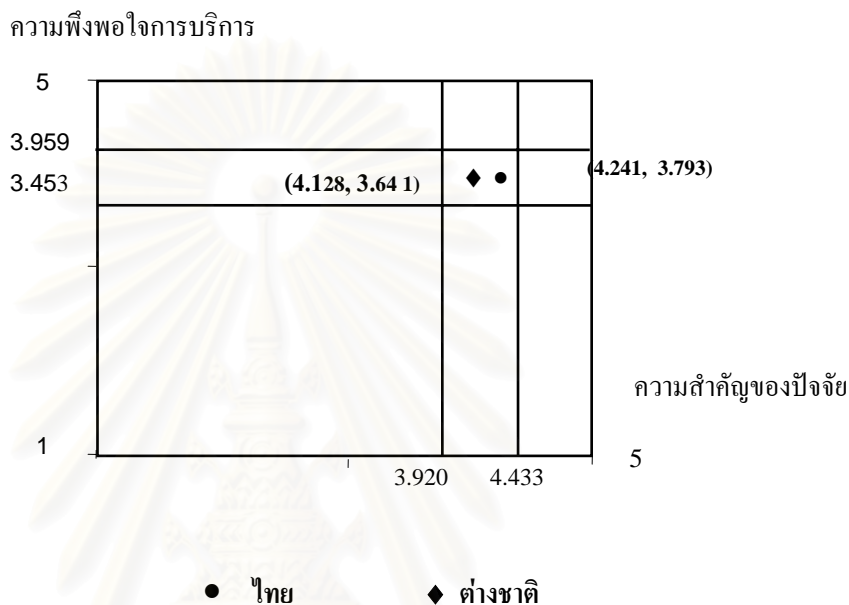
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.665, 3.931) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.667, 3.949) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)

ตารางที่ 18 พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่



จากตารางที่ 18 คุณภาพการขนส่ง ด้านพนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

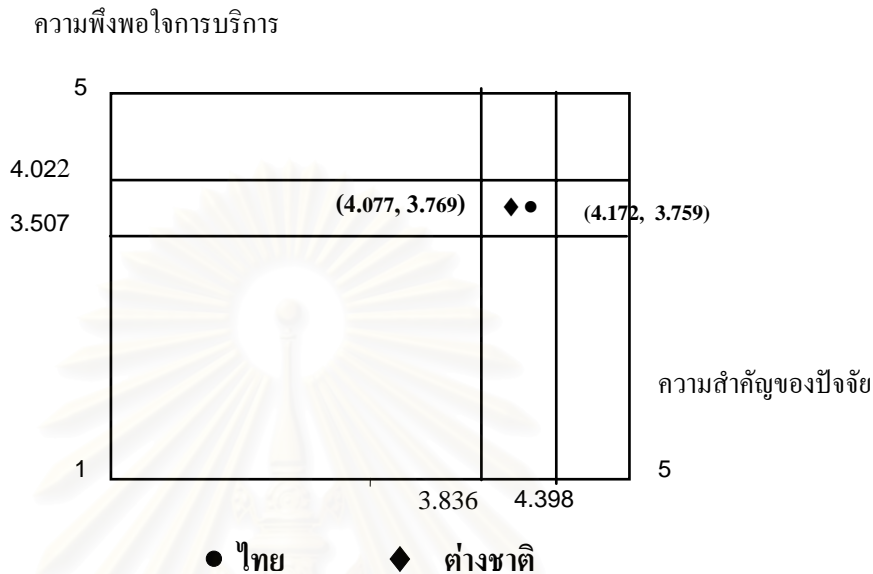
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.241, 3.793) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.128, 3.641) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้านราคา (Price)**

ตารางที่ 19 อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น



จากตารางที่ 19 ด้านอัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.172, 3.759) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

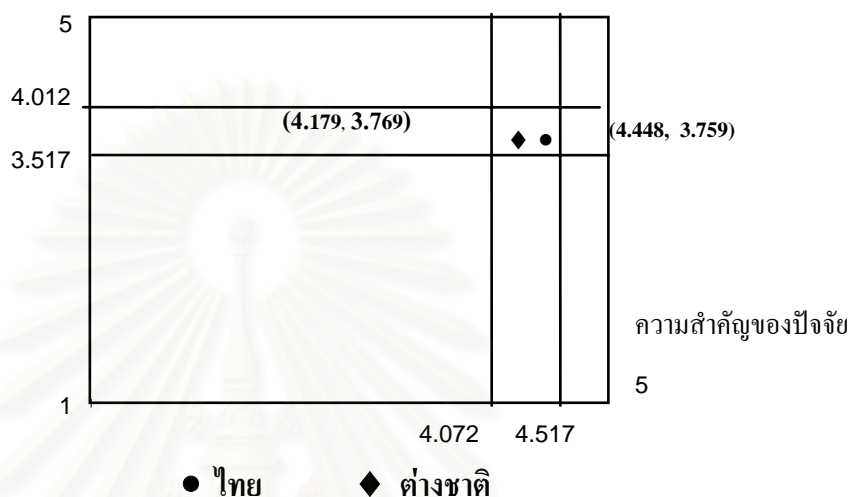
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.077, 3.769) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้านราคา (Price)

ตารางที่ 20 ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนต่อเที่ยว

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 20 ด้านความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนต่อเที่ยว เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำไปใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.448, 3.759) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.179, 3.769) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

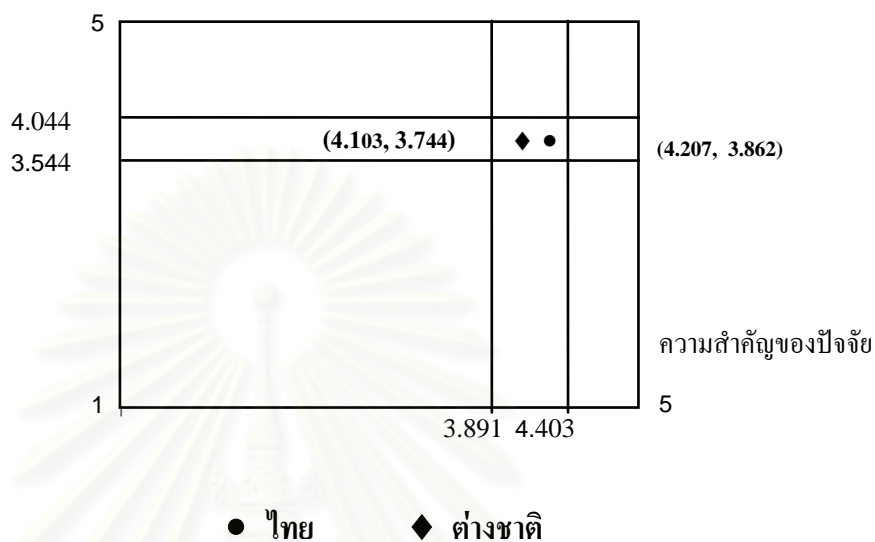
ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ด้านราคา (Price)**

ตารางที่ 21 ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม

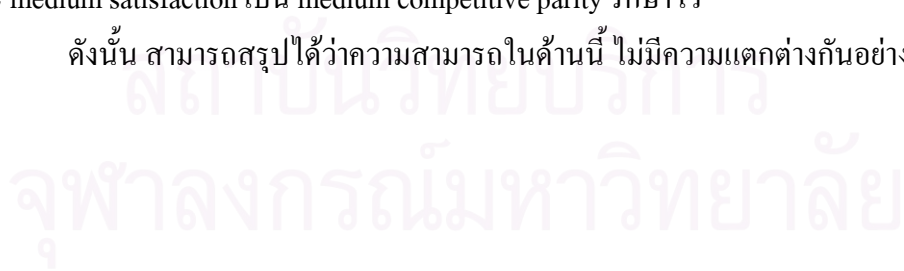
ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 21 ด้านความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.207, 3.862) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.103, 3.744) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

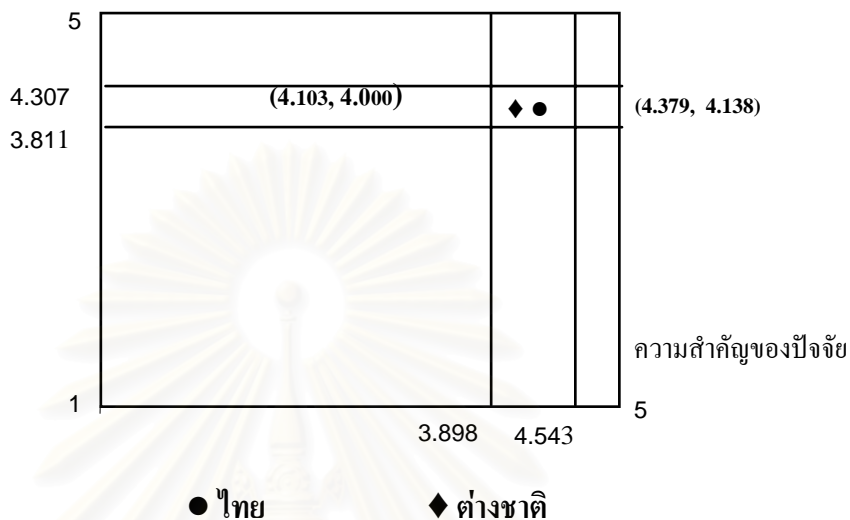
ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



**ด้านราคา (Price)**

ตารางที่ 22 ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 22 ด้านระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.379, 4.138) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

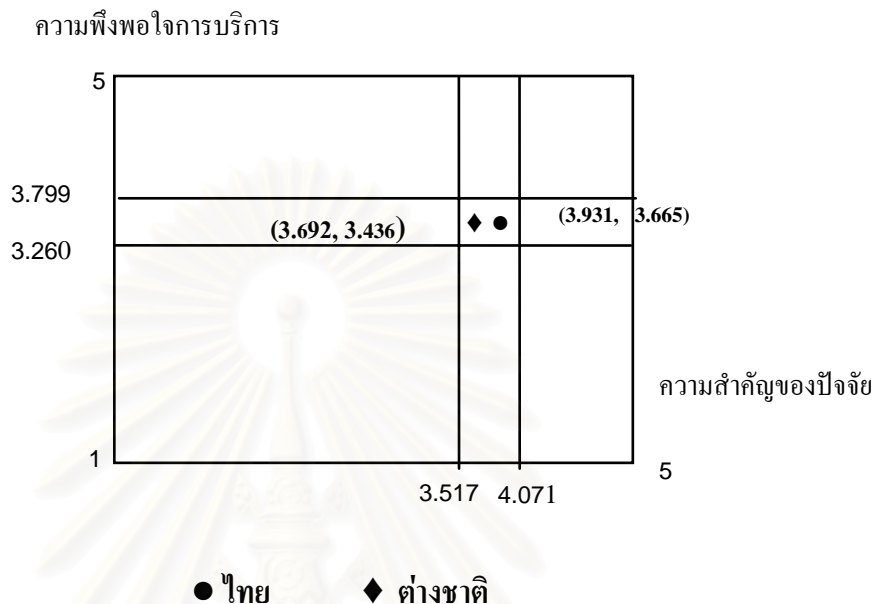
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.103, 4.000) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



### ด้านราคา (Price)

ตารางที่ 23 การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง



จากตารางที่ 23 ด้านการให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

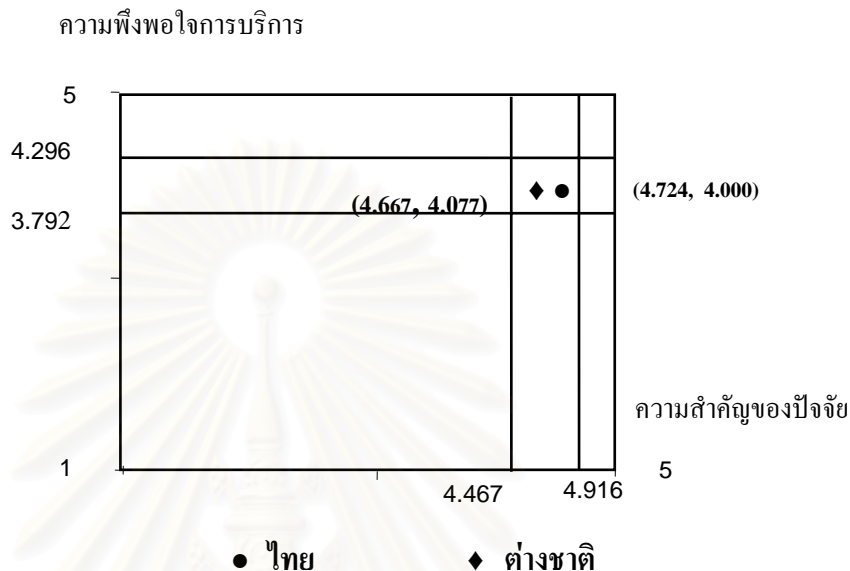
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.931, 3.665) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.692, 3.436) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน เวลา (Time)

ตารางที่ 24 ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลารวดเร็ว



จากตารางที่ 24 ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลา เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

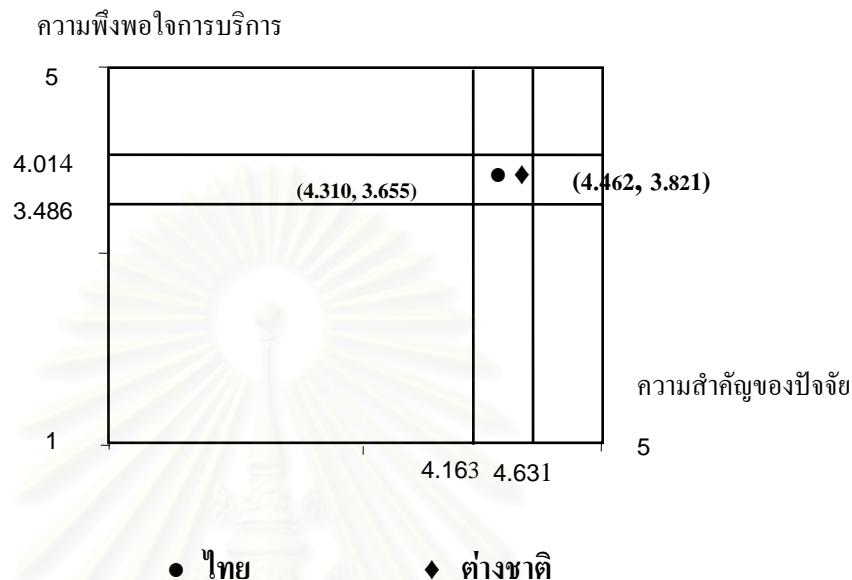
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.724, 4.000) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.667, 4.077) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

### ด้าน เวลา (Time)

ตารางที่ 25 เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือ รายงานผลรวดเร็ว



จากตารางที่ 25 ด้านเวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือ รายงานผลรวดเร็ว เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

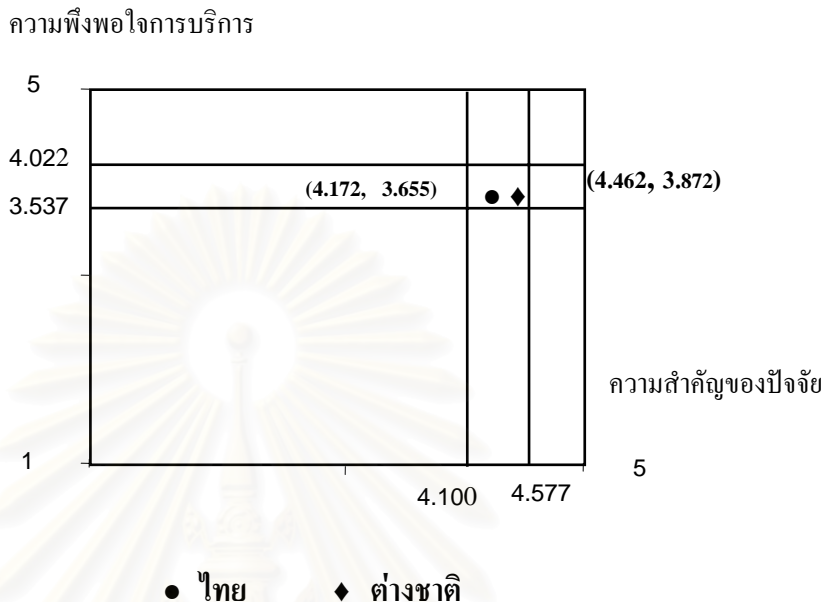
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.310, 3.655) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.462, 3.821) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน เวลา (Time)

ตารางที่ 26 ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม



จากตารางที่ 26 ด้านระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำไปใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

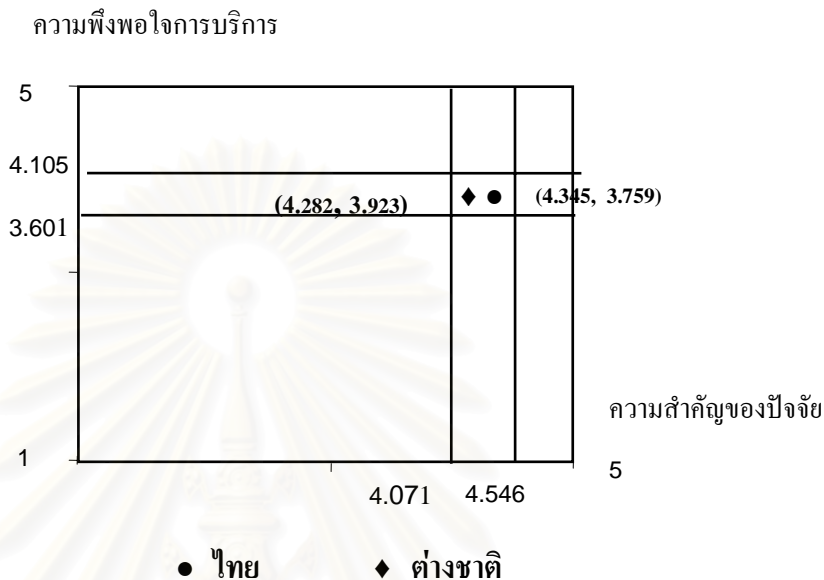
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.172, 3.655) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.462, 3.872) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)**

ตารางที่ 27 มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม



จากตารางที่ 27 ด้านมีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

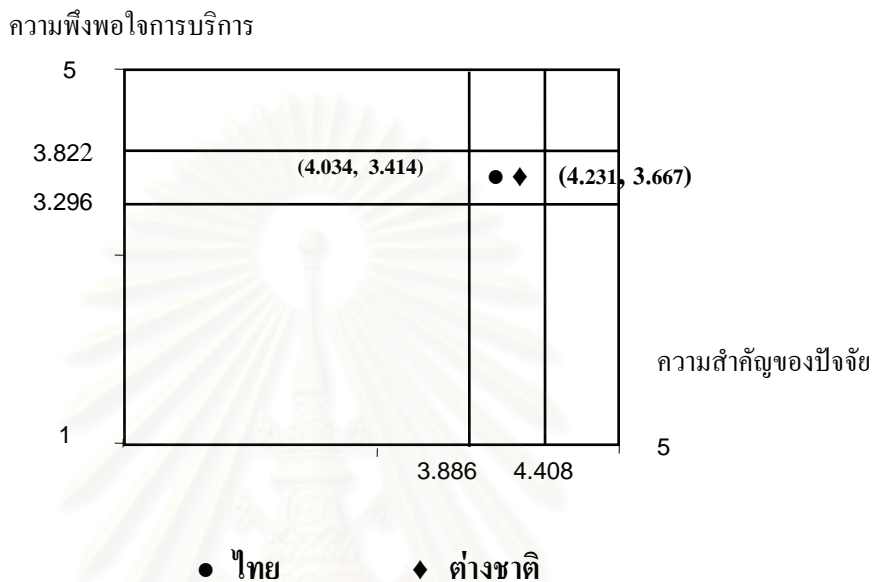
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.345, 3.759) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.282, 3.923) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)**

ตารางที่ 28 มี Customer Service ให้บริการ /คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า



จากตารางที่ 28 ด้านมี Customer Service ให้บริการ /คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.034, 3.414) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

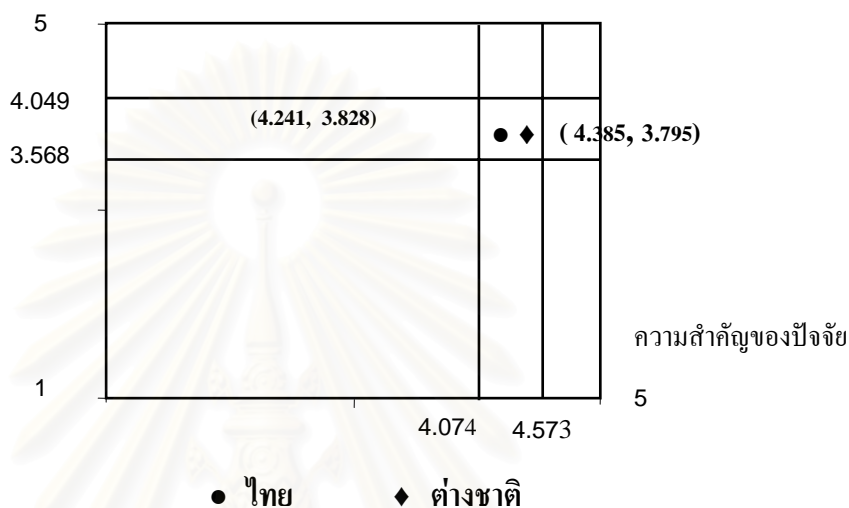
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.231, 3.667) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

**ด้าน ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)**

ตารางที่ 29 ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 29 ด้านร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

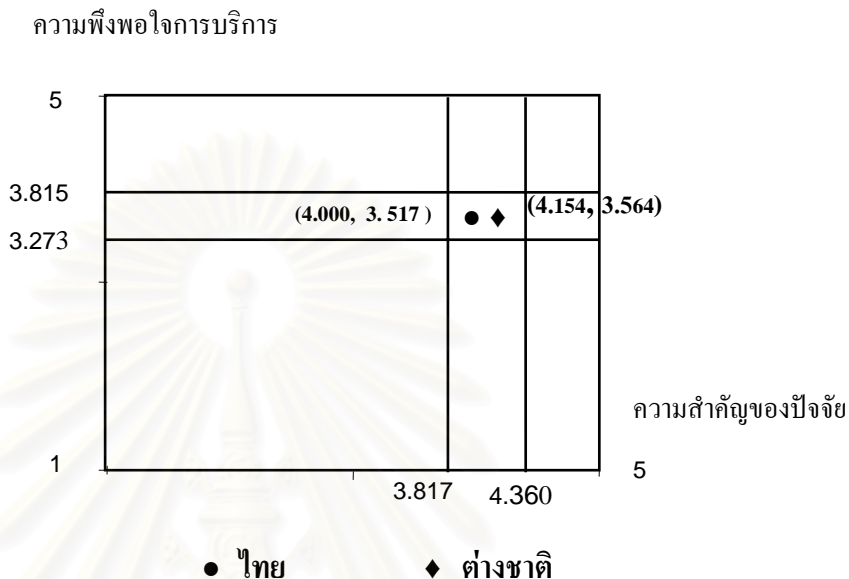
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.241, 3.828) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.385, 3.795) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)

ตารางที่ 30 สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้า



จากตารางที่ 30 ด้านสอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้า เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำไปใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.000, 3.517) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

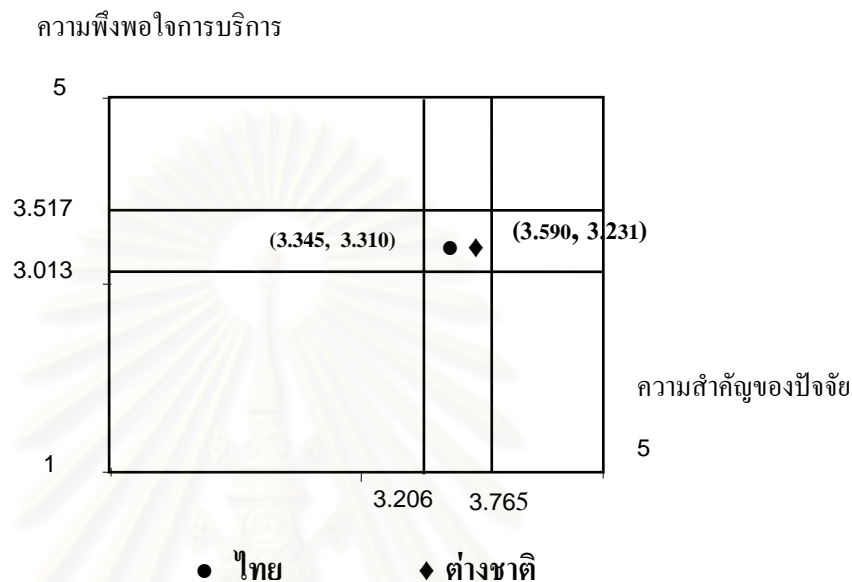
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (4.154, 3.564) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



## ด้าน อื่น ๆ

ตารางที่ 31 โอกาสในการใช้บริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน โลจิสติกส์



จากตารางที่ 31 ด้านโอกาสในการใช้บริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน โลจิสติกส์ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาติมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.345, 3.310) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

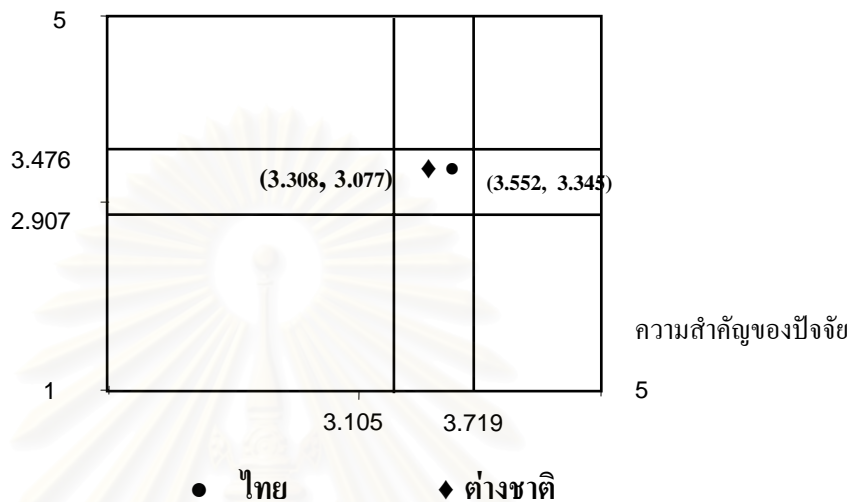
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.590, 3.231) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้าน อื่น ๆ

ตารางที่ 32 มีการทำสัญญาในการใช้บริการ

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 32 ด้านมีการทำสัญญาในการใช้ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (3.552, 3.345) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

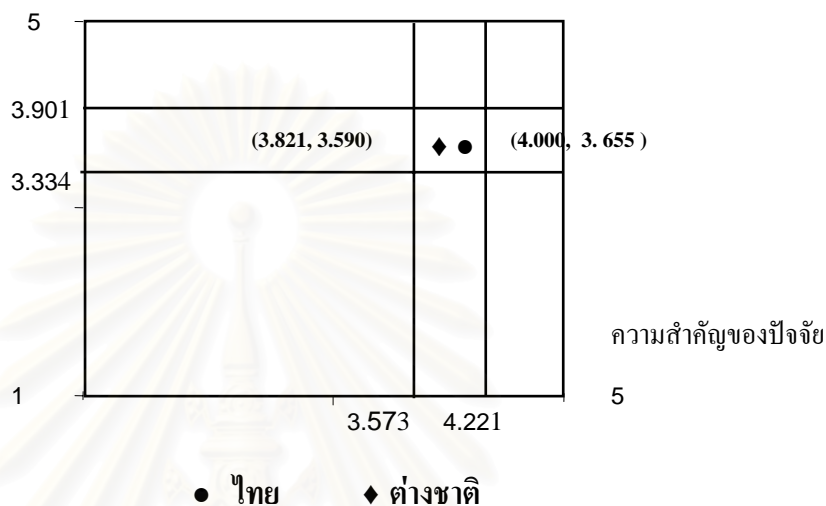
ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.308, 3.077) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

## ด้าน อื่น ๆ

### ตารางที่ 33 การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด

ความพึงพอใจการบริการ



จากตารางที่ 33 ด้านการปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด เมื่อนำค่าเฉลี่ยของระดับการให้บริการของผู้ให้บริการระหว่างไทยกับต่างชาตินำมาใส่ลงในตาราง Performance Evaluation Matrix พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยที่

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งไทย (4.000, 3.655) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ค่าเฉลี่ยของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ (3.821, 3.590) อยู่ในตำแหน่ง medium importance และ medium satisfaction เป็น medium competitive parity รักษาไว้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าความสามารถในด้านนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

โดยภาพรวมแล้วสรุปได้ว่าในด้านชื่อเสียงและขนาดของ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติดีกว่าไทย ส่วนด้านการใช้ ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอที และอินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งน่าจะเป็นเพราะการลงทุน และการมีมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้า และเทคโนโลยีที่ทันสมัยของต่างชาติ ที่มักจะริเริ่มและพัฒนาก้าวหน้ามากกว่าของไทย

#### 4.4 การเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในรูปแบบการทดสอบค่า Chi Square

เนื่องจากการใช้เครื่องมือทางสถิติข้างต้นไม่สามารถแจกแจงความเหมือนหรือแตกต่างใน ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจต่อการบริการระหว่างผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ ได้อย่างเด่นชัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเพิ่มเติมเพื่อ ทดสอบว่าความสามารถในแต่ละ ประการทั้ง 6 ด้านมีความเอกพันธ์ของข้อมูล (Test of Homogeneity of Distribution) ว่ามีการแจกแจงเหมือนกันหรือไม่ จึงได้ทำการทดสอบค่า Chi-Square และกำหนดสมมติฐานว่า ความสำคัญ ของปัจจัย และความพึงพอใจต่อความสามารถในการบริการ ของ ผู้รับจัดการขนส่งไทย และ ต่างชาติ ในแต่ละประการทั้ง 6 ด้าน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 34 และ 35

ตารางที่ 34 ค่า Pearson Chi-Square และค่า Asymp. Sig. ของความสำคัญของปัจจัย

	ความสำคัญของปัจจัย	
	Pearson Chi-square Value	Asymp.Sig. (2-sided)
<b>ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability &amp; Image)</b>		
● ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง	10.691	<b>0.030</b>
● ทำเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง	4.676	0.322
● ประสิทธิภาพและความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง	0.389	0.823
● ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งใน และต่างประเทศ	5.360	0.147
● ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน	15.592	<b>0.004</b>
● ประกันภัยและ ความรับผิดชอบ(liability) ต่อความเสียหายหรือ ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น	3.343	0.188
● สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือ เปลี่ยนแปลงบ่อย	7.048	0.133

	ความสำคัญของปัจจัย	
	Pearson Chi-square Value	Asymp.Sig. ( 2 -sided)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัย เช่น ISO, TAPA (Technology Assets Protection Association)</li> </ul>	9.843	<b>0.043</b>
<b>ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ</li> </ul>	3.992	0.262
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/ จัดส่งหลากหลายตรงความต้องการ</li> </ul>	2.053	0.358
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่างการขนส่ง</li> </ul>	0.253	0.881
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>	0.703	0.704
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน (Priority given to urgent deliver)</li> </ul>	2.841	0.417
<ul style="list-style-type: none"> <li>● พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่</li> </ul>	5.011	0.171
<b>ด้านราคา (Price)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น</li> </ul>	9.302	0.054
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนส่งต่อเที่ยว</li> </ul>	5.416	0.067
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม</li> </ul>	1.631	0.442
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท</li> </ul>	5.850	0.119
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง</li> </ul>	1.093	0.779

ความสำคัญของปัจจัย

Pearson      Asymp.Sig.  
Chi-square    ( 2 -sided)

**ด้านเวลา (Time)**

●ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลาและรวดเร็ว	0.245	0.885
● เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือ รายงานผลรวดเร็ว	1.577	
● ระยะเวลา ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม	4.319	0.115

**ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)**

● มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม	0.687	0.709
● มี Customer Service ให้บริการ /คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	3.009	0.390
● ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมเสมอ	1.446	0.485
● สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้าเสมอ	6.052	0.195

**ด้านอื่นๆ (Others)**

● โอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงาน โลจิสติกส์	3.942	0.414
● มีการทำสัญญาในการใช้บริการ	6.455	0.168
● การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด	10.205	<b>0.037</b>

ตารางที่ 35 ค่า Pearson Chi-Square และค่า Asymp. Sig. ของความพึงพอใจต่อการบริการ

	ความพึงพอใจต่อการบริการ	
	Pearson Chi-square Value	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability &amp; Image)</b>		
● ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง	1.082	0.781
● ท่าเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง	6.152	0.104
● ประสบการณ์และความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง	0.394	0.821
● ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง ในและต่างประเทศ	6.507	0.089
● ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน	11.764	<b>0.019</b>
● ประกันภัยและ ความรับผิดชอบ(liability) ต่อความเสียหายหรือ ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น	2.125	0.346
● สามารถตอบสนองต่อความต้องการ/คำสั่งที่ไม่แน่นอนหรือ เปลี่ยนแปลงบ่อย	2.444	0.655
● มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัย เช่น ISO, TAPA (Technology Assets Protection Association)	9.834	<b>0.043</b>
<b>ด้าน คุณภาพการขนส่ง (Quality)</b>		
● จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ	2.219	0.528
● ลักษณะของรถ และอุปกรณ์ในการขนย้าย/ จัดส่ง หลากหลายตรงความต้องการ	5.551	0.136
● การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/ สูญหายในระหว่าง การขนส่ง	1.811	0.613
● การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	1.909	0.592
● การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน (Priority given to urgent deliver)	3.880	0.275

	ความพึงพอใจต่อการบริการ	
	Pearson Chi-square Value	Asymp. Sig. (2-sided)
● พนักงานขับรถและพนักงานยกของมีความเข้าใจในระบบงานขนส่งที่ปฏิบัติอยู่	5.218	0.157
<b>ด้านราคา (Price)</b>		
● อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น	1.753	0.625
● ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขนส่งต่อเที่ยว	3.763	0.288
● ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม	0.987	0.804
● ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท	3.400	0.334
● การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง	5.270	0.261
<b>ด้านเวลา (Time)</b>		
● ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลาและรวดเร็ว	0.186	0.911
● เวลาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารตอบกลับหรือรายงานผลรวดเร็ว	0.468	0.926
● ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็วและเหมาะสม	0.950	0.622
<b>ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)</b>		
● มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม	1.918	0.590
● มี Customer Service ให้บริการ /คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	2.977	0.395
● ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมเสมอ	0.483	0.785
● สอบถามความพึงพอใจและรับฟังคำติชมและปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้าเสมอ	0.680	0.878



ความพึงพอใจต่อการบริการ		
	Pearson Chi-square Value	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านอื่นๆ (Others)</b>		
● โอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงาน โลจิสติกส์	10.665	<b>0.031</b>
● มีการทำสัญญาในการใช้บริการ	7.569	0.109
● การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด	4.098	0.393

จาก ค่า Asymp. Sig. (2-sided) แต่ละด้านเมื่อนำมาพิจารณาความสำคัญของปัจจัย พบว่าค่า Asymp.Sig. (2-sided) ในด้าน ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง อยู่ที่ 0.030 ด้านระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน อยู่ที่ 0.004 ด้านมีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO , TAPA (Technology Assets Protection Association) อยู่ที่ 0.043 และด้านการปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด อยู่ที่ 0.037 น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความสามารถ ของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในประเด็นต่อไปนี้

1. ชื่อเสียง และขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง
2. ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน
3. มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัย เช่น ISO, TAPA
4. มีการปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด

ส่วนในเรื่องความพึงพอใจต่อการบริการ พบว่าค่า Asymp.Sig.(2-sided) ในด้านระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน อยู่ที่ 0.019 ด้านมีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เช่น ISO , TAPA อยู่ที่ 0.043 และด้านโอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์ อยู่ที่ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจต่อความสามารถในการบริการ ในด้านเหล่านี้ของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในประเด็นดังนี้

1. ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอที หรืออินเทอร์เน็ต ร่วมกับงาน
2. มีการรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยเช่น ISO, TAPA
3. โอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวกับงาน โลจิสติกส์

ซึ่งเหตุผลของความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จะได้อภิปรายผลในบทต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบใช้แบบสอบถามผู้ให้บริการในเรื่องการให้ความสำคัญปัจจัยของการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของผู้รับจัดการขนส่ง เพื่อประเมินและเปรียบเทียบความสามารถของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ และสัมภรณ์ ผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ ในการเพิ่มความสามารถและแนวทางในการสนับสนุนปัจจัยเหล่านั้น

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย มีดังนี้

##### 5.1.1. ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อผู้รับจัดการขนส่งไทย

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการ คือผู้นำเข้าและส่งออก ที่เป็นผู้ประกอบการไทย และต่างชาติ มีทั้งขนาดกลาง จนถึงขนาดใหญ่ คือ มีพนักงาน ตั้งแต่ 50 คน จนถึง 3,000 คนขึ้นไป มีการนำเข้าและส่งออก หรือมีการนำเข้าหรือส่งออกเพียงอย่างเดียวและมีปริมาณการขนส่งด้วยรถบรรทุกผ่านผู้รับจัดการขนส่งในปริมาณ ตั้งแต่ 10 ตัน/เดือน ในกรณีที่วัตถุประสงค์และผลิตภัณฑ์เป็นชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จนถึง 10,000 ตัน/เดือน กรณีที่วัตถุประสงค์ และผลิตภัณฑ์เป็นหลักอุตสาหกรรม ผ่านท่าเรือแหลมฉบัง ผู้ใช้บริการบางรายใช้ บริการจากผู้รับจัดการขนส่งเพียงรายเดียว และใช้เฉพาะ บริการพิธีการศุลกากร และการขนส่ง เนื่องจากสินค้าถูกส่งมากับผู้รับจัดการขนส่งรายอื่น ที่มีเครือข่ายในต่างประเทศมากกว่าและมีค่าระวางถูกกว่า หรือ ซื้อผ่านคนกลาง โดยภาระด้านพิธีการและการขนส่งจากทำยังเป็นผู้ให้บริการโดยรวมแล้วผู้ให้บริการให้ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจต่อการบริการเกือบทุกด้านของผู้รับจัดการขนส่งไทยว่ามีความสำคัญในระดับมาก จนถึงมากที่สุด แต่มีบางรายที่เห็นว่า ท่าเลที่ตั้งของผู้รับจัดการขนส่ง ไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญหาก เวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้า ยังรวดเร็ว และ ตรงต่อเวลา และถึงแม้ราคาจะสูงกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ก็ยังใช้บริการต่อไป เพราะไม่มั่นใจในประสิทธิภาพหากมีค่าบริการที่ถูกกว่า ประเด็นในด้านอื่น เช่น โอกาสที่จะใช้บริการด้านอื่นๆ ทางด้านโลจิสติกส์ และการมีสัญญาในการใช้บริการ กับผู้รับจัดการขนส่งไทย นั้น ผู้ให้บริการให้ความสำคัญของปัจจัยปานกลาง เนื่องจากว่าสินค้าไม่ใช่สินค้าบริโภคและอุปโภค ที่จะต้องมีการบริหารงานทางด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจร

นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังพิจารณาถึงชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่งไทยที่ ส่วนใหญ่มีขนาดกลาง เหมาะสมกับบริการที่จะต้องใช้ และมีความคล่องตัว กะทัดรัดในการเข้าถึง ผู้บริหาร ของผู้ให้บริการ และผู้รับจัดการขนส่งหลายรายมีขนาดใหญ่โดยเฉพาะผู้รับจัดการขนส่ง ต่างชาติ ที่ไม่มองผู้ใช้บริการขนาดกลางจนถึงเล็ก ถึงอย่างไรก็ตาม ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับ จัดการขนส่งไทย ยังเป็นรอง ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ เป็นข้อเสียเปรียบเล็กน้อยเท่านั้น และ ทางด้านการใช้ระบบไอที หรืออินเทอร์เน็ตในการทำงาน ที่เป็นข้อเสียเปรียบที่สามารถปรับปรุงได้ สรุปแล้วผู้ใช้บริการให้ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจต่อการบริการของผู้รับจัดการขนส่งไทยทุกด้านในระดับปานกลาง จนถึงมาก

### 5.1.2. ความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อผู้รับจัดการขนส่ง ต่างชาติ

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการต่างชาติที่มีขนาด กลางจนถึงขนาดใหญ่ คือมีพนักงานตั้งแต่ 150 คน จนถึง 6,000 คน และมีปริมาณการขนส่ง ต่อ เดือน ตั้งแต่ 50 ตัน ในกรณีที่วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เป็นชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จนถึง 40,000 ตัน กรณีที่วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เป็นพวก ชิ้นส่วนรถยนต์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้า ผ่านท่าเรือ แลลมแลลมฉบบัง ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติก็เลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการขนส่ง ชาติเดียวกัน เช่นญี่ปุ่น เกาหลี หรือยุโรป โดยให้เหตุผลว่า การสื่อสารในระดับผู้บริหารของ ผู้ใช้บริการ กับผู้ให้บริการ จะทำให้การผลักดันงานที่มีปัญหาสำเร็จลุล่วง เร็วกว่า การใช้บริการจาก ผู้รับจัดการขนส่งชาติอื่นและอีกทั้ง บริษัทแม่ และบริษัทเครือข่ายในต่างประเทศใช้บริการผู้รับ จัดการขนส่งรายเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ใช้บริการบางรายที่เป็นบริษัทใหญ่ ใช้วิธีการ bidding เนื่องจากมีปริมาณการขนส่งมาก และการใช้บริการครอบคลุมตั้งแต่การรับสินค้า การผ่านพิธีการ ศุลกากร การขนส่งระหว่างประเทศ จนถึงการผ่านพิธีการศุลกากรปลายทาง และส่งสินค้าถึงมือ ผู้รับ โดยใช้บริการผู้รับขนส่งรายเดียว ย่อมจะดีกว่า เพราะสามารถ มีข้อต่อรอง เงื่อนไข การขนส่ง และดูแลสินค้า ตลอดจน ความรับผิดชอบที่จำกัดในการชดเชยค่าเสียหาย ( limit of liability) ในลักษณะ เป็น network หรือ route shipment จะดีกว่า เพราะลักษณะของ route shipment ก็คือ สินค้าของ ลูกค้ารายนี้ เมื่อถูกส่งผ่านไปยังประเทศใด ผู้รับจัดการขนส่งที่ลูกค้าได้เลือกมาจากการ bidding หรือ บริษัทแม่ได้เลือกใช้ จะทำหน้าที่รับผิดชอบ หากเกิดสินค้าเสียหายหรือสูญหาย การเรียกร้อง ความรับผิด จากผู้รับจัดการขนส่งจะถูกส่งไปยัง ศูนย์กลาง ในแต่ละภาคพื้นที เช่น แถบ เอเชียแปซิฟิก ก็จะมีศูนย์กลางอยู่ที่สิงคโปร์ รับผิดชอบในการเรียกร้องค่าเสียหายและมีการต่อรองในเรื่อง มูลค่าของการรับผิด โดยให้ประกันภัยเข้ามาร่วมต่อรองด้วย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการของ ลูกค้ารายใหญ่ๆ ที่สินค้ามีมูลค่าสูง เหมาะสำหรับ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ขนาดใหญ่ ที่มีมูลค่า

ในการเอาประกันภัยสูงมี Global Insurance ที่ ครอบคลุมทุกความรับผิด(liability) ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงน้อยกว่า หากใช้ผู้รับจัดการขนส่งไทย ที่มีขนาดเล็ก และ ความรับผิดที่จำกัดในการชดใช้ค่าเสียหาย( limit of liability) น้อยกว่า

สรุปแล้วผู้ให้บริการให้ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจต่อการบริการทุกด้านมาก จนถึงมากที่สุด

### 5.1.3. ความสามารถในการให้บริการจากผู้รับจัดการขนส่งไทย

ผลจากการศึกษา พบว่าผู้ให้บริการที่เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้รับจัดการขนส่งไทยที่ได้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นและยืนยันประเด็นที่สรุปผลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการ ผู้รับจัดการขนส่งไทยได้ยืนยันว่าในปัจจุบัน คู่แข่งขันทางธุรกิจให้บริการคือ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ซึ่งมีศักยภาพสูงในเรื่อง ของเงินลงทุน ระบบไอที และเครือข่ายทั่วโลก ถึงแม้ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ไม่โดดเด่น เหมือนผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ แต่ก็อาศัยการแนะนำปากต่อปากของลูกค้า และการให้บริการและประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 15 ปีของแต่ละราย และการเป็นองค์กรที่มีขนาดกลาง ไม่ใหญ่โตเหมือนผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ทำให้ การทำงานรวดเร็วและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า ตัวแทนยอมรับว่า ราคาค่าบริการของผู้รับจัดการขนส่งไทย ต่ำกว่าราคาค่าบริการของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำกว่าโดยเฉพาะค่าแรง ที่จ่ายให้พนักงานที่เป็นคนท้องถิ่น และ มีทรัพย์สินและเครื่องมือที่เป็นของตนเอง ต่างกับต่างชาติที่ไม่ลงทุนทรัพย์สินถาวร และปัจจุบันผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติทำ outsource และ ทำ sub contract มากกว่าที่จะลงทุน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้ามาใช้บริการผู้รับจัดการขนส่งไทย และการขยายธุรกิจแบบครบวงจร และการเพิ่มจำนวนรถขนส่งและอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งยังทำให้ศักยภาพ ของผู้รับจัดการขนส่งไทย มีโอกาสในการสร้างลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการให้บริการนั้น ก็ได้มีการปรับปรุงในเรื่องของเวลาเช่น ในการเดินพิธีการและส่งสินค้า ภายใน 1 วัน หลังจาก เรือเข้าท่า หรือ มีแผนลูกค้าสัมพันธ์คอยติดตามปัญหา และเข้าพบลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังเน้นเรื่องมารยาทของพนักงานขับรถซึ่งมีโอกาสดังกล่าวได้พบปะลูกค้าเวลาไปส่งสินค้า

ตัวแทนยังย้ำว่า อุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในบริษัท และทำให้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าลดน้อยลง แทบจะไม่มี เพราะสามารถควบคุมและแก้ไขได้ แต่มีปัจจัยภายนอกที่ ควบคุมไม่ได้เช่น การเงินของลูกค้ามีปัญหา ลูกค้าเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการทำงานบ่อย และที่สำคัญคือระบบราชการไทย โดยเฉพาะศุลกากร ที่มีส่วนทำให้งานบริการล่าช้า และ ถูกลูกค้าตำหนิ เนื่องจากศุลกากรมีการเปลี่ยนคำสั่งในการปฏิบัติงาน แต่เจ้าหน้าที่ศุลกากรยังไม่พร้อมในการปฏิบัติตามคำสั่งนั้น ปัญหาจึงตกกับผู้นำเข้าและส่งออก นอกจากนี้ การรับเงินได้โตะ ก็เป็นต้นทุนหนึ่งที่ผู้รับ

จัดการขนส่งต้องแบกรับภาระ เนื่องจากไม่มีใบเสร็จ ประการสำคัญหนึ่งก็คือ เจ้าหน้าที่ ศุลกากร ให้ความสำคัญ กับ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมากกว่า ผู้รับจัดการขนส่งไทย โดยผ่อนปรนและ เข้มงวดน้อยกว่า เพราะสินค้าที่ผ่านมาทางผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมีมากกว่า จึงมีข้อต่อร่อง ระหว่างเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่ดีกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทยในด้านการเป็น 3 PL นั้น ตัวแทนกล่าวว่า เนื่องจากต้องมีการลงทุนสูงและขาดความชำนาญ โอกาสที่จะมีการร่วมทุนกับต่างชาติค่อนข้างมาก และลูกค้าปัจจุบันเป็นลูกค้าที่ผลิตสินค้าอื่นที่มีใช้สินค้าอุปโภคและบริโภค

#### 5.1.4. ความสามารถในการให้บริการจากผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ

ผลจากการศึกษาพบว่าตัวแทนผู้ให้บริการที่เป็นผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติยืนยันว่าคู่แข่ง ขันทางธุรกิจให้บริการด้านนี้ คือ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติที่เป็นชาติเดียวกัน และชาติอื่นๆ เนื่องจากมีขนาด และเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน และมีข้อต่อร่องกับ สายการบินแต่ละสาย ในเรื่องของระวางสินค้าได้ใกล้เคียงกัน และบางราย มีบริษัทในเครือ เป็นผู้ ขนส่งทางเรือ ซึ่งทำให้การดำเนินธุรกิจการขนส่ง แบบครบวงจร สำหรับผู้รับจัดการขนส่งที่เป็น ญีุ่ปุ่น ลูกค้าส่วนใหญ่กว่า 90 เปอร์เซ็นต์ ก็จะเป็นลูกค้าบริษัทญีุ่ปุ่น อย่างเช่น บริษัท Yusen Air & Sea Service บางรายมีการให้บริการด้านพิธีการศุลกากร และขนส่ง ถึง 30 shipments ต่อวัน และ จำนวนรถบรรทุกที่มีอยู่ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ก็จะทำ sub contract กับผู้ประกอบการขนส่ง รายอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ แต่ก็สามารถควบคุมคุณภาพ ได้ เนื่องจาก มี การ ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า อยู่ตลอดเวลา และต้องให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า ซึ่ง ตัวแทนของผู้รับจัดการขนส่งบางราย ย้ำว่า บริษัทได้เพิ่ม เป้าหมายการให้บริการ เป็น แบบ pro active คือ ให้บริการ เกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับลูกค้า (exceed customer's expectation) ในขณะที่ธุรกิจไทยไม่มีความคิดด้านการแข่งขันในการให้บริการ แก่ลูกค้าแบบนี้

ตัวแทนผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ยังย้ำว่า ถึงแม้ราคาของการให้บริการ จะสูงกว่าราคาของ ผู้รับจัดการขนส่งไทย แต่ก็มั่นใจว่า คุณภาพในด้านการบริการ และความพอใจสูงสุดของลูกค้าเป็น สำคัญ เมื่อให้บริการที่ดีที่สุดกับลูกค้าสามารถตอบสนองทุกๆความต้องการของลูกค้าได้ทันที ราคาค่าบริการก็ไม่ใช่เป็นปัญหาอีกต่อไป แต่จะต้องรักษาคุณภาพไว้ให้สม่ำเสมออยู่ตลอดเวลา โดยมีการใช้ KPI ประเมินคุณภาพ ส่วนประเด็นสำคัญที่ทำให้ความสามารถ ของงานบริการลดลง นั้น มีทั้งปัจจัย ภายใน และภายนอก ปัจจัยภายในสามารถควบคุมได้ ขณะที่ปัจจัยภายนอกที่มี ผลกระทบต่อ การให้บริการขนส่งในขณะนี้มากที่สุดคือ

- ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ที่เป็นปัจจัยทำให้ต้นทุน การขนส่ง และต้นทุนการผลิต สูงขึ้น จึงต้องพยายามอย่างยิ่งที่จะต้องตรึงราคาบริการให้อยู่ในระดับที่ผู้ใช้บริการรับได้มากที่สุด
- ความคุ้นเคยกับ กฎระเบียบราชการไทยและ การเข้าถึงเจ้าหน้าที่ กรณีที่เกิดปัญหา ตัวแทนย้ำว่า ปัญหาที่เกิดมากที่สุดก็คือ หน่วยงานศุลกากร ที่มีประกาศเปลี่ยนแปลง ให้ผู้นำเข้าส่งออก ปฏิบัติ แต่ สร้างความไม่สะดวกแก่ผู้นำเข้าและส่งออก ซึ่งผู้รับจัดการขนส่งทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ระหว่างศุลกากร และผู้ใช้บริการ ต้องชี้แจงและสร้างความเข้าใจให้ผู้ใช้บริการอย่างมาก

ในด้านการเป็น 3 PL นั้น ผู้รับจัดการขนส่งบางรายมีการให้บริการทางด้านนี้ กับลูกค้าบางราย และ 3 PL รายใหญ่ในเมืองไทยยังคงเป็น ชาติยุโรป ที่มีลูกค้าเป็นชาติยุโรป ด้วยกัน และมีความสัมพันธ์ในด้านธุรกิจอย่างแนบแน่นในระดับบริษัทแม่ ในต่างประเทศ

#### 5.1.5. เปรียบเทียบความสามารถของผู้รับจัดการขนส่งไทย และต่างชาติ

จากผลการศึกษาพบว่า ความสามารถของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ ในมุมมองของผู้ใช้บริการพบว่าผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมีความสามารถในด้านของชื่อเสียงและขนาด และการนำระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีหรืออินเทอร์เน็ตร่วมกับงาน และความสามารถในการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติยังมีความแตกต่างกัน ในด้านของ การรับรองด้านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า เช่น ISO และ TAPA (Technology Assets Protection association) ด้านโอกาสในการใช้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์ และด้านการปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัดด้านต่างๆเหล่านี้ที่มีความแตกต่างกันเรื่องของ ความสามารถ ระหว่างผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ สามารถพัฒนาและปรับปรุงได้ การที่จะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีขนาดของกิจการเติบโต ก็ต้องมาจากความสามารถในการลงทุนในด้านต่างๆเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของลูกค้า ในมุมมองทุกๆไป ความได้เปรียบของบริษัทต่างชาติที่เป็น ชาติยุโรปหรือ อเมริกา รวมทั้งญี่ปุ่น ต่อบริษัทของคนไทยมีค่อนข้างมาก อาจจะเป็นเพราะความเจริญและเทคโนโลยี ที่ไทยยังตามหลังอยู่ ไม่เว้นแม้แต่ เรื่อง ของ Supply Chain Management ผู้รับจัดการขนส่งไทยจึงยังเป็นรองผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติอยู่ เช่น

- ระบบไอที และการใช้อินเทอร์เน็ต ติดตามสถานะการขนส่งของสินค้าแต่ละ shipment โดยลูกค้าสามารถเข้าไปดูใน website ของผู้รับจัดการขนส่งได้

- ความรู้ความชำนาญ ในด้านงานโลจิสติกส์ ที่ยังต้องพัฒนาให้เกิดบุคลากร ที่มีประสิทธิภาพ หรือแม้แต่การถ่ายทอด เทคโนโลยีทางด้านการบริหารงานแบบ SCM ( Supply Chain Management)
- การสร้างคลังสินค้าเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้องอาศัยการลงทุน และความพร้อมในการบริหารงานคลังสินค้า

ยังมีข้อสังเกตอีกว่า ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติส่วนใหญ่ จะเน้นในเรื่องการทำสัญญา และมีฝ่ายกฎหมาย ที่ดูแลเรื่องสัญญา ประกันภัย ความปลอดภัย ของบริการอย่างชัดเจน ในขณะที่ผู้รับจัดการขนส่งไทย หลายรายยังไม่สามารถ ทำสัญญากับลูกค้าได้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ก็หลีกเลี่ยงที่จะทำสัญญาผูกมัด เพราะลูกค้ามักกลัวว่าจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบ แต่อาจจะใช้ โบนัสราคา แทนสัญญา เพื่อเป็นการแสดงว่า ได้มีสัญญาในการใช้บริการเกิดขึ้น หากมีการบิดพลิ้ว ในเรื่องของค่าใช้จ่าย จากลูกค้า หรือ การรับผิดชอบในการชดใช้ค่าเสียหายจากผู้รับจัดการขนส่ง ก็สามารถใช้โบนัสราคา เป็นหลักฐานในการฟ้องร้องได้ ในระดับหนึ่ง

## 5.2. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาและจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้รับจัดการขนส่ง มีข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางที่จะสนับสนุน ให้ความสามารถในการให้บริการขนส่งทางรถบรรทุก ของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติ อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก จนถึงขนาดกลาง ในขณะที่ผู้ประกอบการต่างชาติ เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง จนถึงขนาดใหญ่ การเลือกใช้ผู้รับจัดการขนส่งให้เหมาะสมกับขนาดกิจการของตนเองสอดคล้องกับขนาดของกิจการผู้รับจัดการขนส่ง และค่อนข้างชัดเจนว่า ไทยจะเลือกใช้ของไทย ต่างชาติก็จะเลือกใช้ของต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาติญี่ปุ่น ที่มีความเป็นชาตินิยมสูง อาจจะเป็นเพราะด้วยเหตุผลในเรื่องของความสะดวกในเรื่องของภาษาและ วัฒนธรรม ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่น และความภักดีต่อภาพลักษณ์ (image loyalty) ในการใช้บริการ อีกประการที่สำคัญก็คือ เจ้าของกิจการผู้รับจัดการขนส่งไทยส่วนใหญ่ ยังคงอยู่ในระบบ เจ้าของเดี่ยว หรือเป็นระบบครอบครัว บริหารและจัดการกันเอง จากรุ่นพ่อสู่รุ่นลูกหลาน ในขณะที่ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ บางราย มีขนาดใหญ่ระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีการบริหาร จัดการที่ได้มาตรฐานทั้งเครือข่ายทั่วโลก และยอมจ้างบุคลากรระดับมือ



อาชีพหลากหลายเชื้อชาติมาบริหารงาน เพื่อหวังผลในการเจาะตลาดลูกค้าต่างชาติ และสร้างส่วนแบ่งของตลาดได้ดีกว่า นั่นจึงเป็นสาเหตุว่า ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติมีผู้ให้บริการที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาติอยู่ในมือ มากกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทย แต่ขณะเดียวกัน ลักษณะขององค์กรที่มีขนาดใหญ่ ของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ก็ยังขาดความคล่องตัวในการแก้ไขปัญหาบางประการที่ต้องรอการตัดสินใจจากสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ เช่น การชดใช้ค่าเสียหายตามความรับผิดชอบ ซึ่งปฏิบัติตามขั้นตอน และใช้เวลานานเกินไป

สรุปคือ ผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติส่วนใหญ่มีความสามารถ ในหลายด้านที่ดีกว่าผู้รับจัดการขนส่งไทย และลูกค้ารายใหญ่ๆ ก็ยังเป็นลูกค้าของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ดังเหตุผลที่ได้อธิบายมาเบื้องต้น ในขณะที่มีผู้รับจัดการขนส่งไทยเพียงไม่กี่รายที่มีขนาดใหญ่ที่มีความสามารถใกล้เคียงกับผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ แต่ net work หรือ สาขา ก็ยังไม่กว้างขวางเท่ากับผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ อาจจะมีเพียง ตัวแทน(Representative office) เท่านั้น

5.2.2 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ระหว่างผู้รับจัดการขนส่งไทย และผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ในลักษณะ ของการเป็น sub contract โดย ผู้รับจัดการขนส่งไทย ซึ่ง เป็นทั้งผู้ประกอบการขนส่ง มีรถ และอุปกรณ์ ในการขนส่งที่หลากหลายกว่า มีความชำนาญด้านการขนส่ง ในพื้นที่มากกว่าผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ สามารถที่จะกลายมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ของผู้รับจัดการขนส่งต่างชาติ ที่ปัจจุบัน ได้ปรับกระบวนการลงทุน ออกมาเป็น ลักษณะ out source มากขึ้น

5.2.3 การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้เฉพาะเจาะจงกลุ่มประชากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่ง จึงอาจจะไม่ได้เจาะลึกลงไปถึงความต้องการที่แท้จริงในการใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง หากได้สำรวจในแต่ละอุตสาหกรรม อาจจะได้ข้อเปรียบเทียบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กมลชนก สุทธิวาทนฤพดี . 2541. ธุรกิจพาณิชย์นาวี. พิมพ์ครั้งที่ 6 , กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เครือวัลย์ วุฒินทรานนท์. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการพิธีการศุลกากรใน  
ระบบอีดีไอ. ศึกษาเฉพาะกรณีการนำเข้าสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยาน  
กรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม
- ชยาวุธ ทิวเสถียร, "ธุรกิจ Freight Forwarders ลดต้นทุนและเพิ่มกำไรแก่ผู้ส่งออกได้อย่างไร"  
เอกสารการบรรยาย, สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ, 2547
- ชัชณะ รุ่งปัจฉิม, "จิตวิทยาบริการ", เอกสารการบรรยาย หน่วยที่ 12 สาขาคุณธรรมศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539
- จิตติมา วงศ์อินตา. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิภาพร หวังวัชรกุล. 2545. ระบบประเมินผลการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการขนส่งด้วย  
รถบรรทุก วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- บุญงาม เอี่ยมศุกววัฒน์. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการขนส่งโดยรถตู้ในเขตกรุงเทพมหานคร  
ตอนเหนือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต(การวางผังเมือง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปกรณ์พงศ์ โพธิ์พฤกษ์. 2543. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการการขนส่งด้วยรถบรรทุก  
วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- ผาด ชเนศวงษ์สกุล. 2536. ขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ขนส่งและผู้ส่งของในระบบการขนส่งหลาย  
รูปแบบตามกฎหมายไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพศาล ชื่นจิตรและคณะ. 2514 การวิจัยประเมินผลประสิทธิภาพระบบ EDI ในงานศุลกากรด้าน  
พิธีการส่งออก : กรณีศึกษา ส่วนการส่งของสำนักงานศุลกากร ท่าอากาศยานกรุงเทพ  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วารารักษ์ พุทธิวิถิ. 2546. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริการนวด  
แผนไทย กรณีศึกษา โรงพยาบาลดำเนินสะดวก วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วรัญญา ภัทรสุข . 2545. ระเบียบวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- ศิริชัย นิลนพคุณ. 2536. การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนายตำรวจชั้นสัญญาบัตรที่สำเร็จ

การศึกษาจากโรงเรียนนายตำรวจและนิติศาสตร์- รัฐศาสตร์ : ศึกษาเฉพาะกรณีนาย  
ตำรวจชั้นสัญญาบัตรระดับรองสารวัตรในสังกัดกองบัญชาการตำรวจนครบาล  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สหชัย ศิลากอง. 2543. แนวทางการประเมินคุณภาพการให้บริการจัดส่งสินค้า วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

อุทัยวรรณ เสร้งกำปิง 2546. การศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจรับจัดการขนส่งระดับท้องถิ่นและระดับ  
นานาชาติ Special Project ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. 2531. แบบสอบถาม : การสร้างและการใช้. พิมพ์ครั้งที่ 6,  
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ หจก. ฟีนีქซ์บลิซซิ่ง.

### ภาษาอังกฤษ

Christian, Allan. (October 1993) “Connecting with the Japanese customer : US exporters:  
customer service and satisfaction.” Business America. : 23-25

Huu-Phuong Ta “Transportation concerns of foreign firms in China” Available from  
[http:// www.car.chula.ac.th](http://www.car.chula.ac.th)

Herbert, A. Simon. (1967) *Management of Organisation* , New York : McGraw-Hill Book  
Company

Millet, John D. (1954) *Management in the Public Service. The Question for Effective  
Performance*, New York : McGraw-Hill Book Company

Parasuraman, A., Berry, L.L and Zeithaml, V (1985), “ A conceptual model of service quality and  
its implication for future research” , Journal of Marketing, 49; 41-50

Stock James, R., and Lambert Douglas, M., (2001) *Strategic Logistics Management*, New York:  
McGraw-Hill Book Company

Thai International Freight Forwarding Association (2004) *Tiffa Freight Forwarding Handbook*

Weber, Max. (1998) *The Theory of Social and Economic Organization Trans*, A.H. Henderson  
and Talleot Parson 4<sup>th</sup> eds. New York : The Press



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ภาคผนวก ก**

รายชื่อผู้รับจัดการขนส่ง ที่เป็นสมาชิก สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ Thai International Forwarders Association) ปี 2548

1. ABSOLUTE FREIGHT CO., LTD.
2. AERO MARINE TRANSWORLD CO., LTD
3. AIR SEA TRANSPORT CO., LTD.
4. ALFREIGHT INTERNATIONAL LIMITED
5. ALL CARGO TRAFFIC CO., LTD.
6. ASIA PACIFIC SHIPPING AND LOGISTICS CO., LTD.
7. ATLANTIC FORWARDING CO., LTD.
8. B&J MAMMOET CO., LTD.
9. BANGKOK FREIGHT FORWARDERS CO., LTD.
10. BEST BONDED WAREHOUSE CO., LTD.
11. BETTER FREIGHT & TRANSPORT CO., LTD.
12. BIRKART (THAILAND) CO., LTD.
13. BOONMA MOVING & STORAGE CO., LTD.
14. CARGO CLASS CO., LTD.
15. CARGONET WORLDWIDE CO., LTD.
16. CARGOWEB WORLDWIDE LTD.
17. CENTRAN INTERNATIONAL CORPORATION (THAILAND) LTD.
18. CLASQUIN (THAILAND) CO., LTD.
19. COMBINED TRANSPORT AGENCIES CO., LTD.
20. COMMERCIAL CARGO SERVICES CO., LTD.
21. COMPREHENSIVE CARGO MANAGEMENT LTD.
22. CONAIR INTERTRAFFIC CO., LTD.
23. CROSS+WORLD INTERNATIONAL CO., LTD.
24. CRYSTAL SHIPPING (THAILAND) LTD.
25. CUSTOM GLOBAL CONTAINER LINE CO., LTD.
26. DART EXPRESS (THAILAND) CO., LTD.
27. DEXTRA INDUSTRY AND TRANSPORT CO., LTD.
28. DHL LOGISTICS (T) LTD.

29. DIMERCO EXPRESS (THAILAND) CO., LTD.
30. DOMINATOR INTERNATIONAL CO., LTD.
31. DYNA FREIGHT CO., LTD.
32. DYNAMIC INTERTRANSPORT CO., LTD.
33. EAST-WEST AIR SERVICES CO., LTD.
34. ECU LINE (THAILAND) CO., LTD
35. EGL EAGLE GLOBAL LOGISTICS (THAIALND) LTD.
36. EMBASSY FREIGHT ( THAILAND ) CO., LTD.
37. ENTERPRISE TRANSPORT INTERNATIONAL CO., LTD.
38. EXCEL TRANSPORT INTERNATIONAL CO., LTD.
39. FEDERAL LOGISTIC SYSTEMS, (THAILAND) CO., LTD.
40. FLASH INTERNATIONAL TRANSPORT CO., LTD.
41. FLYING FISH SERVICE (THAILAND) CO., LTD.
42. FPS LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
43. FREIGHT LINKS EXPRESS CO., LTD.
44. FRIENDLY GLOBAL LOGISTICS CO., LTD
45. FUJITRANS ( THAILAND ) CO., LTD.
46. FUTURE TRANSPORT INTERNATIONAL CO., LTD
47. G & U LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
48. GEO LOGISTICS ( THAILAND ) CO., LTD.
49. GEODIS OVERSEAS CO., LTD.
50. GLOBAL POWER LOGISTICS SERVICES (T) CO., LTD.
51. GLORY TRANSPORT LIMITED.
52. GULF AGENCY COMPANY (T) LTD.
53. HABA-SPED LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
54. HANKYU INTERNATIONAL TRANSPORT (T) CO., LTD.
55. HANSHIN FREIGHT INTERNATIONAL ( THAILAND ) CO., LTD.
56. HAZCHEM LOGISTICS MANAGEMENT CO., LTD.
57. INTERNATIONAL FORWARDER CO., LTD.
58. IONIC LOGISTICS CO., LTD.
59. KASE SHIPPING (THAILAND) CO., LTD.
60. KERRY FREIGHT (THAILAND) LIMITED)
61. KUEHNE + NAGEL LIMITED.

62. LEO TRANSPORT CORPORATION LTD.
63. LESCHACO (THAILAND) LTD.
64. LOGISTICS MANAGEMENT SERVICES LTD.
65. MAC-NELS SHIPPING (THAILAND) LTD.
66. MACPRO EXPREES CO., LTD.
67. MAERSK LOGISTICS (THAILAND) LTD.
68. MARINE EXPRESS CO., LTD.
69. MASS TRANSPORT EXPRESS CO., LTD.
70. MASTERICH CO., LTD.
71. MEIKO-TRANS ( THAILAND ) CO., LTD.
72. MERCURY LOGISTICS CO., LTD.
73. MITSUBISHI LOGISTICS ( THAILAND ) CO., LTD.
74. MITSUI-SOKO ( THAILAND ) CO., LTD.
75. MMC LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
76. MOLLERS LOGISTICS LIMITED.
77. MULTI FREIGHT SYSTEM CO., LTD.
78. NAIGAI NITTO LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
79. NASA TRANSPORT CORPORATION LTD.
80. NIPPON EXPRESS ( THAILAND ) CO., LTD.
81. NIPPON KONPO (THAILAND) CO., LTD.
82. NNR GLOBAL LOGISTICS ( THAILAND ) CO., LTD.
83. NTL NAIGAI TRANS LINE (THAILAND) CO., LTD.
84. NYK LOGISTICS ( THAILAND ) CO., LTD.
85. OCEAN AIR INTERNATIONAL CO., LTD.
86. OPENSEA CARGO SERVICE CO., LTD.
87. ORIENT EXPRESS CONTAINER ( T ) CO., LTD.
88. ORIENT STAR INTERNATIONAL LOGISTICS CO., LTD.
89. PANALPINA WORLD TRANSPORT (THAILAND) LTD.
90. PENANSHIN SHIPPING (THAILAND) LTD.
91. PHUKET UNIVERSAL SERVICES CO., LTD.
92. PILOT CONSOLIDATOR CO., LTD.
93. PIONEER OCEAN FREIGHT CO., LTD.
94. PORNVATANA TRANSPORT CO., LTD.

95. PRO-LOG CO., LTD.
96. PROFREIGHT INTERNATIONAL CO., LTD.
97. PROMARINE EXPRESS CO., LTD
98. PWT LOGISTIC (THAILAND) CO.,LTD.
99. R.K. INTERNATIONAL FREIGHT CO., LTD.
100. ROYALTAINER CORPORATION LTD.
101. S.A. LOGISTICS CO., LTD.
102. S.A. OVERSEAS SHIPPING CO., LTD.
103. SCHENKER ( THAI ) CO., LTD.
104. SEA & AERO LOGISTICS CO., LTD.
105. SEABRA TRANS INTERNATIONAL CO., LTD.
106. SEALINE CORPORATION LTD.
107. SIAM KARGO FREIGHT FORWARDER CO., LTD.
108. SIAM KARGO LOGISTICS CO., LTD.
109. SIAM NISTRANS CO., LTD.
110. SINSIMON ENTERPRISE CO., LTD.
111. SONIC INTERFREIGHT CO., LTD.
112. SONY SUPPLY CHAIN SOLUTIONS ( THAILAND ) LTD.
113. STAND INTERNATIONAL TRANSPORTATION LTD.
114. SUN EXPRESS (THAILAND) CO., LTD.
115. T-SAVE CO., LTD.
116. T.M.T.OCEAN SERVICE CO., LTD.
117. T.V.L. GLOBAL LOGISTICS (T) CO.,LTD.
118. TAC OCEAN FREIGHT CO., LTD.
119. THAI KARGO KARE CO., LTD.
120. THE CARGO EXPRESS LOGISTICS CO., LTD
121. TNT FREIGHT MANAGEMENT (THAILAND) LTD..
122. TRAC FORWARDING CO., LTD.
123. TRANS-LINK EXPRESS ( BANGKOK ) CO., LTD.
124. TRANSCONTAINER LOGISTICS (THAILAND) CO., LTD.
125. TRANSPO INTERNATIONAL LTD.
126. TRANSPORT MANAGEMENT CO., LTD.
127. TRANSPORT & FREIGHT FORWARDING INTERNATIONAL CO



128. UNI-INTER TRANSPORT CO., LTD
129. UNIQUE INTERNATIONAL FORWARDING CO., LTD.
130. UNLIMITED EXPRESS (THAILAND) CORP., LTD.
131. UTI WORLDWIDE CO., LTD.
132. V-SERVE SEA & LAND LTD.
133. V. LINK EXPRESS CO., LTD.
134. V. PACK & MOVE (BANGKOK) CO., LTD.
135. VANTEC WORLD TRANSPORT ( T ) CO., LTD.
136. WICE FREIGHT SERVICES (THAILAND) LTD.
137. WISMA FORWARDING LIMITED.
138. X-TREME SPEDITION CO., LTD.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ภาคผนวก ข****แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการขนส่ง****ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท**

1. ชื่อบริษัท.....
2. ที่ตั้ง.....
3. เงินลงทุน .....ล้านบาท ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.....
4. โทรศัพท์..... โทรสาร.....
5. จำนวนพนักงาน.....คน
6. ชื่อผู้กรอก.....ตำแหน่ง.....
7. ประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์
  - ( ) อุปโภค
  - ( ) บริโภค
  - ( ) ทั้งสองอย่าง
8. สินค้า / ผลิตภัณฑ์ ของท่าน ที่สำคัญ ได้แก่ (พิจารณาจากยอดขาย).....
9. กำลังการผลิตสูงสุด (Maximum Capacity) ของการผลิตใน 1 ปีของท่าน
  - 9.1 ผลิตภัณฑ์หลัก.....หน่วย / ปี
  - 9.2 ผลิตภัณฑ์รอง.....หน่วย / ปี
10. กิจกรรมการเพิ่มผลผลิตและ / หรือ กิจกรรมการลดต้นทุนที่บริษัทของท่านปฏิบัติ ได้แก่
  - ( ) ISO 9000
  - ( ) Total Quality Management
  - ( ) Quality Control Circle (QCC)
  - ( ) QS 9000
  - ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
11. บริษัทของท่านนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ ประมาณ.....shipment/ เดือน
12. ปัจจุบันบริษัทของท่านว่าจ้างผู้รับจัดการขนส่งจำนวน.....ราย
  - 12.1 รายที่ 1 คือ บริษัท.....เริ่มใช้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. ....
    - ทำสัญญาว่าจ้างด้วยหรือไม่ ..... นานกี่ปี.....
  - 12.2 รายที่ 2 คือ บริษัท.....เริ่มใช้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. ....
    - ทำสัญญาว่าจ้างด้วยหรือไม่.....นานกี่ปี.....

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่ง**

คำอธิบาย

- ความสำคัญของปัจจัย หมายถึง ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้มากน้อยเพียงใด
- ความพึงพอใจต่อการบริการ หมายถึง ท่านรู้สึกพึงพอใจในบริการของผู้รับจัดการขนส่งที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบันมากน้อยเพียงใด
- ปัญหา หมายถึง ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านประสบปัญหาในการใช้บริการและจำเป็นต้องแจ้งให้ผู้รับจัดการขนส่งที่ท่านใช้อยู่ทราบหรือไม่

ปัจจัย	ความสำคัญของปัจจัย					ความพึงพอใจต่อการบริการ					ปัญหา		ลักษณะของปัญหา
	น้อยที่สุด		มากที่สุด			น้อยที่สุด		มากที่สุด			พบ	ไม่พบ	
<b>ด้าน ศักยภาพ และภาพลักษณ์ (Capability &amp; Image)</b>													
1. ชื่อเสียงและขนาดของผู้รับจัดการขนส่ง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
2. ท่าอากาศยานของผู้รับจัดการขนส่ง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
3. ประสบการณ์และความชำนาญของผู้รับจัดการขนส่ง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
4. ขอบเขตหรือพื้นที่ของการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งในและต่างประเทศ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
5. สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
6. ระบบการสื่อสารและการใช้ข้อมูลไอทีร่วมกับงาน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
7. การให้ความสำคัญกับการขนส่งที่เร่งด่วน (Priority given to urgent delivery)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
8. ประกันภัยและ ความรับผิดชอบต่อข้อผิดพลาดหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
9. ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....

<b>ด้านคุณภาพการขนส่ง ( Quality )</b> 1. จำนวนรถ และอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่เพียงพอ 2. ลักษณะของอุปกรณ์ในการขนย้ายและจัดส่งที่ทันสมัยหลากหลายประเภท 3. การดูแลสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/เสียหายในระหว่างการขนส่ง 4. การจัดลำดับการส่งและรับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5			..... ..... ..... .....
<b>ด้านราคา (Price)</b> 1. อัตราค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่น 2. ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่ง 3. ความยืดหยุ่นในการให้บริการภายใต้ค่าใช้จ่ายคงเดิม 4. ระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท 5. การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจลูกค้าตามขนาดปริมาณการใช้บริการขนส่ง	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5			..... ..... ..... ..... .....
<b>ด้านเวลา (Time)</b> 1. ระยะเวลาที่ใช้ในการรับส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลาและรวดเร็ว 2. ระยะเวลาใช้ในการผ่านพิธีการศุลกากรรวดเร็ว 3. ระยะเวลา ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวดเร็ว	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5			..... ..... .....
<b>ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)</b> 1. มีความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่ออย่างเหมาะสม 2. นำเสนอการบริการ/คำแนะนำที่ดีเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า 3. ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม 4. การเอาใจใส่และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า 5. การปฏิบัติตามคำแนะนำและแก้ไขของลูกค้า	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5			..... ..... ..... ..... .....

<b>ด้านอื่น ๆ (Others)</b> 1. โอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาว 2. มีการทำสัญญาในการให้บริการ 3. การปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อตกลงอย่างเคร่งครัด	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			.....

เมื่อมองภาพรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้รับจัดการขนส่งที่ท่านใช้บริการในระดับใด

—————→

พอใจน้อยที่สุด						พอใจมากที่สุด
1	2	3	4	5		

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ภาคผนวก ก**

ผลการทดสอบค่า Chi Square ที่พบว่าความสำคัญของปัจจัย ทั้งหมด 4 ด้านและความพึงพอใจต่อการบริการ ทั้งหมด 3 ด้านของผู้รับจัดการขนส่งไทยและต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * IMPOTA1	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

**NATIONAL \* IMPOTA1 Crosstabulation**

Count		IMPOTA1					Total
		1	2	3	4	5	
NATIONAL	1		1	11	17	10	39
	2	1	7	9	9	3	29
Total		1	8	20	26	13	68

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.691 <sup>a</sup>	4	.030
Likelihood Ratio	11.651	4	.020
Linear-by-Linear Association	8.923	1	.003
N of Valid Cases	68		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .43.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * IMPOTA5	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

**NATIONAL \* IMPOTA5 Crosstabulation**

Count

	IMPOTA5					Total
	1	2	3	4	5	
NATIONAL 1			8	23	8	39
2	3	3	6	6	11	29
Total	3	3	14	29	19	68

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.592 <sup>a</sup>	4	.004
Likelihood Ratio	18.237	4	.001
Linear-by-Linear Association	1.879	1	.170
N of Valid Cases	68		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.28.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * IMPOTA8	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

**NATIONAL \* IMPOTA8 Crosstabulation**

Count

	IMPOTA8					Total
	1	2	3	4	5	
NATIONAL 1			9	19	11	39
2	1	5	8	9	6	29
Total	1	5	17	28	17	68

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.843 <sup>a</sup>	4	.043
Likelihood Ratio	12.045	4	.017
Linear-by-Linear Association	5.952	1	.015
N of Valid Cases	68		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .43.

## Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * IMPOTA29	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

## NATIONAL \* IMPOTA29 Crosstabulation

Count		IMPOTA29					Total
		1	2	3	4	5	
NATIONAL	1	2	2	9	18	8	39
	2		4	7	5	13	29
Total		2	6	16	23	21	68

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.205 <sup>a</sup>	4	.037
Likelihood Ratio	11.229	4	.024
Linear-by-Linear Association	.661	1	.416
N of Valid Cases	68		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.



### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * SATISFY5	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

### NATIONAL \* SATISFY5 Crosstabulation

Count

		SATISFY5					Total
		1	2	3	4	5	
NATIONAL	1		1	13	22	3	39
	2	2	4	14	6	3	29
Total		2	5	27	28	6	68

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.764 <sup>a</sup>	4	.019
Likelihood Ratio	12.981	4	.011
Linear-by-Linear Association	6.733	1	.009
N of Valid Cases	68		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * SATISFY8	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

### NATIONAL \* SATISFY8 Crosstabulation

Count

		SATISFY8					Total
		1	2	3	4	5	
NATIONAL	1	1	1	14	19	4	39
	2	2	2	18	4	3	29
Total		3	3	32	23	7	68

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.834 <sup>a</sup>	4	.043
Likelihood Ratio	10.479	4	.033
Linear-by-Linear Association	4.664	1	.031
N of Valid Cases	68		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.28.

## Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NATIONAL * SATISF27	68	100.0%	0	.0%	68	100.0%

## NATIONAL \* SATISF27 Crosstabulation

Count		SATISF27					Total
		1	2	3	4	5	
NATIONAL 1			4	20	15		39
2		2	1	18	5	3	29
Total		2	5	38	20	3	68

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.665 <sup>a</sup>	4	.031
Likelihood Ratio	12.721	4	.013
Linear-by-Linear Association	.154	1	.694
N of Valid Cases	68		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

**ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์**

<b>ชื่อ</b>	นางสาวนภัสพร แสงพ่ายพ์
<b>วันเดือนปีเกิด</b>	26 กันยายน 2503
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอเมือง จังหวัดแพร่
<b>ประวัติการศึกษา</b>	ครุศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2525
<b>ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน</b>	ผู้จัดการอาวุโสแผนกนำเข้าและส่งออก บริษัทรามาชูส์ อินคัสตรีส์ จำกัด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย