

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตลาดของศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าตู้ แอลซีแอลในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดยกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกภายในเขตจังหวัดชลบุรีและระยอง โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 37.00 โดยส่วนใหญ่ส่งสินค้าตู้ FCL อยู่ระหว่าง 1 – 50 และ 201 – 300 teus ต่อปี ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และร้อยละ 23.00 ส่งสินค้าตู้ LCL อยู่ระหว่าง 301 – 400 (cbm/ton) ต่อปี โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 63.00 และไม่เคยใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 37.00 ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่ใช้บริการเพราะให้บริษัทตัวแทนขนส่งเป็นผู้ดำเนินการให้ คิดเป็นร้อยละ 48.65 ส่วนผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งในปัจจุบันร้อยละ 73.02 ก็ยังคงใช้บริการเช่นเดิม และส่วนใหญ่ใช้ศูนย์กระจายสินค้ามากกว่า 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 78.26 ส่วนสาเหตุที่เลือกใช้บริการมากกว่า 1 แห่ง เพราะบริการการขนส่งที่มีความถี่มากและรวดเร็วกว่า คิดเป็นร้อยละ 34.43 และร้อยละ 21.74 เลือกใช้บริการเพียงแห่งเดียวเพราะไม่อยากเสียเวลาในการติดต่อกับหลาย ๆ ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนในปัจจุบันผู้ที่เคยใช้บริการศูนย์กระจายสินค้ากลับไม่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.98 ส่วนเหตุผลที่ไม่ใช้บริการเพราะสามารถดำเนินการได้เอง คิดเป็นร้อยละ 52.94 ซึ่งหากมีบริษัทที่ประกอบการศูนย์กระจายสินค้ารายใหม่ที่มีรูปแบบบริการที่ตรงกับความต้องการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณา คิดเป็นร้อยละ 83.00 และจะใช้บริการส่งสินค้าในอัตราระหว่าง 16 – 20% คิดเป็นร้อยละ 33.73 ส่วนเหตุผลที่ไม่พิจารณา พบว่า ร้อยละ 47.06 เคยมีประสบการณ์ที่ไม่ดีกับบริษัทที่เข้ามาเสนอรายใหม่ ส่วนอันดับความสำคัญต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องการจัดตารางเวลาในการขนส่ง (Scheduling) ( $\bar{X} = 4.85$ ) รองลงมาได้แก่ การให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ( $\bar{X} = 4.74$ ) รองลงมาอีกคือ ขอบเขตหรือพื้นที่ของการขนส่ง ( $\bar{X} = 4.63$ ) และให้ความสำคัญต่ำที่สุดคือเรื่องชื่อเสียงของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า ( $\bar{X} = 3.24$ )

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้าในด้านตารางเวลาและพื้นที่ของการขนส่งสูงสุด ( $\bar{X} = 4.66$ ) รองลงมาให้ความสำคัญกับด้านราคา ( $\bar{X} = 4.39$ ) และให้ความสำคัญกับด้านชื่อเสียงบริษัทต่ำที่สุด ( $\bar{X} = 3.24$ )

ทางด้านอันดับความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้าที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความสะดวกของการได้รับบริการ ( $\bar{X} = 4.80$ ) รองลงมาได้แก่ การส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 4.74$ ) รองลงมาอีกคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของเอกสาร ( $\bar{X} = 4.26$ ) และมีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือเรื่องราคาค่าขนส่ง ( $\bar{X} = 3.00$ )

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์กระจายสินค้าในด้านความสะดวกในการติดต่อสูงสุด ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมามีความพึงพอใจกับด้านบริการ ( $\bar{X} = 3.93$ ) และมีความพึงพอใจกับด้านการดูแลสินค้าต่ำที่สุด ( $\bar{X} = 3.04$ )

ทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้านายใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้พิจารณาผู้ประกอบการบริการของศูนย์กระจายสินค้านายใหม่จากปัจจัยต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาสูงสุดในเรื่องการส่งสินค้าถึงจุดหมายได้ตรงเวลา ( $\bar{X} = 4.89$ ) รองลงมาได้แก่ การจัดตารางเวลาในการขนส่ง (Scheduling) ( $\bar{X} = 4.79$ ) รองลงมาอีกคือ การส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 4.62$ ) และพิจารณาต่ำที่สุดคือเรื่องความสะดวกของการลากตู้และบรรจุสินค้า ( $\bar{X} = 3.30$ )

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้พิจารณาบริการศูนย์กระจายสินค้านายใหม่ในด้านตารางเวลาและพื้นที่ของการขนส่งสูงสุด ( $\bar{X} = 4.63$ ) รองลงมาพิจารณาในด้านราคา ( $\bar{X} = 4.41$ ) และพิจารณาในด้านความสะดวกในการติดต่อและด้านชื่อเสียงบริษัทต่ำที่สุด ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกัน ( $\bar{X} = 3.32$  และ  $3.35$  ตามลำดับ)

ในกรณีที่มีผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้ามาให้บริการบรรจุสินค้าในลักษณะแบบการเปิดศูนย์กระจายสินค้า LCL ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ซึ่งจะให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่การรับสินค้าที่โรงงาน การทำคลังบรรจุสินค้า รถขนส่ง ดำเนินพิธีการศุลกากร พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 80.00 มีความสนใจ ขณะที่ร้อยละ 20.00 ไม่มีความสนใจ

#### 5.1.1 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ขนาดของบริษัทที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะสินค้าที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ลักษณะสินค้าที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าในด้านราคา ด้านการบริการ และด้านตารางเวลาและพื้นที่ของการขนส่ง ส่วนด้านความสะดวกในการติดต่อ ด้านการดูแลสินค้า และด้านชื่อเสียงบริษัทไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกสินค้าในเขตจังหวัดชลบุรีและระยองตัดสินใจเลือกที่จะเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า LCL ภายในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังมากกว่าหรือเท่ากับ 15% ของสินค้า LCL ที่เกิดขึ้นจากการผลิตภายในเขตจังหวัดชลบุรีและระยอง พบว่า ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกสินค้าในเขตจังหวัดชลบุรีและระยองตัดสินใจเลือกที่จะเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า LCL ภายในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังมากกว่าหรือเท่ากับ 15% ของสินค้า LCL ที่เกิดขึ้นจากการผลิตภายในเขตจังหวัดชลบุรีและระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานทำให้สามารถสรุปวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ได้ดังนี้

5.1.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ

- การจัดตารางเวลาขนส่งที่หลากหลายและมีความถี่ของการให้บริการมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้นำเข้าและส่งออกต่างไม่ต้องการที่จะแบกรับภาระของสินค้าคงคลังไว้ที่ละมามากๆ เพราะฉะนั้นเมื่อมีความต้องการสินค้าเกิดขึ้นก็เลยต้องการเวลาการขนส่งที่รวดเร็ว ทำให้สินค้าไม่ขาด มีสินค้าเพื่อผลิตได้อย่างต่อเนื่อง
- การให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าควรมีประสบการณ์ในการทำงาน สามารถให้คำแนะนำที่ดีที่ตรงกับความต้องการแก่ผู้นำเข้าและส่งออก สามารถช่วยลูกค้าแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเสนอทางเลือกเพื่อช่วยลูกค้าเวลาเกิดปัญหา ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญของงานด้านบริการ เพราะสามารถสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการได้ในระยะยาว สามารถรักษาลูกค้าเดิมและยังเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ที่อยู่ระหว่างการตัดสินใจ หรือลูกค้าใหม่ให้หันมาเป็นลูกค้าได้

- ขอบเขตหรือพื้นที่ของการขนส่งที่ครอบคลุม เนื่องจากในปัจจุบันผู้นำเข้าและส่งออกตั้งกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าก็ควรที่จะเสนอบริการที่ครอบคลุมเสนอให้แก่ลูกค้า
- ความรวดเร็วและถูกต้องของเอกสาร เอกสารที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าควรส่งตรงเวลาและลดข้อผิดพลาดของเอกสารให้น้อยที่สุด เนื่องจากถ้าเอกสารผิดผู้รับของปลายทางก็อาจไม่สามารถรับสินค้าได้ ทำให้ต้องเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการแก้เอกสาร และสร้างความรำคาญใจให้กับลูกค้าได้
- การส่งสินค้าถึงจุดหมายได้ตรงเวลา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในปัจจุบันผู้นำเข้าและส่งออกต่างต้องการลดยอดสินค้าคงคลัง ฉะนั้นเวลาต้องการสินค้าจึงมักต้องการสินค้าที่จัดส่งได้ตรงเวลาด้วยความต้องการ บางครั้งเวลาเกิดเหตุสุดวิสัย เช่น รถบรรทุกเกิดอุบัติเหตุ ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าก็ควรที่จะเสนอหนทางแก้ไขให้กับลูกค้า
- ปัจจัยที่สำคัญรองๆ ลงมาก็ได้แก่ การส่งเสริมการขาย ควรมีการส่งเสริมทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การบริการที่ครอบคลุมและครบวงจร ผู้นำเข้าและส่งออกสามารถติดต่อศูนย์กระจายสินค้าเพียงที่เดียวแต่สามารถรับบริการที่ต้องการได้อย่างครบถ้วน ราคาค่าขนส่ง ควรจะเสนอราคาค่าขนส่งที่สมเหตุสมผล ความสะดวกของการได้รับบริการ การให้บริการของพนักงานขายและแผนกบริการลูกค้าสัมพันธ์ การให้บริการหลังการขาย พนักงานของศูนย์กระจายสินค้าควรจะได้รับ การอบรมเพื่อให้มีความรู้ สามารถตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าได้ คอยติดตามผลและข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการที่ดีขึ้น การปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และสถานที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าที่สะดวกในการติดต่อของลูกค้า

5.1.1.2 การศึกษาตลาดของศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าคู่แอลซีแอลในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จากข้อมูลของแบบสอบถามเพื่อศึกษาอัตราการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า ผู้ตอบส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะใช้บริการมากกว่า 15% ของยอดสินค้า LCL ที่มีอยู่ในปัจจุบันภายในเขตจังหวัดชลบุรีและระยอง เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดของศูนย์กระจายสินค้าในเขตชลบุรีและระยอง จะแบ่งให้กับผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าอยู่เพียงไม่กี่ราย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น บริษัทที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด คือ บริษัทนิปปอน เอ็กซ์เพรส และ ชันคิวไทย ซึ่งทั้ง 2 บริษัทนี้มีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันมากกว่า 35% เพราะฉะนั้น

ถ้าศูนย์กระจายสินค้านี้สามารถได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 15% ก็จะสามารถเป็นอันดับ 3 ของผู้ครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าในอันที่จะทำให้เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการของตนเองได้ดียิ่งขึ้นและลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด จากความสำคัญของแต่ละปัจจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการ โดยอาจจะเลือกให้ความสนใจกับปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดก่อน โดยการนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการวางทิศทาง นโยบายหรือกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านการจัดตารางเวลาขนส่งที่หลากหลายและมีความถี่ของการให้บริการสูง ดังนั้นหาก ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าต้องการได้ส่วนแบ่งทางการตลาด ก็ควรให้ความสำคัญกับตารางการขนส่ง เพื่อเป็นการสร้างจุดขายให้กับตนเองและเป็นสิ่งจูงใจให้มีผู้มาใช้บริการ

ในด้านของผู้นำเข้าและส่งออกก็จะได้รับประโยชน์จากการเปิดศูนย์กระจายสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าเป็นผู้ชำนาญการ และรับบริการให้กับลูกค้าหลายราย ทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางการกระจายสินค้าร่วมกัน มีผลทำให้ต้นทุนในการขนส่งลดลง และลูกค้าก็สามารถใช้บริการศูนย์กระจายสินค้าได้ทั้งในลักษณะชั่วคราวหรือเป็นสัญญาระยะยาว ซึ่งทำให้ต้นทุนคงที่ของบริษัทผู้นำเข้าและส่งออกลดลง กลายเป็นต้นทุนผันแปรที่ทำได้ง่ายต่อการคำนวณค่าใช้จ่ายและบริหารงาน และเนื่องจากผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าจะรับทำบริการทางโลจิสติกส์โดยตรงทำให้มีความเชี่ยวชาญมากกว่าผู้นำเข้าและส่งออกดำเนินการกันเอง ทำให้เกิดประโยชน์ในการกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ศูนย์กระจายสินค้าจะสามารถเพิ่มทางเลือกให้กับผู้นำเข้าและส่งออก เสนอวิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ภายใต้งบประมาณที่ต่ำกว่าและมีบริการที่ให้บริการแก่ลูกค้าได้หลายประเภท