

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ



5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง โดยกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยเลือกที่จะทำการศึกษาคือกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งจากแบบจำลองพฤติกรรมในการเลือกผู้ประกอบการขนส่งโดยมีขั้นตอนหลักที่สำคัญ ได้แก่

- การทบทวนแนวคิดและผลการวิจัยที่ผ่านมา
- การวางแผนและออกแบบวิธีการในการสำรวจข้อมูล
- การสำรวจและรวบรวมข้อมูลในสนาม
- การจัดการกับข้อมูลเบื้องต้น
- การพัฒนาแบบจำลองจากข้อมูลที่สามารถใช้ได้
- การวิเคราะห์ผลที่ได้จากแบบจำลอง

การสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้ ได้ดังต่อไปนี้

5.2 การทบทวนแนวความคิดและผลการวิจัยที่ผ่านมา

จากการทบทวนผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการหาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งในประเทศยังไม่มียานศึกษาที่ชัดเจนนัก ดังนั้นปัจจัยที่ผู้วิจัยรวบรวมมาได้มาจากปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งในต่างประเทศรวมทั้งปัจจัยที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง ซึ่งปัจจัยที่รวบรวมได้ดังกล่าวมีจำนวนค่อนข้างมาก แต่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะอิทธิพลของบางปัจจัยที่มีต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งมากที่สุด

การทบทวนทฤษฎีและแนวความคิดในการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกผู้ประกอบการขนส่ง ทฤษฎีที่ใช้มีหลายวิธีขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและวัตถุประสงค์ของการศึกษา สำหรับการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เลือกการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Conjoint Analysis ซึ่งเป็นเทคนิคที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของผู้บริโภค ทั้งนี้วิธีการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค Conjoint Analysis มีด้วยกันหลายวิธีแต่สำหรับในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Random Utility Theory) ที่คำนึงถึงความผันแปรในพฤติกรรมในการเลือกผู้

ประกอบการขนส่งของกลุ่มตัวอย่างและความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล และแบบจำลองที่พัฒนาจากทฤษฎีดังกล่าวจะมีรูปแบบโครงสร้างโดยทั่วไป คือ

$$P_n(i) = \frac{\exp(V_{in})}{\sum_{j \in C_n} \exp(V_{jn})} \quad (5.1)$$

โดยที่ $P_n(i)$ คือ ความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างคนที่ n เลือกผู้ประกอบการขนส่ง i
 V_{in} คือ ส่วนของความพึงพอใจที่วัดได้แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ n จะได้รับจากการเลือกผู้ประกอบการขนส่งที่ i

แบบจำลองวิเคราะห์ความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างเลือกผู้ประกอบการขนส่งเป็นแบบจำลองที่นิยมทั่วไปว่า แบบจำลองประเภทโลจิต (Logit Model) โดยแบ่งเป็นแบบจำลอง Binary Logit Model (BNL) สำหรับแบบจำลองที่วิเคราะห์สถานการณ์ทางเลือกที่มีเพียง 2 ทางเลือก และแบบจำลอง Multinomial Logit Model (MNL) ในกรณีทางเลือกมากกว่า 2 ทางเลือก

การศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองไปใช้ในการทำนายพฤติกรรมการเลือกผู้ประกอบการขนส่งในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง แต่จะเป็นการนำเอาแบบจำลองที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้ประโยชน์ในการหาอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง โดยพิจารณาจากค่ายืดหยุ่นของความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่ง โดยสามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังสมการที่ 5.2

$$\varepsilon_{UX} = \frac{\partial U / \partial X}{U / X} \quad (5.2)$$

โดยที่ ε_{UX} = ความยืดหยุ่นของความพึงพอใจการใช้บริการที่มีผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตัวแปร x
 U = ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง
 X = ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง
 $\frac{\partial U}{\partial X}$ = อนุพันธ์ของ U เทียบกับ X

5.3 การสำรวจข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งในประเทศไทย ยังไม่ได้มีการศึกษามาก่อน ดังนั้นการสำรวจข้อมูลจึงมีหลายขั้นตอนเพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งมากที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้การสำรวจข้อมูลเริ่มจากการตั้งวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยที่ว่าปัจจัยที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนส่งในอันที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการลูกค้าของตนเองในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถรักษาสวนแบ่งทางการตลาดหรือขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งเองจึงจำเป็นต้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเสียก่อน ซึ่งการสำรวจพฤติกรรมทำได้โดยการให้ผู้ตอบเลือกรูปแบบของการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งในสถานการณ์ที่ถูกสมมติขึ้น สำหรับขั้นตอนการสำรวจข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ

5.3.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
- กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค

5.3.2 ขอบเขตของพื้นที่ศึกษา

การกำหนดขอบเขตของพื้นที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภาคตะวันออก ที่ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง โดยจะเลือกศึกษาในกรณีที่รถที่ใช้ขนส่งเป็น รถบรรทุก 6 ล้อ เนื่องจากเป็นรถที่นิยมใช้ขนส่งสินค้าในเขตพื้นที่ศึกษา โดยกำหนดให้พิจารณาพื้นที่จัดส่งสินค้าไม่เกิน 80 กม. เพื่อลดปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้วิจัยสนใจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

5.3.3 การสำรวจข้อมูลในสนาม

จากที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่าการสำรวจข้อมูลอาจจะต้องมีหลายขั้นตอน ซึ่งสรุปขั้นตอนการสำรวจข้อมูลในสนามได้ดังนี้ คือ

การสำรวจครั้งที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบว่าบริษัทใดบ้างที่ให้บริการผู้ประกอบการขนส่งและเป็นการสำรวจถึงปัจจัยในเบื้องต้นที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ประกอบการขนส่งจาก

กลุ่มตัวอย่าง รูปแบบของแบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปๆ ของบริษัทของกลุ่มตัวอย่าง และมีคำถามปลายเปิดถามว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง

การสำรวจครั้งที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง รูปแบบของแบบสอบถามจะเป็นการรวบรวมปัจจัยทั้งหมดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งแล้วให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความสำคัญแต่ละปัจจัยรวมทั้งให้คะแนนความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งและปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการจัดส่ง การคัดเลือกปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งผู้วิจัยมีเงื่อนไขที่จะเลือกปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดและเป็นปัจจัยที่มักจะทำให้เกิดปัญหาในระหว่างการใช้บริการเป็นหลัก

ผลการคัดเลือกปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ดังนี้ คือ

ก. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ มี 4 ปัจจัย ได้แก่

- ความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลา (On Time) ที่กำหนด
- การดูแลรักษาสินค้าไม่เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง
- ความเหมาะสมของราคาค่าขนส่ง
- ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง - ปลายทาง นับจากวันที่ฝากส่ง

ข. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค มี 5 ปัจจัย ได้แก่

- ความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลา (On Time) ที่กำหนด
- การดูแลรักษาสินค้าไม่เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง
- ความเหมาะสมของราคาค่าขนส่ง
- ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง-ปลายทาง นับจากวันที่ฝากส่ง
- ระยะเวลาที่ใช้ในการคืนบิลนับจากวันฝากส่ง

การสำรวจครั้งที่ 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อหาอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่มีต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งจากปัจจัยที่ได้จากการสำรวจครั้งที่ 2 โดยการนำตัวชี้วัดของแต่ละปัจจัยมาเป็นองค์ประกอบของแบบจำลอง สำหรับรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลครั้งที่ 3 จะสมมติผู้ประกอบการขนส่งขึ้น 2 ราย ที่เสนอการให้บริการของตน แล้วให้กลุ่มตัวอย่างเลือกผู้ประกอบการขนส่งในรายที่คิดว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

5.4 แบบจำลองวิเคราะห์การเลือกใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง

ขั้นตอนเริ่มแรกของการพัฒนาแบบจำลองคือการกำหนดรูปแบบของแบบจำลองโดยกำหนดว่าแบบจำลองจะประกอบด้วยองค์ประกอบของตัวแปรใดบ้าง สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของแบบจำลองได้มาจากการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 2 เมื่อได้ทำการกำหนดรูปแบบของแบบจำลองแล้ว ขั้นตอนต่อมาเป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์ และตรวจสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง การศึกษาในครั้งนี้การพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองทำการตรวจสอบเฉพาะในส่วนของการตรวจสอบความน่าเชื่อถือภายใน (Internal Validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบถึงความสมเหตุสมผลของแบบจำลองไม่มีการตรวจสอบภายนอก เนื่องจากแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการทำนายพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งในอนาคต

แบบจำลองที่จะนำไปวิเคราะห์ความน่าจะเป็นที่ผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง จะมีรูปแบบโครงสร้างโดยทั่วไป คือ

$$P(A) = \frac{\exp(U_A)}{\exp(U_A) + \exp(U_B)} \quad (5.3)$$

โดยที่ (U_A) แทนฟังก์ชันระดับความพึงพอใจที่จะได้รับจากการเลือกใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง A

(U_B) และฟังก์ชันแทนค่าความพึงพอใจที่จะได้รับจากการเลือกใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง B

สรุปแบบจำลองการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ คือ

ก. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

แบบจำลองการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์มีฟังก์ชันอรรถประโยชน์ดังนี้

$$V = -0.293TT - 1.033DM - 0.003TC + 0.311RODT$$

ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบจำลองพบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

โดยที่ TT หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง – ปลายทางนับจากวันฝากส่ง

DM หมายถึง โอกาสของการเกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง

TC หมายถึง ราคาค่าขนส่งโดยเฉลี่ยรวมไปและกลับ

$RODT$ หมายถึง ความสามารถในการจัดส่งภายในกำหนดเวลา

ข. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค

แบบจำลองการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมีรูปแบบดังนี้

$$V = -0.140TT - 0.561TB - 1.289DM - 0.005TC + 0.222RODT$$

ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบจำลองพบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

โดยที่ *TT* หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง – ปลายทางนับจากวันฝากส่ง
TB หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการคืนบิลนับจากวันฝากส่ง
DM หมายถึง โอกาสของการเกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง
TC หมายถึง ราคาค่าขนส่งโดยเฉลี่ยรวมไปและกลับ
RODT หมายถึง ความสามารถในการจัดส่งภายในกำหนดเวลา

5.5 การหาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง

การหาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งพิจารณาได้จากค่ายืดหยุ่นของความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการบริการที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการให้บริการ

สรุปผลการหาอิทธิพลโดยพิจารณาค่ายืดหยุ่นเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ

ก. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์

ตัวแปรที่พิจารณา	ค่าความยืดหยุ่น
ความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลา (On time) ที่กำหนด	1.242
ความเหมาะสมของราคาค่าขนส่ง	-0.189
ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง - ปลายทาง	-0.031
การดูแลรักษาสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง	-0.022

จากค่ายืดหยุ่นที่ได้ทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ เรียงลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้ คือ

1. ด้านความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลา (On Time) ที่กำหนด

ปัจจัยนี้มีความสำคัญเป็นมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ผลกระทบที่เกิดจากการจัดส่งที่ไม่ตรงเวลา ทำให้ไม่มีสินค้าเข้าสู่กระบวนการผลิตก่อให้เกิดผลเสียหายเป็นอย่างมาก ซึ่งจะมีผลอย่างมากต่อการไม่ถูกคัดเลือกในการผลิตครั้งต่อไป

2. ด้านความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่ง

ราคาค่าขนส่งถือเป็นต้นทุนสำคัญและเป็นต้นทุนในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นราคาค่าขนส่งที่อยู่ในอัตราที่เหมาะสมก็จะทำต้นทุนการผลิตไม่สูงเกินไป แต่ในบางครั้งที่การบริการที่ได้อาจจะต้องแลกกับอัตราค่าขนส่งที่แพงตามไปด้วย ดังนั้นผู้ใช้บริการจะต้องเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยต่างๆ เพื่อเลือกผู้ประกอบการขนส่งที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด

3. ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทางปลายทาง

เนื่องจากการที่โรงผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ส่วนใหญ่จะอยู่ไม่ไกลจากโรงงานประกอบรถยนต์มากนักดังนั้นระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจึงไม่มาก ผลลัพธ์ดังกล่าวจึงสรุปได้ว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้น้อยกว่าปัจจัยอื่นๆ

4. ด้านการดูแลรักษาสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง

กลุ่มผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มักทำการตรวจสอบการขนย้ายสินค้าทุกชั้นตอนและมีบรรจุกฎบัตรที่ช่วยป้องกันความเสียหายหรือสูญหายอยู่แล้วดังนั้นโอกาสในการเกิดความเสียหายหรือสูญหายในระหว่างการดำเนินการของผู้ประกอบการขนส่งจึงเป็นไปได้น้อยมาก หรือกรณีที่เกิดความเสียหายมักจะเกิดจากทางผู้ชิ้นส่วนรถยนต์เอง ดังนั้นปัจจัยนี้จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจน้อยเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยนี้ก็ยังคงมีความสำคัญในแง่ที่ว่าหากมีสินค้าเกิดความเสียหายหรือสูญหายไป ก็อาจจะทำให้กระบวนการประกอบรถยนต์ไม่มีความต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเสียหายตามมา ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งเองจะต้องคำนึงถึงปัจจัยนี้ด้วย

ข. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค

ตัวแปรที่พิจารณา	ค่าความยืดหยุ่น
ความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลา (On time) ที่กำหนด	1.752
ความเหมาะสมของราคาค่าขนส่ง	-0.467
ระยะเวลาที่ใช้ในการคืนสินค้าจากวันฝากส่ง	-0.143
การดูแลรักษาสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง	-0.125
ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง – ปลายทาง	-0.018

จากผลการวิเคราะห์ค่ายืดหยุ่นของความพึงพอใจที่ได้ทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ เรียงลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้ คือ

1. ความสามารถในการจัดส่งตรงต่อเวลา (On Time)

ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านการจัดส่งที่ตรงมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นเช่นเดียวกับกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ทั้งนี้การจัดส่งที่ตรงตามกำหนดเวลาจะช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ลูกค้า

2. ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่ง

ด้วยอัตราค่าขนส่งที่เหมาะสมก็ทำให้ต้นทุนต่ำลงไปด้วย ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคค่อนข้างให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เช่นเดียวกับกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนรถยนต์

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการคืนบิล

จากผลสรุปพบว่าผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นอันดับสามถึงแม้ว่าปัจจัยดังกล่าวไม่เกิดความเสียหายต่อบริษัทมากนัก แต่ถ้าผู้ประกอบการขนส่งนำบิลกลับมาช้าจะทำให้การเรียกเก็บเงินจากลูกค้ามีความล่าช้าตามไปด้วย

4. ด้านการดูแลรักษาสินค้าทำให้เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่ง

ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นอันดับที่ 4 ผลเสียจากการเกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่งจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีทั้งต่อผู้จัดส่งและเจ้าของสินค้าเอง อีกทั้งยังเป็นการเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นอีกด้วย

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง-ปลายทาง

เนื่องจากผู้ประกอบการขนส่งมักจะคิดว่าสินค้าอุปโภคบริโภคไม่จำเป็นที่จะต้องเร่งด่วนมาก ดังนั้นระยะเวลาในการจัดส่งจากต้นทางปลายทางจึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการมากเท่าใดนัก แต่การจัดส่งที่ล่าช้าจะทำให้เสียภาพลักษณ์ของบริษัทสินค้าได้เช่นเดียวกัน

5.6 ปัญหาและอุปสรรคในการสำรวจข้อมูล

อุปสรรคของการสำรวจข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่จะเกิดจากการไม่ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างเท่าที่ควร ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ถูกสัมภาษณ์ ทั้งสองกลุ่มมีตำแหน่งหน้าที่ในระดับสูงคือ เป็นผู้จัดการฝ่ายจัดส่ง หรือ ผู้จัดการคลังสินค้า เป็นต้น อีกทั้งยังมีภาระที่ต้องรับผิดชอบค่อนข้างมากจึงมีเวลาในการให้สัมภาษณ์ค่อนข้างน้อยหรือไม่มีเวลาเลย ทำให้การนัดเพื่อขอสัมภาษณ์มีความลำบากเป็นอย่างมาก หรือในบางรายที่ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลทางไปรษณีย์การที่จะได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาค่อนข้างล่าช้า นอกจากนี้

สาเหตุดังกล่าวข้างต้นแล้วการที่ผู้ตอบไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการตอบแบบสอบถามจึงส่งผลให้ไม่ค่อยให้ความร่วมมือเท่าใดนัก

5.7 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการขนส่ง

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ประกอบการขนส่งในอันที่จะทำให้เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการของตนให้ดียิ่งขึ้นและลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด การนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์คือ นำปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งไปใช้เป็นตัวชี้วัดผลงาน (Key Performance Indicator : KPI) เพื่อใช้วัดและประเมินผลงานการให้บริการของตน วิธีการประเมินผลจากตัวชี้วัดผลงานโดยเปรียบเทียบค่าที่ได้กับค่ามาตรฐานหรือความคาดหวังของลูกค้า หากพบว่าค่าตัวชี้วัดดังกล่าวไม่เป็นไปตามที่ต้องการ บริษัทจะต้องทำการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้ได้ค่าตัวชี้วัดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามแนวทางที่ต้องการ

จากอิทธิพลความสำคัญของแต่ละปัจจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการประเมินการให้บริการ โดยอาจจะเลือกประเมินในปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดก่อน โดยการนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการวางทิศทางของนโยบายหรือกลยุทธ์การให้บริการของตนเองต่อไป ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา ดังนั้นหากผู้ประกอบการขนส่งรายใดต้องการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด (Marketing Share) จึงควรให้ความสำคัญกับความตรงต่อเวลาในการส่งสินค้า เพื่อเป็นการสร้างจุดขายของตนเองและเป็นสิ่งจูงใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นต่อไป

การจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานเพื่อประเมินผลงานการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งในส่วนของปัจจัยด้านการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา (On time) อาจจะพิจารณาจากความสม่ำเสมอของการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาของตน หรืออาจจะพิจารณาได้จากจำนวนครั้งของการจัดส่งไม่ตรงเวลา โดยนำข้อมูลการให้บริการของตนในปัจจุบันมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังของลูกค้าหรือความสามารถในการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาของบริษัทคู่แข่ง หรืออาจเปรียบเทียบกับเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ผลการประเมินดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนส่งในอันที่จะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของตนเพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์ที่ได้ตั้งเอาไว้

การจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานเพื่อประเมินผลงานการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งในส่วนของปัจจัยด้านการรักษาสินค้ามิให้เกิดความเสียหายหรือสูญหายในระหว่างการจัดส่ง

พิจารณาจากความบ่อยครั้งของการเกิดความเสียหายหรือสูญหายในระหว่างการจัดส่งสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งในปัจจุบัน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้บริการที่ตั้งไว้ หากความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าเกิดขึ้นบ่อยครั้งเกินกว่าเกณฑ์ที่ได้กำหนดเอาไว้ ผู้ประกอบการขนส่งจะต้องหาวิธีการแก้ไขปรับปรุง เพื่อคงรักษาลูกค้าเดิมขององค์กรไว้

การจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานเพื่อประเมินผลงานการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งใน ส่วนของปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งพิจารณาจากอัตราค่าขนส่งของตนในปัจจุบัน เนื่องจากปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งเองควรที่จะกำหนดอัตราค่าขนส่งให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม อาจเปรียบเทียบกับอัตราค่าขนส่งของตนกับบริษัทคู่แข่งหรือความคาดหวังของลูกค้า

การจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานเพื่อประเมินผลงานการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งใน ส่วนของปัจจัยด้านระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทาง-ปลายทาง พิจารณาจากระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งของตนในปัจจุบัน เทียบกับความคาดหวังของลูกค้าหรือความสอดคล้องกับระยะทางที่จัดส่ง

การจัดทำดัชนีชี้วัดผลงานเพื่อประเมินผลงานการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งใน ส่วนของปัจจัยด้านระยะเวลาที่ใช้ในการคืนบิล พิจารณาจากระยะเวลาที่ผู้ประกอบการขนส่งใช้ในการนำบิลหรือใบเสร็จสินค้ากลับคืนมาให้ลูกค้านับจากวันที่ฝากส่ง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคค่อนข้างให้ความสำคัญเนื่องจากลูกค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมักเป็นร้านค้าปลีกหรือร้านค้าย่อย และการฝากส่งแต่ละครั้งมักจะฝากส่งครั้งละหลายเจ้า ดังนั้นการเรียกเก็บบิลจากลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่ยุ่งยากไม่เหมือนกับในกรณีของกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่จัดส่งชิ้นส่วนให้โรงงานประกอบรถยนต์ซึ่งจะมีความน่าเชื่อถือในทางการเงินมากกว่าร้านค้าปลีก

จากดัชนีชี้วัดดังกล่าวข้างต้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการขนส่งในอันที่จะใช้ประเมินประสิทธิภาพของตน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การประเมินประสิทธิภาพไม่จำเป็นที่จะทำพร้อมกันหลายปัจจัยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมหรือนโยบายของบริษัท จากผลการวิจัยผู้ประกอบการขนส่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือคัดเลือกปัจจัยที่จะมาประเมินผลการดำเนินงานของตน โดยอาจจะเลือกประเมินในปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดก่อน ตามด้วยปัจจัยอื่นๆ

ไม่เพียงแต่กลุ่มปัจจัยสำคัญที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เท่านั้น ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ผู้ประกอบการขนส่งจะต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้การบริการของตนมีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

5.8 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคตควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ได้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกพิจารณาทางเลือกเพียงสองทางเลือก แต่ในสภาพความเป็นจริงนั้นต้องเผชิญกับผู้ประกอบการขนส่งหลายราย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะต้องมีการเพิ่มทางเลือกขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ตัดสินใจในสถานการณ์จริงมากที่สุด
2. การศึกษาในอนาคตอาจจะใช้ปัจจัยที่ได้จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มนี้เป็นแนวทางในการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ รวมทั้งการขยายขอบเขตของพื้นที่ศึกษาต่อไป
3. ปัจจัยที่ได้จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างสองตัวอย่างนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ปัจจุบันและสภาพเศรษฐกิจ ดังนั้นการนำปัจจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ควรคำนึงถึงความแตกต่างที่อาจจะเกิดขึ้นและสมมติฐานในการวิจัย