

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การให้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิส โปรไวเดอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง การให้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโปรไวเดอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

##### 5.1.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคล ร้อยละ 75.55 และเป็นบุคคลทั่วไป ร้อยละ 25.45 ส่วนใหญ่จัดส่งสินค้าประเภทสินค้าอุปโภค บริโภค ร้อยละ 47.27 รองลงมาเป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 อุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 12.73 วัตถุดิบทราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.27 เครื่องใช้ไฟฟ้าคิดเป็นร้อยละ 5.46 และเครื่องจักร คิดเป็นร้อยละ 3.63

ปริมาณการขนส่งแต่ละครั้งในปริมาณตั้งแต่ 501-1,000 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 36.36 ต่ำกว่า 100 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 25.45 ตั้งแต่ 100 - 500 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 21.82 และมากกว่า 1,000 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 16.36

มูลค่าของสินค้าที่จัดส่งในแต่ละครั้งเป็นมูลค่าของสินค้าตั้งแต่ 4,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.82 รองลงมาคือมากกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.18 ตั้งแต่ 3,001-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.91 และต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.09

ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเดือน ตั้งแต่ 5,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.18 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 20,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.73 ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.36 และมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.73

ความถี่ในการจัดส่งสินค้า มีความถี่ไม่แน่นอน ร้อยละ 49.09 รองลงมาคือส่งสินค้าทุกวัน ร้อยละ 36.36 ส่งสินค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 9.09 และส่งสินค้าเดือนละครั้ง ร้อยละ 5.46

จุดหมายปลายทางในการส่งส่วนใหญ่คือส่งในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 65.46 รองลงมาเป็นปริมณฑล ร้อยละ 9.09 ภาคใต้ ร้อยละ 7.27 ภาคกลางและภาคตะวันออก ร้อยละ 5.45 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 3.64 ภาคเหนือ ร้อยละ 1.82 และภาคตะวันตก ร้อยละ 0.90

เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกบริษัทขนส่งสินค้า ด้านความรวดเร็ว ร้อยละ 58.18 รองลงไปเป็น ด้านความปลอดภัย ร้อยละ 21.82 ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ร้อยละ 10.91 การให้บริการของพนักงาน ร้อยละ 7.27 และความตรงต่อเวลาในการขนส่ง ร้อยละ 1.82

ปัญหาที่เคยประสบในการใช้บริการเป็นปัญหาความล่าช้าในการจัดส่ง มากที่สุด ร้อยละ 61.82 สินค้าสูญหาย เสียหาย ร้อยละ 25.45 ความผิดพลาดการขนส่ง ร้อยละ 9.09 และการให้บริการไม่สุภาพของพนักงาน ร้อยละ 3.64

ความต้องการการส่งเสริมการขายด้านการรับประกันการขนส่ง (เวลา ความถูกต้อง) ร้อยละ 88.18 รองลงมาคือ การให้ส่วนลดคิดเป็นร้อยละ 7.27 การให้ของแถม ร้อยละ 4.55

ความต้องการในเรื่องช่องทางการแรงงาน โดยแจ้งทางโทรศัพท์ ร้อยละ 82.73 แจ้งทางอี-เมล ร้อยละ 10.91 แจ้งทาง website ร้อยละ 5.45 แจ้งทางโทรสาร ร้อยละ 0.91

ความต้องการในด้านการให้บริการของบริษัทขนส่งสินค้าในประเทศ ด้านเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่ง ร้อยละ 49.09 รองลงมาคือ ปรับราคาลดลง ร้อยละ 16.36 เพิ่มระบบติดตามงาน ร้อยละ 15.45 ขยายพื้นที่การให้บริการให้ครอบคลุมมากขึ้น ร้อยละ 12.73 เพิ่มช่องทางในการติดต่อแรงงาน และเน้นการบริการให้มีความสุภาพมากขึ้น ร้อยละ 3.63

จากผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติการทดสอบแบบไบนอมิเยล (Binomial Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความรวดเร็วในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ความปลอดภัยของสินค้า และการให้บริการของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าส่วนใหญ่ แต่ความตรงต่อเวลาในการขนส่งไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าส่วนใหญ่

### 5.1.2 ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโปรดิวเซอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโปรดิวเซอร์ในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมากมีอยู่ 7 ด้านคือ ความรวดเร็วในการจัดส่ง ความถูกต้องในการจัดส่ง การให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในประเทศ ความเรียบร้อยของหีบห่อสินค้า การลดใช้ค่าเสียหายกรณีสินค้าสูญหายหรือเสียหาย ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง และระบบความปลอดภัยของการจัดส่ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโปรดิวเซอร์ในเขตกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง 9 ด้าน คือ เทคโนโลยีในการให้ข้อมูลข่าวสาร ความสุภาพของพนักงานจัดส่ง ความสุภาพของพนักงานรับงาน การให้บริการติดตามสถานะของสินค้า (tracking) สภาพรถขนส่งสินค้า ช่องทางการแจ้งรับงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากรณีการจัดส่งติดปัญหา ความพร้อมในการให้บริการ (อุปกรณ์และบุคลากร) และรายการส่งเสริมการขาย

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากข้อมูลขอผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าความต้องการใช้บริการในการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการจะมีอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายมากขึ้นด้วยการลงทุนในระบบขนส่งของผู้ประกอบการจะมีต้นทุนค่อนข้างสูงดังนั้นผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโพรไวเดอร์ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการที่เน้นให้บริการโดยมีเป้าหมายที่การลดต้นทุนของผู้ใช้บริการจากการประหยัดต่อขนาดของการให้บริการขอบเขตของการให้บริการมักจะจำกัดอยู่ในบางกิจกรรม และผู้ประกอบการจำนวนมากจะมีพื้นที่ให้บริการจำกัด ให้บริการขนส่งทางรถเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และในบางภาคของประเทศที่ให้บริการขนส่งด้วยรถบรรทุก รถเทรลเลอร์ กลุ่มนี้จะสามารถขยายให้มีจำนวนมากขึ้นได้ตามความต้องการและควรเน้นคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าโดยรวมจะเป็นไปตามหลักประสิทธิภาพของงานขนส่งคือให้ความสำคัญการบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง ปลอดภัย ค่าใช้จ่ายที่ประหยัด เป็นอันดับแรก การให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ในประเทศ การดูแลความเรียบร้อยของสภาพหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการติดต่อสื่อสาร ประสานงานที่สะดวกรวดเร็ว เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโพรไวเดอร์ด้านการขนส่งจะต้องให้แก่ผู้ให้บริการ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ปัญหาอุปสรรคส่วนใหญ่ที่เกิดจากผู้ให้บริการ ได้แก่ สินค้าส่งไม่ทันตามกำหนด สินค้าที่ส่งเกิดการสูญหาย และสินค้าชำรุด และความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ความรวดเร็วในการขนส่ง ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับบริษัท การให้บริการขนส่งสินค้าทั่วประเทศ และการปรับลดค่าบริการลงจากในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นไปตามหลักทฤษฎีการบริหารงานขนส่งที่จะต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโพรไวเดอร์ จึงควรเร่งขจัดปัญหาอุปสรรค ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่มาจากการบริหารงานในบริษัท ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการของบริษัทเพิ่มขึ้น แนวทางพัฒนาคุณภาพในการให้บริการด้านการให้บริการขนส่งสินค้าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางหลายประเด็น แสดงว่างานในด้านบริการที่ลูกค้าได้รับ ยังไม่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโพรไวเดอร์ ควรพัฒนาในทุกๆด้าน และสาระสำคัญที่ควรพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดด้านการให้บริการ คือกลยุทธ์ด้านการตลาด ธุรกิจให้บริการจะใช้กลยุทธ์ดังนี้ ส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) หรือ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า กลยุทธ์การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้ากลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) ด้วยประสิทธิภาพของการบริการงานขนส่ง คือ “รวดเร็ว ปลอดภัย ถูกต้องแม่นยำ”

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบว่าความรวดเร็วเป็นความต้องการที่ลูกค้าต้องการมากในการขนส่งสินค้า ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐควรให้ความสำคัญและเข้ามาช่วยแก้ปัญหาในเรื่องการติดเวลาของรถบรรทุกสินค้า
  2. ความเพิ่มการติดตั้งระบบ GPS ในรถขนส่งเพื่อความสะดวกในการติดต่อประสานงานระหว่างบริษัท พนักงานส่งสินค้าและลูกค้าที่มาใช้บริการ
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการขนส่งของผู้ประกอบการผู้ประกอบการโลจิสติกส์เซอร์วิสโปรดิวเซอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร 16 ปัจจัย มีระดับปานกลางถึง 9 ปัจจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้
1. ควรมีการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายในกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดเสียหายที่แน่นอน
  2. ควรมีการอบรมพนักงานในด้านการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า เช่น การรับโทรศัพท์ การให้ข้อมูลแก่ลูกค้า มารยาทในการติดต่อกับลูกค้า และความซื่อสัตย์ต่อองค์กร
  3. ควรมีระบบการจัดการด้านเอกสารให้ถูกต้อง ลดความยุ่งยากในขั้นตอนของการเช็คสถานภาพของสินค้า
  4. ควรมีการฝังไมโครชิพในสินค้าที่จัดส่งในรายการที่ราคาสูงมาก
  5. ควรมีความระมัดระวังในการบรรจุหีบห่อสินค้า และการขนถ่ายสินค้า
  6. ควรบริการขนส่งสินค้าให้รวดเร็วได้ทันตามความต้องการของลูกค้าทุกราย
  7. ควรมีกฎระเบียบให้พนักงานปฏิบัติในเรื่องความปลอดภัยของสินค้า และการสูญหายของสินค้า
  8. ควรมีการศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าเพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวางแผน เพื่อการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศ และควรมีการศึกษาถึงการขนส่งระหว่างประเทศ เพื่อการก้าวสู่สากล