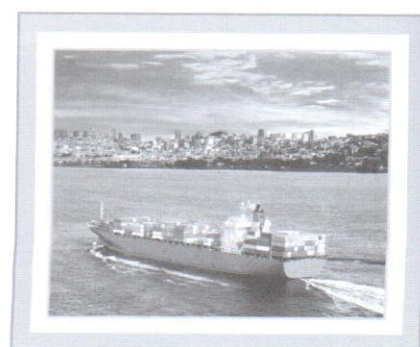
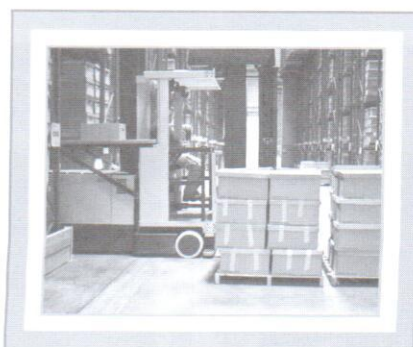




การศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขัน ของบริษัทตัวแทนบริการจัดส่งสินค้าทางเรือ

อรรถชัย วิริยะกิจจามรรักษ์¹

¹บัณฑิตวิทยาลัย สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : P_blueseed@hotmail.com

คำสำคัญ : ตัวแทนรับขนส่งสินค้า, การขนส่ง, โลจิสติกส์

Abstracts

This research aims to explore ways to develop and compare advantages between factor and advantages in sea freight forwarder business. The knowledge gained from the findings can help to prepare Thai forwarder business by fight against the aggressors of the forwarder business is multinational Revealed Comparative Advantage Index (RCA) among three competitive groups of the forwarder business was examined and used as a tool to divide those into two categories--the group whose RCA is greater than 1 exhibited comparative advantages while the group whose RCA is less than 1 illustrate no comparative advantage. The comparison on those three business groups was then categorized into, according to the size of forwarder business, small, medium, and large as well as income index. To this end, the findings gained from the process of questionnaire can be employed as a direction guideline for solutions to improve any influence -as well as suggest Thai forwarder business to build logistics that are integrated into strategic plan in the near future.

This research is aimed to study the way develop and comparative advantage in sea freight forwarder business. This knowledge can help to prepare Thai forwarder business by fight against the aggressors of the forwarder business is multinational

The results of the study showed that calculate Revealed Comparative Advantage Index (RCA) in order to compare the 3 competitive groups of the forwarder business. The group which had $RCA > 1$ or those who had comparative advantage and the group which had $RCA < 1$ or those who had no comparative advantage. The forwarder business of 3 groups were compared and analyzed according to the size of forwarder business, which were small, medium and large categorized by incomes index. This process aimed to compared direction to improve/solve any problem or any effect from the factor by survey research will be covered in this paper The result suggests Thai forwarder business will be develop and then be build logistics integrated into strategic plan in the near future

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นเกี่ยวกับการศึกษาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรต่างๆที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเนื่องจากสภาพปัจจุบันธุรกิจด้านการบริการขนส่งสินค้าเผชิญกับสภาวะการแข่งขันสูง ทั้งด้านราคาและด้านการให้บริการโดยเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการเข้ามาร่วมทุนของบริษัทข้ามชาติ ด้วยเหตุนี้เองทำให้ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าของคนไทย ต้องมีการปรับตัวและการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ทัดเทียมกับกระแสโลจิสติกส์ของโลก เนื่องจากบริษัทของคนไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์แบบครบวงจร และความเข้าใจในธุรกิจของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ Revealed Comparative Advantage Index (RCA) เข้ามาช่วยวัดความได้เปรียบของกิจการตัวแทนการขนส่งสินค้าว่ากลุ่มที่มีค่า $RCA > 1$ คือกลุ่มของบริษัทที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน และกลุ่มที่มีค่า $RCA < 1$ คือกลุ่มที่ไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันแล้วนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับตัวแปรว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

จากผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีความได้เปรียบนั้นมีทัศนคติที่ตรงต่อความต้องการอย่างแท้จริงของลูกค้าในเรื่อง การให้บริการที่เป็นเลิศ การมีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และยังให้ความสำคัญกับพนักงานบริการลูกค้ามากกว่า และไม่ได้มองเรื่องราคาเป็นองค์ประกอบหลักแต่เพียงอย่างเดียวในการเลือกใช้บริการ การวิจัยนี้ทำให้ทราบว่าบริษัทที่ไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันควรปรับนโยบายการตลาดของตน ให้เน้นถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อย่างไรก็ตามยังมีบางส่วนที่สามารถปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น เช่นในส่วนของนโยบายของบริษัทตัวแทนจัดการขนส่งสินค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาขอบเขตของการให้บริการ เป็นต้น

บทนำ

ปัจจุบันผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำกันมาก โดยเฉพาะระหว่างผู้ที่ให้บริการที่เป็นของคนไทย และที่เป็นชาวต่างชาติ โดยในภาพรวมผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จะตกอยู่ในสภาพที่เป็นผู้รับเหมาช่วง หรือ (Sub-contractors) ให้ผู้ประกอบการต่างชาติอีกทีหนึ่ง โดยผู้ประกอบการไทยเกือบทั้งหมด จะอยู่ในกลุ่มด้านการขนส่งสินค้า (Freight Transportation) งานวิจัยนี้มุ่งเน้นเกี่ยวกับการศึกษาการหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจตัวแทนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรต่างๆที่ทำให้ธุรกิจสามารถยังคงอยู่ได้ประสบความสำเร็จเนื่องจากสภาพ ณ.ปัจจุบันธุรกิจด้านการบริการการขนส่งสินค้าประสบเผชิญ กับสภาวะการแข่งขันที่สูงมากทั้งด้านราคา และด้านการให้บริการ โดยเป็นผล เนื่องจากจากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ประเภทนี้มีการจำนวนเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยมีแรงจูงใจจากการที่มีโดยบริษัท

ที่ส่งออกสินค้าไปขาย ยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่ทำการผลิตสินค้า หรือ บริษัทการค้าระหว่างประเทศได้ให้ความสนใจ ที่จะเข้าไปขยายและแข่งขันขายสินค้าในต่างประเทศ เพราะจากการที่ตลาดในหลายประเทศมีขนาดใหญ่มีความต้องการค่อนข้างสูงสินค้าเพิ่มมากขึ้น จึงและตลาดมีขนาดใหญ่ เนื่องจากมีตลาดขนาดใหญ่ก็ทำให้มีจำนวนคู่แข่งในตลาด ที่ค่อนข้างสูงตามมาด้วย เช่นกันจากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าส่งผลให้ในปัจจุบันแผนกจัดซื้อ มักจะมีความสำคัญในบริษัท โดยเฉพาะแผนกจัดซื้อระหว่างระหว่างเร็ว ชื่อซึ่งจะเกี่ยวข้องในเรื่อง ต้นทุนในการขนส่ง ต้นทุนทางด้านเวลาและด้านการให้บริการขนส่งสินค้าที่จะต้องตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทน บริหารจัดการขนส่งต้องมีการพัฒนาการให้บริการได้มีการพัฒนาขึ้นเพิ่มขึ้น กล่าวคือเพิ่มเพิ่มความสามารถในการให้บริการได้กว้างขวางมากขึ้นกว่าเดิมเนื่องจากสภาพการแข่งขัน ของธุรกิจเอง



ทั้งนี้ บริการที่ธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการขนส่งให้บริการ แก่ลูกค้าบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการขนส่ง สามารถให้บริการได้แก่

1) Customer Broker เป็นตัวแทนออกของให้กับ ผู้ส่งสินค้าหรือผู้รับสินค้า

2) Forwarding Business เป็นตัวแทนในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศแต่โดยดำเนินงาน ในฐานะเป็นตัวแทนของผู้ส่งออก หรือ ผู้นำเข้า

3) Transportation Provider เป็นตัวแทนของ สายการบินให้บริการรับขนส่งสินค้าหรือเป็นผู้ขนส่ง สินค้าเองในกรณีที่เส้นทางทะเลและ / หรือเป็นผู้ขนส่ง หรือผู้รับขนส่งทางถนนด้วย

4) Packing รับจัดการบรรจุหีบห่อรวมไปถึง บรรจุภัณฑ์

5) Warehouse ให้บริการด้านโกดังหรือโรงพัก สินค้า หรือ การบริหารจัดการ Warehouse โดยใช้เครื่องมือ และแรงงานของตนเองให้กับผู้ใช้บริการที่มี Warehouse เป็นของตัวเอง แต่ไม่ประสงค์จะดำเนินการบริหารจัดการเอง

6) Stevedoring ให้บริการทางด้านแรงงาน คนงาน เพื่อการบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์

7) Multimodal Transport ให้บริการขนส่งอย่างต่อเนื่องหลายรูปแบบ

8) Logistics Service เป็นผู้ให้บริการบริหาร โลจิสติกส์ ในระบบห่วงโซ่อุปทานครบวงจรและ

9) Business Consultant เป็นผู้ให้คำปรึกษา เชิงธุรกิจแก่ผู้นำเข้าและส่งออก

จากการที่ตลาดการให้บริการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน มีการทางเลือกการให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยทางเจ้าของสินค้าสามารถทำการเลือกช่องทางการให้บริการโดย บริษัทสายการบินเร็ว ที่มีเรือเป็นเจ้าของตนเอง หรือใช้บริการผ่านมายัง บริษัทตัวแทนรับขนส่งสินค้านั้น ดังนั้นการทำให้ที่เจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออกสามารถ ประหยัดต้นทุนในการส่งออกสินค้าลงได้ จากการที่มีวิธีการเลือกการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งทางทะเล ได้อย่างเหมาะสม ก็จะทำให้เกิดการประหยัดของต้นทุน ในการส่งออกสินค้าแล้วและยังได้แนวทางที่จะนำมาแก้ไข ปัญหาพัฒนาในด้านวิธีการส่งออกให้มีประสิทธิภาพ

เพิ่มมากขึ้นได้อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิผลในการแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริง รวมทั้งทำให้บริษัทที่ให้บริการด้านการส่งออกสินค้า จะได้เกิดการพัฒนารูปแบบการดำเนิน ธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นโดยจะในธุรกิจที่มีการแข่งขันการอย่าง รุนแรง เพื่อจะทำให้ทราบข้อดี ข้อด้อยของตนเอง แล้วนำมา ปรับปรุงวางกลยุทธ์การให้บริการแก่ลูกค้า หรือเกิดการพัฒนา รูปแบบการให้บริการที่พัฒนาและสร้างอรรถประโยชน์และ ความแตกต่างให้กับลูกค้า เพื่อดำรงความอยู่รอดของธุรกิจ ของตนที่มีต้องเผชิญการแข่งขันที่ความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ในสถานการณ์ปัจจุบัน

การแข่งขันการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้า ที่ต้องเผชิญการแข่งขันที่นับวันเข้มข้น รุนแรง ทั้งจากจำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันด้านราคา รวมทั้งการให้บริการที่เพิ่มมูลค่า ให้กับผู้ใช้บริการได้น้อย จึงเป็นเรื่องน่าสนใจไม่น้อยว่า ผู้ให้บริการคนไทย มีกลยุทธ์เจาะหาช่องว่างการแข่งขัน ท่ามกลางการแข่งขันรุนแรงและมีวิธีหดยึดยืนบนเวทีธุรกิจ นี้ได้อย่างไร ที่จะยังคงสามารถทำให้ธุรกิจมีกำไรได้

เพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะอยู่ในด้านบริการขนส่งสินค้า ซึ่งบริการเหล่านี้เป็นบริการที่สร้างมูลค่าน้อย และมีการแข่งขันด้านราคาสูง ส่วนในกลุ่มที่จำเป็นต้องใช้ องค์ความรู้ ความชำนาญมากอย่างเช่นกลุ่มที่ปรึกษาและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider) มีจำนวนน้อย หากพิจารณาถึงการแบ่งประเภทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าบริษัทส่วนใหญ่ จะมีขนาดเล็ก คือ มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท (คิดเป็นกว่าร้อยละ 60 ของบริษัททั้งหมด (ที่มา: จากข้อมูล ปฐมภูมิ) และบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทของไทย อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านการแข่งขันซึ่งเกิดจากเครือข่าย บริษัทต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีการทำสัญญาในลักษณะ Partnership กับบรรษัทข้ามชาติ(Multi-National Corporation : MNC) ดังนั้นเมื่อ MNC เหล่านี้เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย ก็จะใช้บริษัทผู้ให้บริการที่เป็นพันธมิตร กับตนดังนั้นบริษัทของไทยจึงไม่สามารถเจาะตลาดได้แข่งขัน สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ นอกจากนี้บริษัทต่างชาติยังมีความ ได้เปรียบด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ที่ครบวงจร

มีเงินทุนมหาศาลและเครือข่ายที่เข้มแข็ง จนกลายเป็นผู้มีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของทั้งหมด แต่ปัจจัยหลักประเด็นสำคัญอยู่ตรงที่ทำให้ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไม่สามารถแข่งขันได้กล่าวคือในประเทศไทยยังขาดความสามารถในการที่จะให้บริการที่หลากหลาย ซึ่งเกิดจากปัจจัยด้านองค์ความรู้ และผู้ให้บริการคนไทยยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ ซึ่งโดยอาจเกิดจากการขาดหลักสูตรการฝึกอบรมด้านโลจิสติกส์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงรวมทั้งอาจมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

โลกแคบลงผู้ให้บริการคนไทยไม่ได้ทำธุรกิจแข่งขันแค่รอบผู้ให้บริการในประเทศ แต่ยังต้องชิงกับผู้ให้บริการข้ามชาติรายใหญ่ที่ต่างเข้ามาชิงส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งในรูปแบบร่วมทุนกับบริษัทคนไทย และแตกสาขาจากบริษัทที่มีชื่อเสียงครอบคลุมทั่วโลก โดยกำความได้เปรียบด้านการจัดการระบบ โลจิสติกส์ที่ครบวงจร เงินทุนมหาศาล และเครือข่ายที่เข้มแข็ง จนกลายเป็นผู้กุมส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 60% ดังนั้นธุรกิจไม่ได้แข่งขันแค่ในประเทศ ต้องแข่งขันกับต่างชาติด้วย อุปสรรค คือต่างชาติที่เข้ามาเหมือนทั่วโลกเขาใช้หนึ่งบริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว และระบบโลจิสติกส์ครบวงจรทำให้หลายบริษัทในประเทศเสียเปรียบเรื่องนี้ เนื่องจากบริษัทต่างๆ ไม่ได้ใหญ่โตจนถึงขนาดครอบคลุมทั่วโลกและส่วนมากประเทศไทยส่งออกเป็น FOB ต่างประเทศก็ต้องจัดสรรการขนส่ง เพราะฉะนั้นเมื่อต่างชาติเข้ามาลงทุนจะพยายาม

เข้ากลุ่มลูกค้าที่เป็น FOB ได้ทั้งหมด ต้องพยายามหาลูกค้า CIF และต้องพยายามมีพาร์ตเนอร์เป็นเอเยนต์ต่างประเทศให้ช่วยหาลูกค้าเพื่อการค้าแบบ FOB สำหรับทั้งนี้จากการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของแต่ละบริษัทในเบื้องต้นพบว่าหลายบริษัทได้เน้นการให้บริการที่ครบวงจรครอบคลุมทุก ความต้องการของลูกค้า ต้องให้ธุรกิจพยายามมองว่า ณ ปัจจุบันธุรกิจการค้าในปัจจุบันเป็นโลกไร้พรมแดน ผู้ให้บริการบริหารจัดการสินค้าระหว่างประเทศต้องสามารถรองรับการให้บริการได้ครอบคลุมทั่วโลก และหัวใจสำคัญอันดับแรกของธุรกิจ ตัวแทนบริหารจัดการขนส่ง คือ ต้องมีศักยภาพการให้บริการที่ครบวงจรในรูปแบบ One Stop Service Provider และรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ที่ผู้ให้บริการอาจไม่ได้มีเพียงการให้บริการที่ครบวงจรเพียงอย่างเดียว อาจมีกลยุทธ์ทางธุรกิจอื่นๆ ที่ผู้ให้บริการต้องการที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การศึกษาถึงกลยุทธ์ของธุรกิจประเภทนี้จึงถือได้ว่าความสำคัญจุดนี้จึงได้ธุรกิจให้ครอบคลุมเพื่อให้บริการที่ครบวงจร ข้อมูลเหล่านี้ถ้าได้ศึกษาในรายละเอียดแล้วจะ จะก่อให้เกิดมีประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการขนส่งในการวางแผนการพิจารณากลยุทธ์ข้อได้เปรียบข้อเสียเปรียบของบริษัท เพื่อปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และให้มีศักยภาพในการแข่งขัน กับบริษัทตัวแทนบริหารจัดการขนส่งขนาดใหญ่ที่มีการให้บริการที่ครบวงจรได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าทางเรือ จำนวน 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนจัดการการส่งออก

ในการศึกษาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ โดยจะพิจารณาจากความสามารถในการสร้างรายได้ของบริษัทตัวแทนจัดการการขนส่ง ด้วยการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA)

2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการให้บริการด้านต่างๆ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ด้านต้นทุน (Cost) ด้านบริการ (Services) ด้านความร่วมมือระหว่างลูกค้า (Collaborations)



วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มตัวแทนบริหารจัดการส่งออก การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจและแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างความอยู่รอดของธุรกิจที่มีการแข่งขันที่รุนแรง โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ได้ดังนี้

1. การดำเนินการวิจัย

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาลำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ปลายเปิดและแบบสอบถามนี้ได้พัฒนาจากทฤษฎี และแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ปัจจัยของของธุรกิจ แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจการตรวจสอบความเข้าใจ ความถูกต้องและความวางใจได้ของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นได้นำผลตอบกลับ และข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมาปรับปรุงแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออก

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลและจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ หรือเอกสาร หรือสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ หรือรายงานการ วิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics) ทั้งหมดจำนวน 14 บริษัท และกลุ่มตัวแทนบริษัทจำนวน 1 บริษัท
- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC) ทั้งหมดจำนวน 17 บริษัท และกลุ่มตัวแทนบริษัทจำนวน 1 บริษัท
- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกจำนวน 210 บริษัท จากกลุ่มสมาชิกของสภาตัวแทนขนส่ง

สินค้าทางเรือ TIFFA (Thai International Freight Forwarders Association) และกลุ่มตัวแทนบริษัทจำนวน 1 บริษัท

- กลุ่มบริษัทที่ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มโดยใช้กลุ่มละ 100 ตัวอย่างรวม 300 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- บริษัทที่ใช้บริการทั้งสามกลุ่มกลุ่มละ 100 ตัวอย่าง
- บริษัทที่ให้บริการ โดยเป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มทั้งสามกลุ่ม กลุ่มละ 10 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายเปิด สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการผ่านทางบริษัทตัวแทน นายหน้าและบริษัทที่ให้บริการ ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท กับตัวแทนส่งออกสินค้าและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดังนี้

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการหาค่าทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ โปรแกรมสำเร็จ รูปทางสถิติหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของสินค้า หรือบริการบริษัทหนึ่ง เมื่อเทียบกับบริษัทอื่นๆ เรามักจะใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ในการวัดความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏสำหรับสินค้าหรือบริการนั้น โดยหลักการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบคือ การวิเคราะห์ต้นทุนนั้นมีความยากลำบากในทางปฏิบัติ เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ และมีการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตต้องเป็นการสำรวจ (Survey) ดังนั้นเป็นการยากที่จะนำต้นทุนมาใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบ จึงมีวิธีการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed

Comparative Advantage Index : RCA) ถูกสร้างโดย Balassa (1965) : ซึ่งมีความคิดที่จะนำมูลค่าของสินค้ามาใช้วิเคราะห์แทนต้นทุนเพราะมูลค่าสินค้าประกอบไปด้วยส่วนของต้นทุนและกำไร ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบเทียบกับวิธี RACA สามารถใช้มูลค่าสินค้าเป็นตัวแทนได้อย่างดีในการวิเคราะห์ และมูลค่าของสินค้าสำหรับทุกประเทศได้มีการรวบรวมและจัดบันทึกไว้ทำให้สะดวกต่อการนำข้อมูลสถิตินั้นมาวิเคราะห์

ดังนั้น ดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) คือ ค่าที่แสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของบริษัทหนึ่ง รายได้การผลิตสินค้าหรือบริการโดยการเปรียบเทียบกับรายได้การให้บริการจากชนิดเดียวกันจากบริษัทที่ทำการเปรียบเทียบ โดยการวิเคราะห์นั้นจะทำการวิเคราะห์ถึงเรื่องกำไรขาดทุนในงบดุลของแต่ละบริษัทที่ทำการเปรียบเทียบกัน ส่วนข้อมูลทางด้านอื่นจะเป็นการสำรวจ (Survey) โดยแสดงได้ ดังนี้

$$RCA_i = \frac{\left(\frac{x_{ji}}{\sum x_i} \right)}{\left(\frac{x_w}{\sum x_w} \right)}$$

โดยที่ x_{ji} = มูลค่าการส่งออกสินค้า j โดยประเทศ i

$\sum x_i$ = มูลค่าการส่งออกของสินค้าทั้งหมดของประเทศ i

w_j = มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของโลก

$\sum w_j$ = มูลค่าการส่งออกของสินค้าทั้งหมดของโลก

โดยวิธีการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบในการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน คือ นำความสามารถที่มีอยู่ของอุตสาหกรรมที่ต้องการศึกษา ไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรมเดียวกันของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง โดยผลที่ได้จากการคำนวณ มีความหมายต่างๆ ดังนี้

$RCA > 1$ แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า ;

$RCA < 1$ แสดงว่าประเทศนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า ;

แต่ทั้งนี้ การใช้ดัชนี RCA มาเป็นตัววิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่บางประการ กล่าวคือ ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณหาค่า RCA นั้นจะนำมาเฉพาะแค่เพียงข้อมูลการส่งออกหรือนำเข้าซึ่งมิได้แสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการผลิตสินค้า ชนิดนั้น

ทางผู้วิจัยได้ประยุกต์ ยุทธศาสตร์นี้ เพื่อช่วยวิเคราะห์หาความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบโดยปรากฏ เพื่อวิเคราะห์ในกลุ่มธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีกลุ่มตัวแทนไหน หรือกลุ่มบริษัทไหนที่มีความได้เปรียบตามสูตรดังต่อไปนี้

$$RCA_i = \frac{\left(\frac{x_i}{\sum x_i} \right)}{\left(\frac{x_w}{\sum x_w} \right)}$$

โดยที่ x_i = กำไรของการให้บริการของบริษัท (Sub Agent Provider Logistics, Shipper Own Container, Local Forwarding Business)

$\sum x_i$ = ผลรวมรายได้รวมของบริษัท บริษัท (Sub Agent Provider Logistics, Shipper Own Container, Local Forwarding Business)

x_w = มูลค่ารวมด้านกำไรของกลุ่ม Forwarding Business

$\sum x_w$ = ผลรวมมูลค่ารวมด้านรายได้ ของกลุ่ม Forwarding Business

ซึ่งค่า RCA ที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าอีกค่าของอีกบริษัทหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของ RCA ได้คือ

ถ้า $RAC > 1$ แสดงว่าบริษัทนั้นมีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบในบริการ

$RCA < 1$ แสดงว่าบริษัทนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบในบริการ

4.2 ทำการวัดต้นทุน การวัดค่าอำนาจของการให้บริการ ค่าความร่วมมือระหว่างลูกค้า โดยการใช้แบบสอบถามกับบริษัทส่งออกสินค้าทางเรือ ที่ใช้บริการกลุ่มผู้ให้บริการทั้ง 3 ประเภทคือ กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics), กลุ่มที่เป็น บริษัทที่ใช้บริการให้เช่าตู้สินค้า

(Shipper Own Container : SOC) และกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนรับ จัดการการส่งออก โดยต้องการวัดสิ่งที่สนใจศึกษาใช้ช่วงวัดตั้งแต่ 1 ถึง 10 และรวบรวมคำตอบทั้งหมดเพื่อนำค่าที่ได้มาวัดความสัมพันธ์กับค่า RCA ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร

ผลสรุปผลการวิจัย

จากรายงานผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัททั้ง 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC)
- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนรับจัดการการส่งออก การเก็บข้อมูลด้านรายได้ของบริษัทโดยอ้างอิงข้อมูลจากกรมการค้าภายใน ประเทศ ของธุรกิจตัวแทนรับส่งออกสินค้าทางเรือได้ข้อมูลดังนี้
- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics) รายได้โดยเฉลี่ยทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจตัวแทนผู้รับขนส่งสินค้าทางเรือมากถึง 59% นับว่าได้ส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างสูงมาก อาจจะสืบเนื่องมาจาก การจัดตั้งบริษัทประเภทนี้ต้องมีการลงทุนสูง และส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของบริษัทที่เป็นบริษัทเจ้าของเรือที่ต้องการเข้ามาชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มเติมจากบริการด้านอื่นๆ ของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นบริษัทข้ามชาติจึงทำให้มีปริมาณเงินทุนจำนวนมากและมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำธุรกิจประเภทนี้ จากการวิจัยพบว่า บริษัทเหล่านี้จะเป็นบริษัทที่มีขนาดตั้งแต่ขนาดกลาง จนถึงขนาดใหญ่เท่านั้น (อ้างอิงขนาดจากการพาณิชย์ กระทรวงเศรษฐกิจ กระทรวงพาณิชย์) และมีความชำนาญด้านเครือข่ายและกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมกัน โดยลักษณะของธุรกิจประเภทนี้ จะสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ค่าระวางการเก็บรักษา การให้บริการที่เป็น

ลักษณะของโลจิสติกส์แบบบูรณาการและยากต่อการที่บริษัทตัวแทนอื่นๆ จะเข้ามาแข่งขันได้ เนื่องจากส่วนใหญ่จะมีการทำสัญญาเป็นรายไตรมาส มาส หรือรายปี ทำให้กิจการมีรายได้ที่ค่อนข้างแน่นอน และไม่มีการแกว่งของกำไรมากนัก

• กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC) รายได้โดยเฉลี่ยทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจตัวแทนผู้รับขนส่งสินค้าทางเรืออยู่ที่ 39 % ธุรกิจด้านนี้เป็นประเภทที่สองของด้านส่วนแบ่งทางการตลาดและด้านรายได้ของประเภทธุรกิจตัวแทนผู้รับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ลักษณะของบริษัทมีตั้งแต่ขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ ต้องการการลงทุนทั้งในด้านการซื้อพื้นที่ระวางเรือจากบริษัทเจ้าของเรือขนส่งสินค้า และต้องลงทุนเรื่องตู้ขนส่งสินค้าหรือคอนเทนเนอร์ แต่ก็ก็เป็นผลดีทำให้ได้ค่าระวางเรือค่อนข้างถูก และสามารถกำหนดราคาได้เองตามสภาพของการแข่งขันทางการตลาด โดยข้อได้เปรียบทางด้านค่าระวางทำให้น่ารายได้เข้าสู่บริษัทเป็นจำนวนมาก

• กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนรับจัดการการส่งออก จากกลุ่มสมาชิกของสมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือ TIFFA (Thai International Freight Forwarders Association) รายได้โดยเฉลี่ยทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจตัวแทนผู้รับขนส่งสินค้าทางเรือเพียงแค่ 11% เท่านั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินการโดยคนไทย ประเภทกิจการส่วนใหญ่จะเป็นกิจการที่มีขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ค่อนข้างน้อย ในกรณีที่บริษัทมีขนาดเล็กจะยังขาดทักษะการบริหารงาน

และยังหากกลุ่มผู้ใช้บริการที่มุ่งเน้นทางด้านราคาเป็นหลัก และใช้กลยุทธ์ยุทธ์ทางด้านราคาเข้ามาช่วงชิงกลุ่มของ ลูกค้าทำให้สูญเสียกำไรบางส่วนไปหรือการบริหารทางด้าน กำไรจะน้อยมาก ส่วนบริษัทประเภทขนาดกลางจะเริ่ม มีการใช้เครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ และมีการใช้ ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาระบบ การจัดการ แต่ข้อจำกัดของกลุ่มนี้ คือ ยังขาดแหล่งเงินทุนเพื่อทำการ เพิ่มพัฒนา หรือการขยายกิจการให้ครอบคลุม มากกว่านี้ ส่วนกลุ่มบริษัทที่มีขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่จะมีเครือข่ายมี บริษัทพันธมิตรในต่างประเทศและมีอำนาจในการเจรจาต่อรองกับเจ้าของเรือ ทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างดี

เมื่อทำการสรุปผลจากการวิเคราะห์ค่าได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ของบริษัทที่ให้บริการสามารถ แปลความหมายได้ดังนี้

ถ้า $RCA > 1$ แสดงว่าบริษัทนั้นมีความได้เปรียบ โดยการเปรียบเทียบในบริการ

$RCA < 1$ แสดงว่าบริษัทนั้นไม่มีความได้เปรียบ โดยการเปรียบเทียบในบริการ พบว่า

- กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือ คอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics) ส่วนใหญ่ ที่มีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบนั้นจะมีค่า $RCA > 1$ นั้นหมายความว่า บริษัทนั้นมีความได้เปรียบโดยการ เปรียบเทียบในบริการ และจะพบบริษัทที่มีขนาดใหญ่ ส่วนบริษัทขนาดกลางนั้นยังมีบางบริษัทที่มีค่า $RCA < 1$ แสดงว่าบริษัทนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบ ในบริการ เนื่องจากในบางครั้งทางบริษัทในเครือของบริษัท กลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ ไม่ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการกลุ่ม ผู้ใช้บริการรายใหม่ๆ แต่จะจัดตั้งเพื่อรองรับการให้บริการ กับกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว และกลุ่มลูกค้า ที่ต่อเนื่องมาจากการใช้บริการข้ามประเทศจากบริษัท เครือข่ายในต่างประเทศเท่านั้น

- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC) จากการศึกษาค่า RCA ที่พบการกลุ่มประชากรนั้นมีประมาณมากกว่า 50% ที่มีค่า $RACAC > 1$ แต่ยั้งถือว่ามีความได้เปรียบอยู่เพราะค่าที่ได้ ยังอยู่ในระหว่างค่า RCA ที่ไม่ต่ำมากนัก อยู่ระหว่างที่

0.69 – 0.90 ซึ่งตามทฤษฎีซึ่งต้องมีค่า $RACA > 1$ ถึงจะ แสดงว่าบริษัทนั้นมีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบ ในบริการค่า RCA ในครั้งนี้แล้วยังอาจจะขาดความได้เปรียบ แต่เมื่อมองถึงรายได้ที่รับเข้ามาในบริษัทก็ยังคงค่อนข้างสูง

- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออก จากการศึกษาค่า RCA ที่พบการกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ นั้นจะมีค่า $RCA < 1$ นั้นแสดงว่าบริษัทนั้นไม่มีความได้ เปรียบโดยการเปรียบเทียบในบริการและมีค่า RCA ที่ได้ ค่อนข้างต่ำ ซึ่งมีค่าต่ำที่สุดอยู่ในกลุ่มของบริษัทตัวแทน รับจัดการการส่งออกที่มีขนาดเล็ก อาจจะเนื่องมาจากความ เชื่อมั่นของลูกค้า หรือแม้แต่อำนาจฐานลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งอาจไม่มีจำนวนมากนักรวมถึงด้านเงินทุนเนื่องจากธุรกิจ ประเภทนี้ต้องมีการให้เครดิตที่ระยะยาว ซึ่งโดยส่วนมาก จะอยู่ในช่วงระยะเวลาประมาณ 1 เดือนทำให้เงินทุน หมุนเวียนอาจจะไม่พอทำให้จึงค่อนข้างจำกัดในการที่จะ ขยายฐานกลุ่มลูกค้า

- ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวโดย การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรเชิงปริมาณกับตัวแปรเชิงกลุ่ม โดยที่ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ที่สนใจเปรียบเทียบ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความ แปรปรวนคือ การศึกษาว่าตัวแปรตามขึ้นกับตัวแปรอิสระ หรือไม่ โดยให้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

$$H_1 : \text{มี } \mu_i \neq \mu_j \quad \text{อย่างน้อย 1 คู่}$$

โดยที่ μ_i = ค่าตัวแปรดังต่อไปนี้

X_1 = คือตัวแปรค่าระวางเรือ (Freight Charges)

X_2 = คือตัวแปรค่าเรียกเก็บพิเศษ (Surcharge)

X_3 = คือตัวแปรค่าลากตู้สินค้า

X_4 = คือตัวแปรการให้บริการด้านการเก็บรักษาสินค้า

X_5 = คือตัวแปรความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา

X_6 = คือตัวแปรการโฆษณาทางการตลาด

X_7 = คือตัวแปรชื่อเสียง

X_8 = คือตัวแปรการใช้เทคโนโลยี เช่น Web Service



X_0 = คือตัวแปรความรู้ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์

X_{10} = คือตัวแปรการมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าเช่น ตู้เปิดฝาด้านบน, ตู้สำหรับบรรจุสินค้าอันตราย

X_{11} = คือตัวแปรการให้บริการหลังการขาย เช่น การให้ข้อมูลสินค้า ปลายทาง

X_{12} = คือตัวแปรความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

X_{13} = คือตัวแปรความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร

X_{14} = คือตัวแปรการจัดตารางเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา

จากนั้นจะทำการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรกับข้อสมมติฐานใช้โปรแกรมทางสถิติ SPSS ในการคำนวณค่าสถิติ F – TEST ในตาราง ANOVA และแปลผลจาก Output ของการวิเคราะห์ โดยสมมติฐาน

ของการข้อมูลความสัมพันธ์ของตัวแปรสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสมมติฐาน ดังนี้

ถ้าค่า $P - Value \leq 0.05$ ให้ปฏิเสธ H_0

$P - Value > 0.05$ ให้ยอมรับ H_0

จากนั้นทำการทดสอบความสัมพันธ์หรือทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคือ

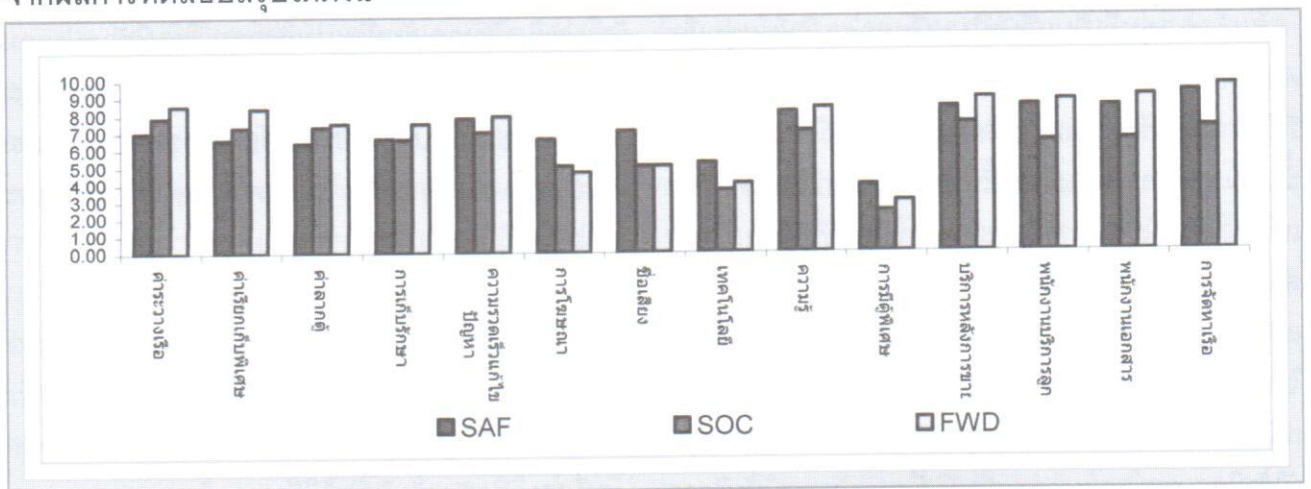
$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2$$

$$H_0: \text{มี } \sigma_i^2 \neq \sigma_j^2 \text{ อย่างน้อยหนึ่งคู่ : } i \neq j$$

• ถ้าผลการทดสอบยอมรับ H_0 หรือสรุปว่า H_0 จริง นั่นคือ ค่าแปรปรวนไม่ต่างกัน ในขั้นที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบ F – Test ในตาราง ANOVA

• ถ้าผลการทดสอบสรุปว่า H_1 จริง นั่นคือค่าความแปรปรวนต่างกันจะใช้สถิติทดสอบ การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) หรือการทดสอบความต่างของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่

จากผลการทดสอบสรุปได้ดังนี้



ภาพแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้บริการในมุมมองของผู้ใช้บริการ
ที่มา : จากข้อมูลปฐมภูมิ

กลุ่มที่บริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์

• กลุ่มบริษัทที่ให้บริการ (Shipper) พบว่าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดหาเรือ ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า การให้บริการหลังการขาย ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร ความรู้ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ เนื่องจาก

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการใช้โลจิสติกส์แบบบูรณาการ และมองว่าเรื่องราคาเป็นเพียงปัจจัยที่ส่งเสริมกันเท่านั้น ถึงแม้ว่าส่วนหนึ่งด้านราคาก็เป็นองค์ประกอบ แต่ก็ต้องการผู้ให้บริการเพิ่มความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน และมีกำหนดตารางเรือให้มีความหลากหลายให้มีความสะดวกต่อการให้บริการเพราะตาราง

วันเรือออก ยังมีข้อจำกัดบางส่วน แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าลากตู้สินค้าเทคโนโลยี การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าคอนเทนเนอร์น้อย เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการบางกลุ่มมองเรื่องปัจจัยค่าลากสินค้ากลุ่มผู้ใช้บริการบางกลุ่มก็มีการลงทุนมีหัวลากเป็นของตัวเองจึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้ และการใช้เทคโนโลยียังมีข้อจำกัดในการให้บริการอยู่และยังไม่มีความสะดวกสบายมากนัก

กลุ่มบริษัทที่มีการให้เช่าตู้สินค้า

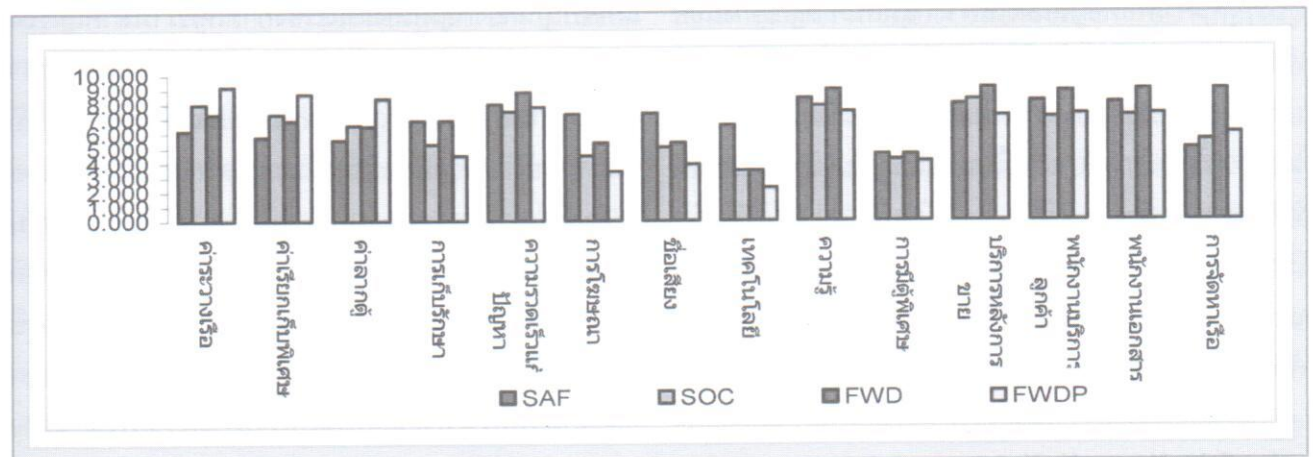
(Shipper Own Container : SOC)

• กลุ่มบริษัทที่ใช้บริการ (Shipper) พบว่าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าระวางเรือ การให้บริการหลังการขาย ค่าลากตู้สินค้า ค่าเรียกเก็บพิเศษ (Surcharge) การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา จากแบบสอบถามสรุปได้โดย ผู้ใช้บริการของกลุ่มนี้ได้มองว่าปัจจัยหลักที่ใช้เนื่องจากราคาค่าระวางมีราคาถูก และสินค้าของตนเองเป็นสินค้าที่ส่งเป็นประจำอยู่แล้วไม่ค่อยจะเกิดปัญหาอะไรเกิดขึ้น จึงเน้นทางด้านต้นทุนเป็นหลักเพื่อลดต้นทุนของสินค้า แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร การมีตู้บรรจุสินค้า เพื่อตอบสนองเฉพาะ

กลุ่มสินค้าคอนเทนเนอร์น้อย เนื่องจากราคาค่าบริการที่ไม่สูง อาจจะทำให้ระดับของการให้บริการลดลงไป

กลุ่มบริษัทตัวแทนจัดการการส่งออก

• กลุ่มบริษัทที่ใช้บริการ (Shipper) จากการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา การให้บริการหลังการขาย ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร ค่าระวางเรือ ผู้ใช้บริการได้เลือกใช้เนื่องจาก มีความสะดวก เรื่องการติดต่อกับด้านแผนกต่างๆ มีความคล่องตัวและราคาค่าระวางไม่มีราคาที่สูงมากเกินไปพร้อมกับการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีเรื่องเงื่อนไขที่พิเศษให้แก่ลูกค้า ถือว่าปัจจัยข้อนี้เป็นจุดเด่น และกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนจัดการการส่งออกจะสามารถหาเรือที่มีความเหมาะสมกับเวลาที่ลูกค้าต้องการได้มากกว่ากลุ่มธุรกิจทั้งสองกลุ่ม และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาทางการตลาด การใช้เทคโนโลยี การมีตู้บรรจุสินค้า เพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าคอนเทนเนอร์น้อย เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการได้มองว่าปัจจัยเหล่านี้ไม่มีความจำเป็นต่อการใช้บริการ ณ ปัจจุบันจึงไม่ได้ให้ความสำคัญมากเท่าไร



ภาพแสดงการเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้บริการในมุมมองของผู้ให้บริการ
ที่มา : จากข้อมูลปฐมภูมิ

กลุ่มบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์

สอบถามจากกลุ่มผู้ใช้บริการ (Provider) พบว่าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร ค่าระวางเรือ การให้บริการหลังการขาย

เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการยังมองว่าอย่างไรก็ตามปัจจัยด้านค่าระวางเรือยังเป็นเหตุผลหลักของการเลือกใช้ แต่ต้องมาพร้อมกับการให้บริการที่เป็นเลิศต่อผู้ใช้บริการ แต่มองความสำคัญกับปัจจัยเทคโนโลยี การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะ



กลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เนื่องจากการจัดเรือให้มีความเหมาะสมนั้นถือว่าเป็นจุดอ่อนของกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ เพราะส่วนใหญ่จะใช้บริการขนส่งสินค้ากับสายเรือหลักที่อยู่ในบริษัทเดียวกัน และตารางเรือมีความยืดหยุ่นน้อย เมื่อทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกโดยตรง

กลุ่มบริษัทที่มีการให้เช่าตู้สินค้า

(Shipper Own Container : SOC)

สอบถามจากกลุ่มผู้ให้บริการ (Provider) พบว่า ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร ค่าระวางเรือ การให้บริการหลังการขายค่อนข้างมาก เพราะกลุ่มผู้ให้บริการมองว่า ถึงแม้ราคาค่าบริการขนส่งสินค้าของตนเองจะมีราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ก็พยายามเพิ่มระดับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการให้เกิดความเชื่อมั่นในบริการ และเกิดความประทับใจ เมื่อในกรณีที่ช่วงไหนที่กิจการไม่สามารถทำราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาด จะยังจะทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการยังคงใช้บริการอย่างต่อเนื่องแต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการใช้เทคโนโลยี การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เนื่องจากสาเหตุเดียวกับกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ เรือตารางการเดินเรือที่มีจำกัด ไม่มีความหลากหลายเหมือนกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออก ซึ่งสามารถไปใช้บริการจากบริษัทเดินเรือขนส่งสินค้ารายใดก็ได้ ตามความต้องการเรื่องการจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลาให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

กลุ่มบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออก

สอบถามจากกลุ่มผู้ให้บริการ (Provider) พบว่า ได้กลุ่มตัวแทนธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการส่งออกที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (กลุ่มที่มีค่า RCA > 1) ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการหลังการขาย ด้านความร่วมมือระหว่างพนักงานเอกสาร ด้านความรู้ในการแก้ไขปัญหา

ด้านตารางเรือขนส่งสินค้า และด้านความร่วมมือของพนักงานด้านบริการลูกค้าซึ่งตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ และได้พยายามหาทางออกเรื่องการตัดราคาของค่าขนส่ง พยายามขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ และกลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้าที่พยายามแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของกันและกัน ทำให้กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกพยายามหาทางรอด รวมถึงการหาพันธมิตรทางการค้า หรือแม้แต่การรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งที่มีปัจจัยด้านเงินทุนที่มากกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาทางการตลาดการใช้เทคโนโลยี การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย โดยกลุ่มนี้จะมีมุมมองการให้บริการคล้ายๆ กันกับกลุ่มบริษัทในเครือของบริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์และกลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีการให้เช่าตู้สินค้า

เมื่อสอบถามกลุ่มผู้ให้บริการ (Provider) กลุ่มตัวแทนธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการส่งออกที่ไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (กลุ่มที่มีค่า RCA < 1) ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าระวางเรือ ค่าเรียกเก็บพิเศษ ค่าลากตู้สินค้า ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา และความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาซึ่งกลุ่มนี้ยังมองเรื่องการให้ความสำคัญเรื่องของต้นทุนเป็นหลัก และให้ความสำคัญด้านการเก็บรักษา การมีตู้พิเศษ ชื่อเสียง การโฆษณา และด้านเทคโนโลยี เนื่องจากยังขาดทักษะความชำนาญและการสร้างเครือข่ายระดับโลกทำให้ขาดความคล่องตัวในการให้บริการแบบ Logistics Solution และการจัดการด้านเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ ขาดบุคลากรที่จะเข้ามาพัฒนาเทคโนโลยี แต่อีกแง่หนึ่งนั้นได้มองว่าเป็นต้นทุนที่สูง และมีความยุ่งยากของลูกค้าในการที่จะเลือกใช้ใช้บริการทางด้านนี้ไม่ต้องการพัฒนาเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบบูรณาการ เพราะเห็นว่าการให้บริการในปัจจุบันนั้นก็มีความเพียงพออยู่แล้ว

ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) จากการศึกษาค่าตัวแปรจากการแปลผลของแบบสอบถามได้ผลสรุปดังนี้

กลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ (Sub Agent Provider Logistics) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดหาเรือ ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า, การให้บริการหลังการขาย, ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร, ความรู้ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะที่ใช้บริการอยู่จะให้ความสำคัญกับการใช้โลจิสติกส์แบบบูรณาการ ส่วนเรื่องราคาเป็นเพียงปัจจัยที่ส่งเสริมกันเท่านั้นถึงแม้ว่าการแข่งขันเรื่องราคามีความรุนแรงมากในสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องหาทางสร้างความแตกต่างโดยการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างการบริการที่เป็นเลิศ แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าลากตู้สินค้า, เทคโนโลยี, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้า ค่อนข้างน้อยเพราะกลุ่มผู้ใช้บริการบางกลุ่มมองว่าเช่นเรื่องปัจจัยค่าลากสินค้ากลุ่มผู้ใช้บริการบางกลุ่มก็มีการลงทุนมีหลากหลายเป็นของตัวเอง เลยคิดว่าไม่มีความจำเป็นต้องใช้และการใช้เทคโนโลยียังมีข้อจำกัดในการให้บริการอยู่และยังไม่มีความสะดวกตัวมากนัก และเมื่อมีการถ่วงน้ำหนักจากตัวแทนโดยตัวแทนผู้เชี่ยวชาญกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า, ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร, ค่าระวางเรือ, การให้บริการหลังการขาย เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการยังมองว่าอย่างไรค่าระวางเรือยังเป็นเหตุผลหลักของการเลือกใช้ แต่ต้องมาพร้อมกับการให้บริการที่เป็นเลิศต่อผู้ใช้บริการ แต่มองความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี, การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อยเนื่องจาก การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมนั้นถือว่าเป็นจุดอ่อนของกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ เพราะส่วนใหญ่จะใช้บริการขนส่งสินค้ากับสายเรือหลักที่อยู่ในบริษัทเดียวกันและตารางเรือมีความยืดหยุ่นน้อยเมื่อทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกโดยตรง

- กลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า (Shipper Own Container : SOC) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าระวางเรือ, การให้บริการหลังการขาย, ค่าลากตู้สินค้า,

ค่าเรียกเก็บพิเศษ (Surcharge), การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา จากแบบสอบถามและผลที่แปลออกมา ผู้ใช้บริการของกลุ่มนี้ได้มองว่าปัจจัยหลักที่ใช้ เนื่องจากราคาค่าระวางมีราคาถูกและสินค้าของตนเองเป็นสินค้าที่ส่งเป็นประจำอยู่แล้วไม่ค่อยจะเกิดปัญหาอะไรเกิดขึ้น จึงเน้นทางด้านต้นทุนเป็นหลักเพื่อลดต้นทุนของสินค้า แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า, ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เนื่องจากราคาค่าบริการที่ไม่สูงอาจจะทำให้ระดับของการให้บริการลดลงไป และเมื่อมีการถ่วงน้ำหนักจากตัวแทนโดยตัวแทนผู้เชี่ยวชาญกลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้า ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า, ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร, ค่าระวางเรือ, การให้บริการหลังการขาย ค่อนข้างมากเพราะกลุ่มผู้ใช้บริการมองว่าถึงแม้ราคาค่าบริการขนส่งสินค้าของตนเองจะมีราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ก็พยายามเพิ่มระดับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการให้เกิดความเชื่อมั่นในการบริการและเกิดความประทับใจ เมื่อในกรณีที่ช่วงไหนที่กิจการไม่สามารถทำราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาดยังจะทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการยังคงใช้บริการอย่างต่อเนื่อง แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการใช้เทคโนโลยี, การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เนื่องจากสาเหตุเดียวกับกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ เรือตารางการเดินเรือที่มีจำกัด ไม่มีความหลากหลายเหมือนกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกซึ่งจะสามารถไปใช้บริการจากบริษัทเดินเรือขนส่งสินค้าไหนก็ได้ ตามความต้องการเรื่องการจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลาให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

- กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกจากการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยได้พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา, การให้บริการหลังการขาย, ความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า, ความร่วมมือในการทำงาน



ของพนักงานเอกสาร, ค่าระวางเรือ ผู้ใช้บริการได้เลือกใช้ เนื่องจากมีความสะดวกเรื่องการติดต่อกับด้านแผนกต่างๆ มีความคล่องตัวและราคาค่าระวางไม่มีราคาที่สูงมากเกินไปพร้อมกับการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีเรื่องเงื่อนไขที่พิเศษให้แก่ลูกค้า ถือว่าปัจจัยข้อนี้เป็นจุดเด่นและกลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกจะสามารถหาเรือที่มีความเหมาะสมกับเวลาที่ลูกค้าต้องการได้มากกว่าทั้งสองกลุ่มธุรกิจ และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาทางการตลาด, การใช้เทคโนโลยี, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการได้มองว่าปัจจัยเหล่านี้ไม่มีความจำเป็นต่อการใช้บริการ ณ ปัจจุบันจึงไม่ได้ให้ความสำคัญมากเท่าไร และเมื่อมีการถ่วงน้ำหนักจากตัวแทนโดยตัวแทนผู้เชี่ยวชาญกลุ่มตัวแทนธุรกิจตัวแทนบริหารจัดการส่งออกได้ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านค่าระวางเรือ, ค่าเรียกเก็บพิเศษ (Surcharge), ความรู้ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์, การจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา, ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาซึ่งตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ และได้พยายามหาทางออกเรื่องการลดราคาของค่าขนส่งและพยายามขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของกลุ่มที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทกลุ่มเรือคอนเทนเนอร์ และกลุ่มที่เป็นบริษัทที่มีบริการให้เช่าตู้สินค้าที่พยายามแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของกันและกัน ทำให้กลุ่มที่เป็นบริษัทตัวแทนบริหารจัดการการส่งออกพยายามหาทางรอดรวมถึงการหาพันธมิตรทางการค้าหรือแม้แต่การรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็งเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งที่มีปัจจัยด้านเงินทุนที่มากกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาทางการตลาด, การใช้เทคโนโลยี, การมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้าค่อนข้างน้อย เนื่องจากยังขาดทักษะความชำนาญและการจัดการด้านเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศและทั้งขาดบุคลากรที่จะเข้ามาพัฒนาเทคโนโลยี อีกแง่หนึ่งได้มองว่าการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีต้นทุนที่สูง และยังไม่มีความจำเป็นและมีความยุ่งยากของลูกค้าในการที่จะเลือกใช้บริการทางด้านนี้ไม่ต้องการพัฒนาเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบบูรณาการ เพราะเห็นว่าการให้บริการในปัจจุบันนั้นก็มีความเพียงพออยู่แล้ว

จากการวิเคราะห์ผลรวมและสรุปการให้ความสำคัญที่มีความเหมือนของปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญหลักได้แก่

• ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้านการส่งออก

• ปัจจัยด้านการให้บริการหลังการขาย

• ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน

ของพนักงานบริการลูกค้า

• ปัจจัยด้านความร่วมมือในการจัดการขนส่งและตารางเรือ

• ปัจจัยด้านค่าระวางเรือ

แสดงให้เห็นว่าการที่บริษัทตัวแทนจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันต้องประกอบ ด้วยปัจจัยเหล่านี้เป็นหลักและเมื่อมาวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะเน้นที่การทำงานร่วมกันเป็นหลักโดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกันระหว่างพนักงานและลูกค้าที่ต้องใช้ความร่วมมือกันในการทำงานเพื่อสร้างความพึงพอใจจากการให้บริการหรือการแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าไม่พึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่าง และสามารถเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยจะทำให้เกิดอรรถประโยชน์ร่วมกันถือว่าการให้บริการที่เป็นเลิศนั้นสามารถตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการมากกว่าการเล่นกลยุทธ์ทางด้านราคา ซึ่งการบริหารที่ด้านทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญที่จะสามารถดึงกลุ่มลูกค้าให้มาใช้บริการ และจะสร้างความเสถียรภาพในการทำไวดังนั้นกลุ่มที่ไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ($RCA < 1$) ควรที่จะมองกลับมาถึงปัจจัยดังกล่าวที่มองทางด้านการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์มากกว่าการตัดราคา

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญค่อนข้างน้อย ได้แก่

• ปัจจัยด้านการโฆษณาทางการตลาด

• ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยี

• ปัจจัยด้านการมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้า

แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ใช้บริการและกลุ่มผู้ให้บริการได้เห็นความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ค่อนข้างน้อยมากแต่ในภาวะสถานการณ์ในอนาคตปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมในการทำงานให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและการบูรณาการ การให้ความสำคัญของการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศเพิ่มขึ้นเพื่อใช้เป็นปัจจัยหลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะการแข่งขันที่อาศัยเวลาเป็นตัวตัดสินการแพ้ชนะในการแข่งขัน เช่น การใช้การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) หรือการตอบสนองลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Customer Response) เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศของการให้บริการในธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ผลรวมและสรุปการให้ความสำคัญที่มีความเหมือนของปัจจัยต่างๆ ทำให้กิจการมุ่งสู่ความสำเร็จนั้นจากการเปรียบเทียบในมุมมองของผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ โดยปัจจัยที่มีความสำคัญหลักที่สะท้อนถึงความต้องการมากที่สุด ได้แก่

ปัจจัยด้านการจัดหาเรือให้มีความเหมาะสมกับเวลา

ปัจจัยด้านการให้บริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานของพนักงานเอกสาร

• ปัจจัยด้านค่าระวางเรือ

ดังนั้น การที่บริษัทตัวแทนจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันต้องประกอบไปด้วยปัจจัยเหล่านี้เป็นหลัก ซึ่งจะเน้นไปทางด้านความร่วมมือในการทำงานเป็นส่วนใหญ่องลงมาเป็นเรื่องของปัจจัยด้านต้นทุน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญค่อนข้างน้อยในมุมมองของผู้ให้บริการและผู้ให้บริการโดยปัจจัยที่มีความสำคัญหลักที่สะท้อนถึงความต้องการน้อยที่สุดได้แก่

ปัจจัยด้าน การโฆษณาทางการตลาด

ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยี

ปัจจัยด้านการมีตู้บรรจุสินค้าเพื่อตอบสนองเฉพาะกลุ่มสินค้า

นั้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ให้บริการและกลุ่มผู้ให้บริการได้เห็นความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ค่อนข้างน้อยมาก

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การที่ไม่ได้นำตัวแปรบางตัวที่อาจจะมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเข้ามาพิจารณา เช่น ความได้เปรียบทางด้านกลยุทธ์ ความได้เปรียบจากเงื่อนไขทางการค้าที่ต่างๆ ออกไป หรือข้อผูกพันพิเศษระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่สามารถวัดออกมาในเชิงปริมาณได้ จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความได้เปรียบเหล่านั้นได้

2. งานวิจัยได้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อาจจะทำให้การเก็บผลข้อมูลไม่ครอบคลุมในกลุ่มประชากรบางส่วน ที่อาจจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการศึกษาต่อไป

3. ในการเก็บข้อมูลบางส่วน อาจจะมีการทำการเก็บข้อมูลที่เชื่อมโยงระหว่างค่า RCA กับปัจจัยต่างๆ

โดยใช้แบบสอบถาม กรณีที่ลูกค้าที่ใช้บริการระบบบริษัทที่ใช้บริการ และนำบริษัทนั้นมาวิเคราะห์ผลที่ได้อีกครั้งหนึ่ง ก็จะได้ค่าความสัมพันธ์ทางสถิติ Correlations ที่ชัดเจนกว่าในการทำวิจัยครั้งนี้ น่าจะเป็นการศึกษาและวัดค่าได้ครบกว่าครั้งนี้

4. ในการใช้สูตร RCA เป็นการคำนวณหาความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งค่าของ RCA สามารถบอกได้แค่ค่ามากกว่า 1 หมายถึงความได้เปรียบหรือ ค่าน้อยกว่า 1 บอกถึงความ ไม่ได้เปรียบเท่านั้นแต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านทฤษฎีจึงไม่สามารถอธิบายได้ว่าความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นเกิดจากสาเหตุใดและการวิจัยครั้งนี้เป็นการประยุกต์สูตรของ RCA ขึ้นมาอาจจะมียุทธวิธีอื่นที่สามารถบ่งชี้ได้ แต่งานวิจัยชิ้นนี้ก็สามารถสร้างแนวทางได้ในระดับหนึ่ง



ข้อเสนอแนะ

1. การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายระดับโลก โดยภาคเอกชนควรจะมีการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจในอุตสาหกรรมตัวแทนรับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในกลุ่มตัวแทนที่เจ้าของดำเนินการโดยคนไทยให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อเพิ่มอำนาจในการเจรจาต่อรองกับเจ้าของเรือ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และลดปัญหาการแข่งขันโดยการตัดราคาของธุรกิจด้วยกันเอง
2. การสร้างเครือข่ายในต่างประเทศ ให้มีความเชื่อมโยงของการให้บริการมากขึ้นจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันทั้งด้านสินค้าขาเข้าและสินค้าขาออก จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น การที่ให้บริการลูกค้าปลายทางโดยการส่งสินค้าลากต่อไปจนถึงโรงงานหรือโกดังเก็บสินค้าของลูกค้าย่อม ทำให้สร้างกำไรและความสะดวกให้กับลูกค้ามากกว่า ที่จะให้บริการส่งสินค้าแก่ลูกค้าปลายทาง
3. การเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพลักษณะของการให้บริการ ผู้บริหารควรมีการทบทวนด้านนโยบายเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าว่า การให้บริการมีความครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้ามากน้อยเพียงใด และสิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไร เมื่อเพิ่มขึ้นหรือลดลงแล้วจะมีผลได้หรือผลเสียหรือไม่ ซึ่งอาจจะต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
4. การสนับสนุนจากทางภาครัฐให้เข้ามาดูแลธุรกิจด้านตัวแทนรับการจัดส่งสินค้าที่คนไทยเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งนับวันจะโดนบุกรุกจากกลุ่มที่มีเงินทุนหนากว่า และเข้ามาควบคุมกิจการ หรือ อาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์ เช่น ร้านโชห่วย ทำให้ทางภาครัฐสูญเสียเงินออกไปยังนอกประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี แทนที่จะได้เงินนำเงินเข้าสู่ภาครัฐและนำมาพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต โดยการเสริมสร้างพัฒนาองค์ความรู้ให้กับตัวแทนรับการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศให้มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการให้บริการและความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการตลาดของธุรกิจตัวแทนรับการจัดการขนส่งสินค้า เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน
5. การส่งเสริมให้ผู้ส่งออกใช้เงื่อนไขทางการค้าเป็น CFR, CIF มากยิ่งขึ้น เพื่อที่ผลกำไรจากการทำธุรกรรมต่างๆ จะได้ตกอยู่ในประเทศมากยิ่งขึ้น และเป็นการเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการทำการค้าระหว่างประเทศแล้ว ยังจะเป็นการส่งเสริมให้บริษัทตัวแทนรับการขนส่งสินค้าได้พัฒนาองค์ความรู้ แล้วนำมาพัฒนาขีดความสามารถในการส่งออกอีกยังร่วมกันทำให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามากยิ่งขึ้น
6. การพัฒนาทักษะด้านความรู้ของบุคลากรในบริษัททุกแผนกให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและเข้าใจหัวใจของงานบริการ ที่จะต้องเพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กรในการปรับตัวด้านการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่ไม่ใช่ด้านการขนส่งเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกิจกรรมด้านการจัดการต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งสินค้า ข้อมูลข่าวสาร และยังเป็นการเตรียมพร้อมเรื่องแผนพัฒนาของชาติด้านโลจิสติกส์ที่ทางภาครัฐ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) เรื่องการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยที่เน้นความสำคัญอย่างมาก เพื่อต้องการให้เกิดการใช้เทคโนโลยี เช่น เรื่อง E-Logistics ที่จะมีการพัฒนาในทุกด้าน เช่น ระบบบริการใบรับรองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและการนำเข้าสินค้า (E-licensing, E-Certificate) ระบบบริการพิธีการศุลกากร (E-Customs, E-Declaration) ระบบบริหารการเงินและการประกัน (E-Payment, E-Insurance) และระบบสนับสนุนข้อมูลการขนส่ง (E-Booking, E-Manifest, E-Port) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ทิศทางการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทยจะมีการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงสู่การใช้ระบบ Electronics มากขึ้น ดังนั้นองค์กรต้องเร่งปรับตัวเพื่อสู่ความเป็นเลิศของการให้บริการ และจะทำให้เป็นการเพิ่มช่องทางการเปรียบคู่แข่งในตลาดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Amita Batra And Zeba Khan "Relealed Comparative Advantage : An Analtsis for India and China"
Indian Council for Research on International Economic Relations. 2005
- Balassa, Bela. "Trade Liberalization and Revealed Comp" Manchester School of Economics and
Statistics. 33 (1965), pp 99-124.
- Refik Erzan and Alexander J. Yeats. "Implications of Current Factor Proportions Indiees for the
Competitive Position of the U.S. Manufacturing and Service Industries in the Year 2009"
The Journal of Business, Vol. 64, No. 2, (Apr., 1991), pp. 229-254.
- กมลชนก สุทธิวาทนพุดิ. กลยุทธ์บริหารธุรกิจการขนส่งทางเรือ., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., (2540).
- กัตัญญ หิรัญญสมบุญ. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล
พับลิเคชั่น, 2545.
- จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา., หลักการขนส่ง. กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง., ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Diamond in Business World, 2543.
- จริยา ไตกมลธรรม. การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกส์ของไทย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535.
- ชัยยันต์ กิติวิศิษฐ์, ความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่าง
ไทยกับจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2546
- รุณทัย มัทธนานนท์, ต้นทุนด้านโลจิสติกส์กับความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกสินค้าอาหารทะเล
แช่เยือกแข็ง วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2548)