

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

26 ตุลาคม 2564



นางสาวขลวรรณ มีเมศกุล
ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ญัฐวุฒิ พิมพา,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุเทพ นิ่มสาย,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ภกพล อนุฤทธิ์,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวุฒิ พิมพา ที่ช่วยชี้แนะแนวทาง ให้คำแนะนำเกี่ยวกับงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นตลอดจนคอยตรวจทานและแก้ไข จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบ ตลอดจนคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความเหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบแบบสอบถาม รวมไปถึงการให้ข้อเสนอต่าง ๆ เพิ่มเติม ซึ่งเป็นข้อมูลและองค์ประกอบสำคัญของการศึกษางานวิจัยนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้วิจัย ทำให้สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย และทำให้สารนิพนธ์สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ น.ส. กฤตติกาณต์ เรืองศรี และนางสาวพิมพ์ชนก บุญอินทร์ ตลอดจนเพื่อนๆ ในสาขาการจัดการกลยุทธ์ รุ่น22C ที่คอยสนับสนุน ผลักดัน และช่วยเหลือในงานวิจัยฉบับนี้ และขอขอบคุณกำลังใจและแรงสนับสนุนจากครอบครัว และเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ให้งานวิจัยดำเนินและสำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะสามารถเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่สนใจ รวมไปถึงนักวิจัยท่านอื่นๆ ที่สนใจจะนำงานวิจัยไปต่อยอด ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ยลวรรณ มีเมศกุล

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
THE IMPROVEMENT OF SERVICE EFFICIENCY FOR FREIGHT FORWARDERS

ยลวรรณ มีเมศกุล 6250366

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ญัฐวุฒิ พิมพา, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D.,
รองศาสตราจารย์ ภคพล อนุฤทธิ, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) 2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทที่ใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัท Freight Forward โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คำนวณกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงสูตรของ W.G.Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ Independent Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ และระดับตำแหน่งงาน มีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน ทั้งนี้งานวิจัยยังพบว่าปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ไปในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ/ ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ/
Freight Forwarders/ โลจิสติกส์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย	4
1.6 สมมติฐานงานวิจัย	4
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 แนวคิดเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	7
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	8
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการ	9
2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	10
2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	12
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.2.1 งานวิจัยในประเทศ	12
2.2.2 งานวิจัยในต่างประเทศ	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	15
3.1 วิธีการศึกษา	15
3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
3.2.1 ประชากร	16
3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง	16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิจัย	20
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	20
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแต่ละด้านของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ	24
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	27
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	29
4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	29
4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	30
4.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่งงานกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านประเภทธุรกิจกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	34
4.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านกลุ่มอุตสาหกรรมกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	35
4.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านขนาดขององค์กรกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	36
4.4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการนำเข้า-ส่งออกกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	37
4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	39
4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	40
4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	41
4.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	43
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	45
5.1 สรุปผลวิจัย	45
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยแต่ละด้าน	46

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หน้า

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น โดยรวมต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ ของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	46
5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	46
5.2 อภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	50
5.3.1 ข้อเสนอแนะต่อบริษัทตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ	50
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	50
5.3.3 ข้อจำกัดงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	52
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	57
แบบสอบถาม	57
ประวัติผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ	21
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามช่วงอายุ	21
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับ ตำแหน่งงาน	21
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามประเภท ธุรกิจ	22
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามประเภท อุตสาหกรรม	22
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามขนาดของ องค์กร	23
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามความถี่ใน การนำเข้าและส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน	23
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านระบบ สารสนเทศของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ	24
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้าน เครือข่ายการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ	25
4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ	25
4.11	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านความ หลากหลายในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ	26
4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในแต่ละ ปัจจัย (สรุป)	27
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามเพศ	30
4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามอายุ	31
4.16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามตำแหน่งงาน	32
4.17 แสดงเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับตำแหน่งงานกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	33
4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	34
4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม	36
4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามขนาดองค์กร	37
4.21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามความถี่ในการนำเข้าส่งออก	38
4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านระบบสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านเครือข่ายการให้บริการ กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	41
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	42
4.25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	43

สารบัญรูปลภาพ

รูปลภาพ	หน้า
1.1	ดัชนีวัดศักยภาพการแข่งชันด้านระบบ โลจิสติกส์ ปี2021



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ด้วยปัจจุบันประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกสินค้ามากเป็นอันดับต้นๆของโลก หนึ่งในตัวแปรที่สำคัญสำหรับการค้าขายระหว่างประเทศ คือกิจกรรมด้าน โลจิสติกส์ เช่น การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นทางเรือ ทางเครื่องบิน หรือทางรถ ข้อมูลจากกรมการค้าระหว่างประเทศระบุว่าถึงแม้ว่าการนำเข้ารวมของปี 2563 ที่ชะลอตัว เนื่องจากการส่งออกที่หดตัวอย่างต่อเนื่อง เกิดจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อเศรษฐกิจและการค้าโลก อย่างไรก็ตามการบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปี 2564 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2564 คาดว่ามีแนวโน้มขยายตัวตามการลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชน แต่ถึงอย่างนั้น ภายใต้วิกฤตดังกล่าวกลับส่งผลเป็นปัจจัยบวกต่อวงการโลจิสติกส์และการขนส่ง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคหันไปสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะการสั่งซื้อและนำเข้าสินค้าจากจีน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภค บริโภค ของใช้จำเป็นต่างๆ รวมไปถึงการบริการจัดส่งด่วนที่มีแนวโน้มกลายเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคสูงขึ้นมาก Freight Forwarder จึงเป็นเทรนด์มาแรงของธุรกิจโลจิสติกส์ปี 2563

Ranking	Country	Overall Scores and Ranking	Domestic Logistics Opportunities	International Logistics Opportunities	Business Fundamentals	YoY Change
1	China	8.86	8.81	9.72	7.14	0
2	India	7.33	8.19	7.16	5.95	0
3	Indonesia	6.30	6.61	6.11	6.05	1
4	UAE	6.29	5.63	5.59	9.06	-1
5	Malaysia	6.15	5.41	5.87	8.24	0
6	Saudi Arabia	5.95	5.35	5.53	8.04	0
7	Mexico	5.91	5.33	6.70	5.46	1
8	Vietnam	5.67	5.04	6.41	5.44	3
9	Qatar	5.67	5.38	4.84	7.97	-2
10	Turkey	5.61	5.22	6.06	5.50	0
11	Thailand	5.55	5.18	5.69	6.04	-2

ภาพที่ 1.1 ดัชนีวัดศักยภาพการแข่งขันด้านระบบโลจิสติกส์ ปี2021

แหล่งที่มาของภาพ 1: Emerging Markets Logistics Index 2021 - Rankings | Agility Insights

Agility Logistics ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ชั้นนำ จัดทำดัชนีวัดศักยภาพการแข่งขัน ประเมินจากจุดแข็งด้านระบบโลจิสติกส์และคุณสมบัติพื้นฐานในการทำธุรกิจ ระบุว่าประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีคะแนนสูงกว่าตลาดเกิดใหม่ในภูมิภาคอื่นๆ โดยภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ เป็นข้อได้เปรียบสำคัญที่ส่งให้ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม ขึ้นมาอยู่ในกลุ่มประเทศชั้นนำในดัชนีด้านโลจิสติกส์ระดับโลก โดยดัชนีดังกล่าวได้จัดอันดับประเทศทั้งหมด 50 ประเทศ โดยคำนึงจากปัจจัยที่ดึงดูดผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ตัวกลางระหว่างผู้นำเข้าและส่งออก สายการบินขนส่งสินค้าทางอากาศ และ สายการบินเรือขนส่งตู้สินค้า โดยประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 11 แสดงให้เห็นศักยภาพในการแข่งขัน และการเติบโตในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของไทย

จากการเติบโตของธุรกิจภาคเอกชนในการนำเข้า-ส่งออกของประเทศไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องก่อนช่วงโควิด จึงทำให้ในปัจจุบันผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากเช่นกัน อ้างอิงจากข้อมูลของสมาคมผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศของไทย (TIFFA) พบว่า มีบริษัทสมาชิกที่ประกอบธุรกิจให้บริการขนส่งสินค้าระหว่าง ประเทศจำนวน 227 ราย ทั้งนี้เมื่อนับรวมกับบริษัทรายเล็กที่ไม่ได้เป็นสมาชิกคาดว่าจะมีไม่ต่ำกว่า 500 ราย เป็นอย่างน้อย (เด่นนภา มุ่งสูงเนิน และชนะเกียรติ สมานบุตร, 2557) เนื่องจากผู้เล่นในธุรกิจนี้มีมากขึ้น จึงทำให้การแข่งขันสูงขึ้น ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรอง และพิจารณาเลือกใช้บริการ Freight Forwarder และด้วยตัวเล็อกที่มาก ทำให้บริษัท Freight Forwarder ต้องแข่งขันกันสูง ทั้งในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ค่าบริการ ระยะเวลาขนส่งสินค้า และความเชี่ยวชาญต่าง ๆ เป็นต้น

ธุรกิจภาคเอกชนต่างกำลังเผชิญกับแรงกดดันจากสถานะตลาดที่มีการแข่งขันสูงและการดำเนินงานที่ต้องมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อที่จะยกระดับสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาด ดังนั้นการจัดการ โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและกระบวนการที่เหมาะสมรวมถึงความตรงเวลาและความคุ้มค่าของบริการส่งมอบสินค้าและบริการนั้นมีความสำคัญมากขึ้น บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าจึงถือเป็นหนึ่งในธุรกิจด้าน โลจิสติกส์ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจภาคเอกชนที่มีการค้าขายระหว่างประเทศ

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพราะคุณภาพในการให้บริการจะกลายเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ(Freight Forwarder) สามารถที่จะแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้ และยังช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการ

ดำเนินธุรกิจและพัฒนากการให้บริการของบริษัทในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ, ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ, ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ(Freight Forwarder)

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริษัทที่ใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัทFreight Forward โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษางานวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2564

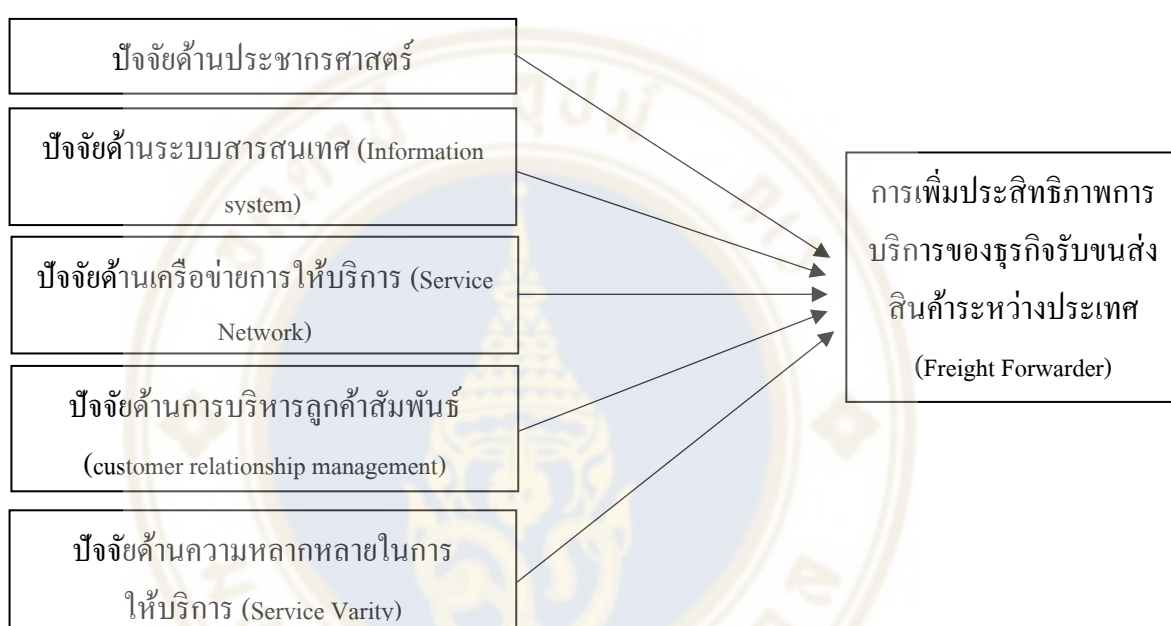
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธุรกิจ/องค์กรสามารถปรับปรุงและพัฒนากการให้บริการในธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

2. ธุรกิจ/องค์กรสามารถนำไปอ้างอิงในการปรับเปลี่ยนวิธีหรือกลยุทธ์ และสามารถ
ความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศได้

3. ธุรกิจ/องค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และการให้บริการ
เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้าได้

1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย



1.6 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) หมายถึง ตัวแทนตัวกลาง หรือบริษัท ทำหน้าที่แทนผู้ส่งออกและผู้นำเข้าสินค้า รับผิดชอบและจัดการเรื่องขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยที่ไม่มีเรือเดินทะเลหรือตู้คอนเทนเนอร์เป็นของตัวเอง แต่เป็นการทำเรื่องเข้ามาเพื่อให้บริการทางเรือ ทางรถ และทางอากาศ

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กิจกรรมส่วนหนึ่งของกระบวนการโซ่อุปทาน เกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย รวมไปถึงการจัดเก็บสินค้า จากที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่ง มีการวางแผนการดำเนินการ เพื่อควบคุมการไหลไปข้างหน้าและย้อนกลับอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้เกิดต้นทุนต่ำที่สุด และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Logistics) หมายถึง การวางแผน ควบคุมกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่ง ตามความต้องการหรือข้อตกลงของลูกค้า โดยการส่งสินค้าจะต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับและกฎหมายที่ตกลงกันไว้ตามสัญญาการค้า

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management) หมายถึง กิจกรรมหรือวิธีการ กระบวนการ ที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รักษาลูกค้า และสามารถสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดความจงรักภักดีและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยได้รับประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและลูกค้า

ระบบสารสนเทศ (Information system) หมายถึง ระบบ หรือเทคโนโลยีที่มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การจัดเก็บ ประมวลผลข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานผล การตัดสินใจ การวางแผน และอื่น ๆ ที่สามารถลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้นจากเดิม ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 3 กระบวนการ คือ การนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ (Input) การประมวลผล (Processing) และการนำเสนอผลลัพธ์ (Output) (บัณฑิต ศรีสวัสดิ์: 2560) สำหรับระบบสารสนเทศในธุรกิจ Freight Forwarder ได้แก่ Tracking system, Web-Tracking, Shipment Dashboard เป็นต้น

เครือข่ายการให้บริการ (Service Network) หมายถึง ระบบเครือข่ายหรือคอนเนคชัน การเชื่อมต่อกับคู่ค้าที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศในอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า เป็นการประสานงานรูปแบบหนึ่งที่โยงใยการทำงานของกลุ่มบุคคล หรือ องค์กร โดยมีทรัพยากร เป้าหมาย และความต้องการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกันหรือคล้ายกัน มาติดต่อประสานงานหรือ ร่วมกันทำกิจกรรม เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการนั้นๆด้วยกัน

ความหลากหลายในการให้บริการ (Service Variety) หมายถึง ความหลากหลายในการ บริการที่ผู้ให้บริการสามารถนำเสนอแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การขนส่งข้ามชายแดนโดยรถ, การขนส่งทางเรือแบบ FCL (Full container load) หรือ LCL (Less container load) และการขนส่งทางอากาศ เป็นต้น รวมไปถึงความสามารถในการให้บริการ นอกเหนือจากการขนส่งระหว่างประเทศ เช่น การขนส่งภายในประเทศ การให้บริการด้านพิธีการ ศุลกากร การบริการด้านคลังสินค้า การบรรจุหีบห่อสินค้า เป็นต้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากบทความทางวิชาการ เอกสาร และสื่อต่างๆ รวมไปถึงการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการวิจัย โดยมีลำดับการนำเสนอเป็นหัวข้อ ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1. แนวคิดเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

2.1.2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

2.1.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการ

2.1.4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ

2.1.5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยในประเทศ

2.2.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญยิ่งสำหรับการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศผู้ขายไปยังประเทศผู้ซื้อ ธนกฤต วงศ์มหาเศรษฐี (2558) กล่าวในหนังสือ “การขนส่งสินค้าเพื่อการค้าระหว่างประเทศ” ว่า ผู้ประกอบการส่งออกต้องการส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลา สินค้ามีสภาพสมบูรณ์ที่สุดและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคร โดยผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออกส่วนมากจะมีการว่าจ้างบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ Freight Forwarder ในการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ความหมายของธุรกิจรับตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก ธุรกิจที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศก็คือ ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ Freight Forwarder ซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่ดำเนินงาน ติดต่อประสานงานแทนผู้ส่งออกและผู้นำเข้าในเรื่องตั้งแต่การจองพื้นที่ระวางเรือ/เครื่องบิน การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้า และขาออก การจัดการเกี่ยวกับเอกสารส่งออกและนำเข้ากับศุลกากร เป็นต้น

บริการของธุรกิจรับตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

1. Custom Broker คือ ตัวแทนออกของให้กับผู้ส่งและผู้รับสินค้า
2. Forwarding Business คือ ตัวแทนในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกและผู้นำเข้า
3. Transportation Provider คือ ผู้ขนส่งสินค้าทั้งทางเรือ เครื่องบิน รถ และรถไฟ
4. Packing คือ ให้บริการจัดการการบรรจุสินค้า
5. Warehouse ให้บริการโรงพักสินค้า อาจจะเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการเอง หรือร่วมกับผู้ประกอบการอื่นที่มีโรงพักสินค้าไว้บริการ
6. Labor ให้บริการทางด้านแรงงาน คนงาน ในการบรรจุสินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์
7. Multimodal Transport ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ
8. Logistics Service ให้บริการในการบริหารโลจิสติกส์ หรือการกระจายสินค้า
9. Business Consultant ให้บริการในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้า

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการ

คำว่าประสิทธิภาพ (Efficiency) มีหลากหลายความหมาย และหลากหลายแนวคิด ตัวอย่างเช่น

ยูนูซ กุลาตี (2548) ให้ความหมายคำว่าประสิทธิภาพ คือความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) และผลลัพธ์ที่ออกมา (Output) เป็นการกระทำที่ถูกต้อง (Doing things right) โดยคำนึงถึงวิธีการ (Means) ใช้ทรัพยากร (Resources) ให้เกิดการประหยัดหรือสิ้นเปลืองน้อยที่สุด

อนันท์ งามสะอาด (2554, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของคำว่าประสิทธิภาพ คือ กระบวนการดำเนินงานที่มีลักษณะดังนี้

1. ประหยัด (Economy) ได้แก่ ประหยัดทรัพยากร (Resources) ประหยัดต้นทุน (Cost) และประหยัดเวลา (Time)
2. เสร็จตามเวลา (Speed)
3. คุณภาพ (Quality)

โดยการมีประสิทธิภาพและคุณภาพของงานจะพิจารณาตั้งแต่กระบวนการนำเข้า (Input) กระบวนการดำเนินงาน(Process) และการมีผลผลิต (Output) ที่ดี

เซอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน (Herbert A. Simon 1960 : 180-181) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) จะสามารถบอกได้ว่างานใดมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพจะเท่ากับผลผลิต หากเป็นหน่วยงานราชการของรัฐจะมีการบอกเรื่องของความพึงพอใจของผู้รับบริการเข้าไปด้วย โดยสามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O-I) + S$$

E = ประสิทธิภาพของงาน (Efficient)

O = ผลผลิตหรือผลงานที่ได้รับออกมา (Output)

I = ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากรทางการบริหารที่ใช้ไป (Input)

S = ความพึงพอใจในผลงานที่ออกมา (Satisfaction)

ตระกูล อมรนาถ (2559) ได้นิยามคำว่าประสิทธิภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการทำงานเกิดผลสำเร็จ โดยวัดจากผู้ใช้บริการว่ามีความพึงพอใจจากการใช้บริการมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆดังนี้

1. ด้านความคุ้มค่า คือ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดผลประโยชน์สูงสุด
2. ด้านความทั่วถึง คือ การบริการได้ทุกด้านอย่างทั่วถึง
3. ด้านความเสมอภาคและเป็นธรรม คือ การบริการที่ไม่เลือกปฏิบัติ สามารถเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม

เข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม

4. ด้านการสนองตอบความต้องการ คือ การบริการที่เป็นที่ต้องการ สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา

สมยศ นาวิการ (2544, หน้า 14) ได้กล่าวว่า ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จะประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) ในการกำหนดภารกิจขององค์กร การพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน ภายในองค์กร โอกาสและอุปสรรคภายนอก
2. โครงสร้าง (Structures) องค์กรที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน
3. รูปแบบ (Styles) ของการบริหารภายในองค์กรในการบรรลุเป้าหมาย

4. ระบบ (Systems) ขององค์กรที่จะบรรลุเป้าหมาย
5. ค่านิยม (Shared values) ของพนักงานในองค์กร
6. บุคลากร (Staff) พนักงานในองค์กร
7. ความสามารถ (Skill) ของพนักงานในองค์กร

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ (Service quality)

นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามของคำว่า คุณภาพในการบริการ ไว้หลากหลายทรรศนะ ดังนี้

พินดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ให้นิยามคำว่าคุณภาพการบริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

เบญจภา แจ่มเวชฉาย (2559) ได้ให้นิยามคำว่าคุณภาพการบริการ คือ การประมวผลของผู้รับบริการจากการได้รับบริการจึงแล้วนำมาการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่รับรู้จากการให้บริการ

Lewis and Bloom (1983:238) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการ คือ การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการได้ เป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการได้ดีเพียงใด

ธรรมพฤษฏ์ แสงประเสริฐ (2558) ได้กล่าวสรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไว้ว่า ปัจจัยที่สำคัญในการที่จะทำให้ธุรกิจการให้บริการประสบความสำเร็จ คือ การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภค ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง คือ การให้บริการ ดังนั้นการให้บริการที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นิติพล ภูตะโชติ(2551) ได้ศึกษาหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพงานบริการไว้ดังนี้

1) ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

- 2) การเข้าถึงลูกค้า (Access) คือการที่ลูกค้าเข้าถึงการบริการได้ง่าย โดยผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ท่าเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการที่จะทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็ว
- 3) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) ลูกค้าแต่ละรายมีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกัน
- 4) ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) คือประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ
- 5) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือการบอกให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษาเพื่อให้เข้าใจง่าย
- 6) ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ ความสามารถและความชำนาญของพนักงานจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้
- 7) คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง ลูกค้าจะประทับใจ และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการ
- 8) ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้านั้นเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน
- 9) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจและรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ
- 10) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ เท่าเทียม ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีก
- 11) ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การมีบริการที่ดี การได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ จะสร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ
- 12) การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึง การให้บริการที่ตอบสนองทันทีเมื่อลูกค้าต้องการ หรือเมื่อเกิดปัญหา ก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่างๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง
- 13) ความปลอดภัย (Security) ความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง

14) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ทราบสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และนำสิ่งเหล่านั้นมาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ก็หมายถึงความมีประสิทธิภาพของบริการ

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เพราะพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น ซึ่งสอดคล้องกับ อุดลย์ จาตุรงกกุล (2543, หน้า 38-39) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีความชอบหรือสนใจในกิจกรรม และผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยในประเทศ

KAWIN PHUANGTHONG (2560) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อที่ใช้ Freight Forwarder สำหรับธุรกิจ SME ในประเทศไทย และพบว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญเป็นอันดับแรก โดยคำอธิบายและแง่มุมที่มาสสนับสนุน ความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ขนาดขององค์กร ระดับของความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ในงานขนส่งระหว่างประเทศ เนื่องด้วยปัจจุบันธุรกิจ Freight Forwarder ไม่เป็นเพียงเป็นแค่ผู้ให้บริการเท่านั้น แต่อาจได้รับความไว้วางใจให้กลายเป็นพันธมิตรด้านโลจิสติกส์ให้กับลูกค้าด้วย ดังนั้นความไว้วางใจนี้จะแสดงให้เห็นโดยการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา รวมไปถึงความสม่ำเสมอในการบริการ ส่งมอบสินค้าได้อย่างราบรื่น มีการแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที

เกศกรก เชื้อมหาวัน (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจโลจิสติกส์ไทย ประเภทผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่าผู้ให้ข้อมูลที่มาจากขนาดองค์กรที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจโลจิสติกส์ไทยแตกต่างกัน โดยบริษัทขนาดเล็กมีความแตกต่างไปจากบริษัทขนาดใหญ่และขนาดกลาง และผู้ให้ข้อมูลที่มีระยะเวลาดำเนินงานของบริษัทนับตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินงานของบริษัทตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจ โลจิสติกส์ไทยแตกต่างกัน

อมรา ดอกไม้ และศุภลักษณ์ ศรีวิไลย (2563) ได้เสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทย สรุปออกมาเป็น 6 องค์ประกอบดังนี้ 1.) ประสิทธิภาพของกระบวนการศุลกากร 2.) คุณภาพโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งและการค้า 3.) การเตรียมการขนส่งระหว่าง ประเทศ (International Shipment) 4.) การเพิ่มสมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทั้งภาครัฐและธุรกิจ (Logistics Quality and Competence) 5.) ความตรงต่อเวลาของการบริการ (Timeliness) 6.) ระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing) โดยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้

ชนมวัฒน์ จางกิตติรัตน์ (2554) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความคิดเห็น พฤติกรรม และความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ระหว่างบริษัทไทยและบริษัทต่างชาติ ผลจากการศึกษาพบว่า บริการด้านสินค้า/บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านคุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศของบริษัทไทยและบริษัทต่างชาติมีความแตกต่างกัน โดยบริษัทต่างชาติมีความคิดเห็นในระดับดีกว่าบริษัทไทย โดยบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศของบริษัทไทยควรเพิ่มความรู้ทักษะของพนักงาน เพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการ เช่น จัดทำเอกสารด้วยความรวดเร็วถูกต้องและแม่นยำมากกว่าเดิม มีการแจ้งราคาค่าระวางทางเรือและตารางเดินเรือที่รวดเร็วยิ่งขึ้น พนักงานมีการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ ได้ดีและรวดเร็ว การเพิ่มช่องทางการติดต่อในการให้บริการมากขึ้น รวมไปถึงมีการให้บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร

อรสา หนูกระแสร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มีอายุต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของธนาคารต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูรย์ คุ่มคง (2557) ที่พบว่าเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน แต่อายุที่ต่างกันจะมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

2.2.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

Sheng Teng Huang, Emrah Bulut และ Okan Duru (2562) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจ Freight Forwarder ในระดับสากล (Service quality evaluation of international freight forwarders) ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงประจักษ์ในเอเชียตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า 3 สิ่งที่สำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของFreight forwarder คือ 1.) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เนื่องจากความสำคัญ

ของความสัมพันธ์ส่วนตัวอาจเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสัญญาระยะยาวและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะในเอเชียตะวันออก 2.) ระบบสารสนเทศ การลงทุนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านระบบสารสนเทศแบบบูรณาการกับผู้ให้บริการอาจช่วยผู้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ และช่วยรักษาระดับของการบริการให้เป็นที่น่าพอใจได้ 3.) เครือข่ายบริการที่ครอบคลุม ซึ่งจำเป็นต่อการให้บริการทั่วโลกแก่ลูกค้า บริษัทขนส่งสินค้าอาจสร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายโดยการร่วมมือกับพันธมิตรในท้องถิ่นที่น่าเชื่อถือมากขึ้น

Arum Anggorowati (2017) ได้ทำการประเมินธุรกิจ Freight Forwarder ในอินโดนีเซีย (THE EVALUATION OF FREIGHT FORWARDING BUSINESS EXISTENCES) ได้สรุปว่าในการรักษาประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจ Freight Forwarder ทางบริษัทจะต้องวิเคราะห์ตลาดเพื่ออัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับการนำเข้า-ส่งออก รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในขนส่งสินค้า การให้บริการแบบ One-stop service เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน เพราะสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าและช่วยให้ลูกค้าประหยัดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ รวมไปถึงการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะมีความสำคัญในการสร้างเครือข่ายและความผูกพันกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อบริษัทมากขึ้น

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยในหัวข้อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) และเพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติและตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้อย่างตรงจุดประสงค์ โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีการศึกษา
- 3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เป็นวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การเก็บและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษาจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว และมากกว่า 2 ตัว รวมไปถึงการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม จึงได้ทำการศึกษาวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งจะใช้ข้อมูลตัวเลขในการวิเคราะห์ทางสถิติและประมวลผล เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาข้อสรุปในงานวิจัย

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการFreight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัทFreight Forwarder

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างอิงจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) เพราะไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของพนักงานบริษัทที่ใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัทFreight Forward โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 สามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

สูตร
$$N = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

N แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ95 (ระดับ .05)

d แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ .05

แทนค่า
$$N = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$N = 384.16$$

จากผลการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน ถึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการแจกแบบสอบถาม และมีคำถามคัดกรอง (Screening Question) เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการFreight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัทFreight Forwarder เท่านั้น

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บ และรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษาจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยชุด คำถามสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำถาม ปลายปิด (Close-ended Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ล่วงหน้าแล้ว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจรายการ (Checklist) โดยเลือกคำตอบเพียงข้อเดียว (Best Answer)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการบริการของธุรกิจ ตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ซึ่งใช้วิธีวัดแบบลิเคิร์ต (Linkert Scale) เป็นข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์คำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

<u>ระดับคะแนน</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของธุรกิจ ตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ (Freight forwarder) ในแต่ละปัจจัย ซึ่งใช้วิธีวัดแบบลิเคิร์ต (Linkert Scale) เป็นข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์คำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

<u>ระดับคะแนน</u>	<u>ระดับความสำคัญ</u>
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Opene-ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ เสนอแนะข้อคิดเห็นหรือปัจจัยด้านอื่นในการเพิ่มประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมของผู้ตอบ แบบสอบถาม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง และศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งค้นคว้าอิสระดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form โดยในแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างว่าต้องเป็นผู้ที่ใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัท Freight Forwarder เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้การเก็บข้อมูลครั้งนี้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เข้าข่ายการเป็นกลุ่มตัวอย่างจากคำถามคัดกรองในแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะไม่ได้นำข้อมูลมาใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กระจายแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างโดยการส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เช่น ส่งผ่านอีเมลให้ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในการทำงานด้านขนส่ง โลจิสติกส์ ส่งผ่านไลน์ส่วนตัวของผู้วิจัยไปในกลุ่มที่ทำงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องในสายงานด้านโลจิสติกส์ โปสต์แบบสอบถามผ่านเฟสบุ๊กในกลุ่มคณะ โลจิสติกส์ที่มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และโปสต์ผ่านกลุ่มนำเข้า-ส่งออก กลุ่มชิปปิ้ง กลุ่มผู้ประกอบการในเฟสบุ๊ก เพื่อจะสามารถเก็บข้อมูลให้ได้ครบตรงตามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คนที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form ตั้งแต่ช่วงเดือน พฤษภาคม 2563 ถึงเดือน กรกฎาคม 2563 รวมระยะเวลาประมาณ 2 เดือน หลังจากผ่านการพิจารณาการรับรองจริยธรรมการวิจัยหรือยกเว้น จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อให้การศึกษานี้เป็นไปอย่างเหมาะสมตามหลักวิชาการและจริยธรรม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมไปถึงข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร ทั้งในและต่างประเทศเพื่อใช้ในการอ้างอิง

3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Form ได้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวแปลงออกมาเป็น Excel File เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย และหาผลสรุปของงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยจะใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน ประเภทธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรม ขนาดขององค์กร และความถี่ในการนำเข้า-ส่งออกในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) และจะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova)
3. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line application ของผู้วิจัย ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 219 ชุด โดยมีทั้งหมดจำนวน 160 ชุดที่ผ่านการคัดกรองตามกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับนั้น ได้ผ่านการตรวจสอบแล้ว โดยคำตอบมีความถูกต้อง และครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลจำนวน 160 ชุด (คิดเป็น ร้อยละ 100) นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ประมวลผลและหาข้อสรุปทางสถิติ โดยสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) และสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยผลการวิเคราะห์จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน ประเภทของธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรม ขนาดของธุรกิจ และ ความถี่ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน เดือน สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
ชาย	54	34.8
หญิง	106	66.2
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 และเพศชาย มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
21-30 ปี	99	61.9
31-40 ปี	51	31.9
41-50 ปี	10	6.2
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
ระดับเจ้าหน้าที่	78	48.8
ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส	20	12.5
ระดับหัวหน้างาน	30	18.7
ระดับผู้จัดการ	28	17.5
ระดับผู้บริหาร	4	2.5
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือระดับหัวหน้างาน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

ระดับผู้จัดการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และระดับผู้บริหาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
ธุรกิจอุตสาหกรรม (ผู้ผลิต)	36	22.5
ธุรกิจพาณิชย์กรรม (ซื้อมาขายไป)	47	29.4
ธุรกิจบริการ	77	48.1
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือธุรกิจพาณิชย์กรรม (ซื้อมาขายไป) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และธุรกิจอุตสาหกรรม (ผู้ผลิต) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	10	6.3
ทรัพยากร	2	1.3
เทคโนโลยี	6	3.8
ธุรกิจการเงิน	3	1.9
บริการ	59	36.8
ผลิตภัณฑ์ออนไลน์	1	0.6
สิ่งทอ	1	0.6
สินค้าอุตสาหกรรม	48	30.0
สินค้าอุปโภคบริโภค	26	16.2
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	4	2.5
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือประเภทสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ประเภทเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ประเภทเทคโนโลยี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 3.8 ประเภทสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ประเภทธุรกิจการเงิน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ประเภททรัพยากร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ประเภทสิ่งทอ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และ ประเภทผลิตภัณฑ์ออนไลน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
ธุรกิจขนาดเล็ก	26	16.3
ธุรกิจขนาดกลาง	58	36.3
ธุรกิจขนาดใหญ่	76	47.4
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนพนักงาน 200 คนขึ้นไป และทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือธุรกิจขนาดกลาง ที่มีจำนวนพนักงาน 50-200 คน และทุนจดทะเบียนระหว่าง 20-200 ล้านบาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 20 ล้านบาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามความถี่ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน

ขนาดขององค์กร	จำนวน (N)	ร้อยละ (Percentage)
1-5 ครั้ง	19	11.8
6-10 ครั้ง	12	7.5
11-15 ครั้ง	14	8.8
15 ครั้งขึ้นไป	115	71.9
รวม	160	100.0

จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าในแต่ละเดือนมากกว่า 15 ครั้งขึ้นไป จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาคือ นำเข้าส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน 1-5 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 นำเข้าส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน 11-15 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และนำเข้าส่งออกสินค้าในแต่ละเดือน 6-10 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแต่ละด้านของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล เพื่ออธิบายถึงการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแต่ละด้านของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

หมายเหตุ : เกณฑ์การแปลผลของระดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนน ได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 104)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง ให้ความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง ให้ความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านระบบสารสนเทศของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ (Information system)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. เว็บไซต์มีข้อมูลที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.19	0.76	สำคัญมาก
2. ท่านสามารถติดตามและตรวจสอบสถานะในการขนส่งสินค้าของท่านได้จากเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน	4.48	0.75	สำคัญมาก
3. สถานะของสินค้ามีการอัปเดตอย่าง Real-Time ในระบบสารสนเทศ	4.55	0.64	สำคัญมากที่สุด
รวม	4.41	0.72	สำคัญมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสารสนเทศของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานะของสินค้ามีการอัปเดตอย่าง Real-Time ในระบบสารสนเทศ รองลงมาคือ ท่านสามารถติดตามและตรวจสอบสถานะในการขนส่งสินค้าของท่านได้จากเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เว็บไซต์มีข้อมูลที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านเครือข่ายการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ (Service Network)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีจำนวนสาขาทั้งในและต่างประเทศที่ครอบคลุมทั่วโลก	4.04	0.82	สำคัญมาก
2. ผู้ให้บริการมีpartnership กับLogistics provider อื่นๆ	4.04	0.89	สำคัญมาก
3. ผู้ให้บริการมีเครือข่ายการให้บริการรับขนส่งสินค้าได้ครอบคลุมทั่วโลก	4.33	0.72	สำคัญมาก
รวม	4.14	0.81	สำคัญมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้ให้บริการมีเครือข่ายการให้บริการรับขนส่งสินค้าได้ครอบคลุมทั่วโลก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) รองลงมาคือ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีจำนวนสาขาทั้งในและต่างประเทศที่ครอบคลุมทั่วโลก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) และผู้ให้บริการมีpartnership กับLogistics provider อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04)

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานตอบอีเมลล์ หรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว	4.51	0.64	สำคัญมากที่สุด
2. ท่านสามารถติดต่อหรือเข้าถึงผู้ให้บริการได้โดยสะดวก	4.61	0.54	สำคัญมากที่สุด
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งรวมทั้งตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	4.61	0.55	สำคัญมากที่สุด
4. พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และช่วยเหลือท่านได้	4.56	0.60	สำคัญมากที่สุด
5. พนักงานเซลล์มีการเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยและสอบถามถึง การบริการอย่างสม่ำเสมอ	3.81	0.82	สำคัญมาก
รวม	4.42	0.63	สำคัญมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสามารถติดต่อหรือเข้าถึงผู้ให้บริการได้โดยสะดวก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งรวมทั้งตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61) พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และช่วยเหลือท่านได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56) พนักงานตอบอีเมลหรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานเซลล์มีการเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยและสอบถามถึงการบริการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในด้านความหลากหลายในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ (Service Variety / One- Stop service)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. การบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความหลากหลายทางด้านการให้บริการ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ทางอากาศ และทางด้านคลังสินค้า เป็นต้น	4.19	0.73	สำคัญมาก
2. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการ One-Stop Service ได้	4.16	0.82	สำคัญมาก
รวม	4.18	0.78	สำคัญมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความหลากหลายทางด้านการให้บริการ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ทางอากาศ และทางด้านคลังสินค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) และผู้ให้บริการสามารถให้บริการ One-Stop Service ได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัย (สรุป)

การพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆในการบริการของ ธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ	4.41	0.72	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ	4.14	0.81	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	4.42	0.63	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ	4.18	0.78	สำคัญมาก
รวม	4.29	0.74	สำคัญมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัยในการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ปัจจัยด้านความหลากหลายในการบริการ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14)

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่ง สินค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล เพื่ออธิบายถึงการวิเคราะห์ข้อมูลในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

หมายเหตุ : เกณฑ์การแปลผลของระดับความคิดเห็น โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนน ได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 104)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของ
ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้า ระหว่างประเทศ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านคิดว่าความพร้อมในด้านระบบสารสนเทศของผู้ให้บริการ ขนส่งระหว่างประเทศ เช่น การติดตามและตรวจสอบสถานะของ สินค้าได้อย่าง Real time บนเว็บไซต์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ให้บริการ	4.52	0.60	เห็นด้วยมาก ที่สุด
2. ท่านคิดว่าการที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมีเครือข่ายในการ ให้บริการครอบคลุมทั่วโลก จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ให้บริการ	4.29	0.68	เห็นด้วยมาก
3. ท่านคิดว่าการที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมี ระบบพันธมิตร กับผู้ให้บริการอื่นๆในระดับนานาชาติ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพใน การให้บริการ	4.23	0.70	เห็นด้วยมาก
4. ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ ตอบอีเมล หรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว รวมไปถึงการมีช่องทางติดต่อที่ สะดวกต่อท่านจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ	4.44	0.59	เห็นด้วยมาก
5. ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมี ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำแก่ท่านได้จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้บริการ	4.48	0.62	เห็นด้วยมาก
6. ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศเข้า พบลูกค้าเพื่อพูดคุยถึงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอจะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพการให้บริการ	3.85	0.80	เห็นด้วยมาก
7. ท่านคิดว่าการบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความหลากหลาย ทางด้านบริการ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ทาง อากาศ และทางด้านคลังสินค้า หรือการที่ผู้ให้บริการสามารถ ให้บริการแบบ One-stop service แก่ท่านได้ จะช่วยทำให้ ประสิทธิภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น	4.34	0.75	เห็นด้วยมาก
รวม	4.31	0.68	เห็นด้วยมาก

จากค่าสถิติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้เห็นด้วยมากกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความพร้อมในด้านระบบสารสนเทศของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ เช่น การติดตามและตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่าง Real time บนเว็บไซต์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) รองลงมาคือ การที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมีความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำแก่ท่านได้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48) การที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศตอบอีเมล หรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว รวมไปถึงการมีช่องทางติดต่อที่สะดวกต่อท่านจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44) การบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความหลากหลายทางด้านการให้บริการ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ทางอากาศ และทางด้านคลังสินค้า หรือการที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการแบบ One-stop service แก่ท่านได้ จะช่วยทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) การที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมีเครือข่ายในการให้บริการครอบคลุมทั่วโลกจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) การที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมีระบบพันธมิตร กับผู้ให้บริการอื่นๆ ในระดับนานาชาติจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยถึงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 1 คือ ลูกค้าที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน ประกอบไปด้วยการทดสอบเรื่อง เพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน ประเภทธุรกิจ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดขององค์กร และความถี่ในการนำเข้า-ส่งออกสินค้า

4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องเพศที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: เพศที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: เพศที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples t-test) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) เมื่อ 2-tailed Prob.(P) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามเพศ

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจ ตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	t-test for Equality of Means				
	N	\bar{X}	S.D.	t	P
ชาย	54	4.20	0.43	-2.077	0.039
หญิง	106	4.36	0.46		
รวม					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $t = -2.077$ และ Probability (P) = 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องอายุที่ต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: อายุที่ต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: อายุที่ต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามอายุ

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	0.315	2	0.158	0.762	0.469
	ภายในกลุ่ม	32.509	157	0.207		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 0.762$ และ Probability (P) = 0.469 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ซึ่ง หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีระดับ

ของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่งงานกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามตำแหน่งงาน

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2.198	4	0.549	2.781	0.029
	ภายในกลุ่ม	30.627	155	0.198		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 2.781$ และ Probability (P) = 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่ง หมายความว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 แสดงเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มของระดับตำแหน่งงานกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ระดับตำแหน่งงาน	\bar{X}	ระดับ เจ้าหน้าที่	ระดับ เจ้าหน้าที่ อาวุโส	ระดับ หัวหน้างาน	ระดับ ผู้จัดการ	ระดับ ผู้บริหาร
		4.4249	4.2143	4.2143	4.1786	4.0714
ระดับเจ้าหน้าที่	4.4249	-	.21062	.21062*	.24634*	.35348
ระดับเจ้าหน้าที่ อาวุโส	4.2143	-	-	.00000	.03571	.142857
ระดับหัวหน้างาน	4.2143	-	-	-	.03571	.14286
ระดับผู้จัดการ	4.1786	-	-	-	-	.10714
ระดับผู้บริหาร	4.0714	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มของระดับตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีLSDในการทดสอบ พบว่าตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่มีระดับในการพิจารณาถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างไปจากตำแหน่งงานระดับหัวหน้างาน และระดับผู้จัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่จะมีระดับการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มากกว่าตำแหน่งงานระดับหัวหน้างานและระดับผู้จัดการ

4.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านประเภทธุรกิจกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	0.215	2	0.107	0.517	0.598
	ภายในกลุ่ม	30.610	157	0.208		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจ

ตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 0.517$ และ Probability (P) = 0.598 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านกลุ่มอุตสาหกรรมกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องกลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: กลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	1.836	9	0.204	0.987	0.453
	ภายในกลุ่ม	30.989	150	0.207		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 0.987$ และ Probability (P) = 0.453 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านขนาดขององค์กรกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามขนาดองค์กร

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	0.319	2	0.160	0.771	0.465
	ภายในกลุ่ม	32.505	157	0.207		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบขนาดองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 0.771$ และ Probability (P) = 0.465 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ขนาดองค์กรที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการนำเข้า-ส่งออกกับระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การทดสอบสมมติฐานเรื่องความถี่ในการนำเข้าส่งออกที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ความถี่ในการนำเข้าส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน

H1: ความถี่ในการนำเข้าส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

สถิติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) โดยใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามความถี่ในการนำเข้าส่งออก

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	0.589	3	0.196	0.951	0.418
	ภายในกลุ่ม	32.235	156	0.207		
	รวม	32.824	159			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการนำเข้าส่งออกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีค่า $F = 0.951$ และ Probability (P) = 0.418 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ความถี่ในการนำเข้าส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่ม

ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

H1: ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านระบบสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ	การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	0.466	0.000	แปรผัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านระบบสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ

Pearson's correlation ในการทดสอบ พบว่าค่า Prob. (P) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.466 แสดงว่าโดยปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางแบบแปรผัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสารสนเทศที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

H1: ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านเครือข่ายการให้บริการ กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ	การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	0.642	0.000	แปรผัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ Pearson's correlation ในการทดสอบ พบว่าค่า Prob. (P) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.642 แสดงว่าโดยปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางแบบแปรผัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

H1: ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	0.636	0.000	แปรผัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ Pearson's correlation ในการทดสอบ พบว่าค่า Prob. (P) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.636 แสดงว่าปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางแบบแปรผัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

4.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0: ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

H1: ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่า Prob. (P) มีค่าน้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ	การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	0.610	0.000	แปรผัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านความหลากหลายในการให้บริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ Pearson's correlation ในการทดสอบ พบว่าค่า Prob. (P) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.610 แสดงว่าโดยปัจจัยทั้งสองมี

ความสัมพันธ์ไปในทิศทางแบบแปรผัน ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจุบัน
ด้านความหลากหลายในการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจ
ตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) และเพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทที่ใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกันกับบริษัท Freight Forward จำนวน 160 คน

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples t-test) สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One way Anova) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลแล้ว จะสามารถสรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่าง 160 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ระดับตำแหน่งงานอยู่ในระดับเจ้าหน้าที่ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ทำงานธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 และทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมประเภทบริการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และมีความถี่ในการนำเข้าและส่งออกต่อเดือนมากกว่า 15 ครั้งขึ้นไป จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยแต่ละด้าน

ในการพิจารณาถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ด้านเครือข่ายการให้บริการ ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และ ด้านความหลากหลายในการให้บริการ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 จำแนกออกเป็น

ปัจจัยด้านสารสนเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยด้านสารสนเทศ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ปัจจัยด้านด้านเครือข่ายการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ปัจจัยด้านด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ปัจจัยด้านด้านความหลากหลายในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นโดยรวมต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ในการพิจารณาถึงระดับความคิดเห็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้เห็นด้วยมากกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 160 คน สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่อายุ ประเภทธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรม ขนาดองค์กร และความถี่ในการนำเข้า-ส่งออก ที่แตกต่างกันจะมี

ระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลและผลจากการทดสอบสมมติฐานมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554, หน้า 44-52) และ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 38-39) ที่กล่าวสอดคล้องกันว่าคนที่มีความสัมพันธ์ทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอรสา หนูกระแสร (2557) และ ไพฑูรย์ คุ่มคง (2557) ที่กล่าวว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน และคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีระดับของการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่จะมีระดับการพิจารณาการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกันไปจากผู้ที่มีตำแหน่งงานระดับหัวหน้างานและระดับผู้จัดการ

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสารสนเทศที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยลดระยะเวลาดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ และยังสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้ (บัณฑิต ศรีสวัสดิ์, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรา ดอกไม้ และศุภลักษณ์ ศรีวิไล (2563) ที่ได้เสนอว่า การนำระบบการติดตามและตรวจสอบ (Tracking and Tracing) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบในการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Sheng Teng Huang, Emrah Bulut และ Okan Duru (2562) ที่กล่าวว่าการลงทุนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านระบบสารสนเทศแบบบูรณาการกับผู้ให้บริการอาจช่วยผู้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ และช่วยรักษาระดับของการบริการให้เป็นที่น่าพอใจได้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากการมีเครือข่ายการ

ขนส่งที่ครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการมีเครือข่ายพันธมิตรอยู่ทั่วโลก สามารถช่วยให้ผู้ให้บริการขยายขีดความสามารถในการให้บริการได้อย่างครอบคลุมต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Sheng Teng Huang, Emrah Bulut และ Okan Duru (2562) ที่กล่าวว่าสิ่งที่สำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจ Freight forwarder คือ การมีเครือข่ายให้บริการที่ครอบคลุม ซึ่งจำเป็นต่อการให้บริการทั่วโลกแก่ลูกค้า และผู้ให้บริการสามารถสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจได้โดยการร่วมมือกับพันธมิตรในท้องถิ่นที่น่าเชื่อถือ

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมวิวัฒน์ จางกิตติรัตน์ (2554) และ KAWIN PHUANGTHONG (2560) ที่กล่าวว่าความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของพนักงาน ที่สามารถช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ดีและรวดเร็ว รวมไปถึงช่องทางการติดต่อในการให้บริการ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการ และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Freight Forwarder สำหรับธุรกิจ SME ในประเทศไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Sheng Teng Huang, Emrah Bulut และ Okan Duru (2562) และ Arum Anggorowati (2017) ที่ศึกษาว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจ Freight forwarder เนื่องจากความสำคัญของความสัมพันธ์ส่วนตัวอาจเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับสัญญาระยะยาวและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะในเอเชีย ตะวันออก และการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะมีความสำคัญในการสร้างเครือข่ายและความผูกพันกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อบริษัทมากขึ้น

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือ การให้ความสำคัญในปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการที่เพิ่มขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมวิวัฒน์ จางกิตติรัตน์ (2554) และ Arum Anggorowati (2017) ที่กล่าวว่าในการให้บริการแบบ One-stop service หรือ การให้บริการ โลจิสติกส์แบบครบวงจร เป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าประหยัดต้นทุน โลจิสติกส์ได้ และสามารถรักษาประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจ Freight Forwarder ได้

สามารถตอบจุดประสงค์ของงานวิจัยและคำถามงานวิจัยได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ ปัจจัยด้านลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลูกค้าสัมพันธ์ ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ และสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะต่อบริษัทตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำทั้งหมด 83 ท่าน สามารถสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญทั้งหมด 3 ด้านได้ดังนี้

1. ด้านทักษะของพนักงาน เช่น การมี Service Mind พร้อมทั้งจะให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา รวมไปถึงความชำนาญในงานสามารถที่จะแนะนำวิธีในการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้
2. ด้านการให้บริการ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ การประสานงานและตอบกลับอย่างรวดเร็ว การให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ การจัดการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนจัดเส้นทางขนส่งเพื่อให้สินค้าถูกจัดส่งอย่างรวดเร็วหรือตรงตามเวลา หรือการมีตารางเวลาการขนส่งอย่างชัดเจน ก็จะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการทำงานต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ด้านระบบสารสนเทศ เช่น การมี web tracking หรือ tracking system ให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าไปติดตามสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา การได้รับข้อมูลอัปเดตแบบอัตโนมัติอย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวมไปถึงการออกเอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยลดความผิดพลาดของเอกสาร ก็สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ใช้บริการได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ดังนี้

หาพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) เนื่องจากผลการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ ทั้งนี้เครือข่ายการให้บริการประกอบไปด้วย ผู้ให้บริการสามารถให้บริการขนส่งสินค้าได้ครอบคลุมทั่วโลก มีสาขาให้บริการที่ครอบคลุม รวมไปถึงการมีพันธมิตรทางการค้ากับผู้ให้บริการในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกักิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ทั้งนี้การลงทุนในทรัพยากรเพื่อที่จะมีเครือข่ายการบริการที่ใหญ่และครอบคลุมจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล และต้องใช้เวลา ซึ่งอาจไม่ตอบโจทย์สำหรับการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ดังนั้นการหาพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทที่ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ที่เป็น Local Business ในแต่ละประเทศจะสามารถช่วยในขยายเครือข่ายในการให้บริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะแก้ปัญหาในด้านข้อจำกัดทางการลงทุนไปได้ อีกทั้งช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่ง และขยายความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งอาจจะสามารถขยายการให้บริการออกไปจนกลายเป็น One-Stop Service ได้ ซึ่งความหลากหลายในการให้บริการก็เป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเช่นกัน หากมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดียังสามารถที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือในให้การบริการได้อีกด้วย งานวิจัยของ KAWIN PHUANGTHONG (2560) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ Freight Forwarder สำหรับธุรกิจ SME ในประเทศไทย ในการมองหาพันธมิตรสำหรับธุรกิจ Freight Forwarder มีเครือข่ายอย่างเช่น Twig Logistics Network ที่เป็นตัวกลางในการมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่ตรงกับความต้องการของแต่ละบริษัท โดยบริษัทสามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิกและสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจผ่าน Twig Logistics Network ได้

เป็น **Logistics Partner** ให้กับลูกค้า (3PL, 4PL) ทำหน้าที่เป็น logistics solution ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากกิจกรรมทางด้าน โลจิสติกส์มักเป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนสูง และกลายเป็นต้นทุนที่ส่งผลถึงราคาขายสินค้า หลายๆบริษัทจึงพยายามที่จะลดต้นทุนในกิจกรรมด้าน โลจิสติกส์ลง แต่อาจจะขาดความชำนาญในงาน ซึ่งงานวิจัยของ Arum Anggorowati (2017) ได้กล่าวว่า การช่วยให้ลูกค้าประหยัดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ ถือเป็นการรักษาประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจ Freight Forwarder เช่นกัน ดังนั้นหากบริษัทสามารถที่จะกลายมาเป็น Logistics Partner ที่ช่วยในคำปรึกษาทางด้าน โลจิสติกส์แก่ลูกค้า อาจเป็นผู้ควบคุมการปฏิบัติการทั้งหมดตามความต้องการของลูกค้า หรือนำพนักงานที่มีความชำนาญเข้าไปทำงานร่วมกันกับลูกค้า และถ่ายทอดประสบการณ์และความชำนาญในงานให้แก่ลูกค้าในการบริหารจัดการกิจกรรมทางด้าน โลจิสติกส์ให้ดียิ่งขึ้น

การนำระบบสารสนเทศมาปรับปรุงกระบวนการทำงาน จากผลการศึกษาค้นคว้าให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบสารสนเทศก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการได้ การปรับปรุง กระบวนการขั้นตอนการทำงานให้สั้นลง เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ โดยการนำ ระบบสารสนเทศมาช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็นนำระบบERP และระบบในการออกเอกสารแบบ อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยลดความผิดพลาดของการออกเอกสารแบบ Manual และลดขั้นตอนในการ ทำงานของพนักงานได้ ส่งผลให้สามารถที่จะให้บริการลูกค้าได้เร็วขึ้น ถูกต้องมากยิ่งขึ้น มีการ พัฒนาเว็บไซต์ หรือ mobile application ที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะตรวจสอบติดตามสถานะสินค้า หรือสามารถที่จะจองบริการขนส่งได้ทางเว็บไซต์ได้ด้วยตนเอง การพัฒนา chat bot AI มาช่วยใน การตอบปัญหาเบื้องต้น เพื่อเพิ่มช่องทางให้การติดต่อและแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาใน ส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

5.3.3 ข้อจำกัดงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากสถานการณ์ของโควิด-19 ทำให้เก็บและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านทาง เครื่องมือออนไลน์เท่านั้น จึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการกระจายแบบสอบถามและเก็บข้อมูล จึงได้รับ การตอบกลับของแบบสอบถามเพียง 219 คน และสามารถนำข้อมูลมาใช้ได้เพียง 160 คน จากกลุ่ม ตัวอย่างที่ต้องใช้ทั้งหมด 385 คน จึงอาจทำให้ผลการวิจัยอาจมีความคลาดเคลื่อนได้
2. ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการใน ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศเพียง 4 ด้านเท่านั้น คือ ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ปัจจัย ด้านเครือข่ายการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความหลากหลายใน การให้บริการ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงเสนอให้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมในอนาคต
3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการจากมุมมองและ ขั้นตอนการดำเนินงานภายในของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การศึกษาเชิงปริมาณควบคู่กับการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมและเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ชนกฤต วงศ์มหาเศรษฐี. (2558). การขนส่งสินค้าเพื่อการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รศ. สุพจน์ ชววิวรรณ (2013). เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง ธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- ยุวณูช กุลาดี. (2548). การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานของผู้ตรวจประเมิน ตามมาตรฐาน ISO/IEC 17021:2006 ศึกษากรณี : สำนักงานรับรองระบบคุณภาพวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานรับรองระบบคุณภาพวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยพระบรมราชูปถัมภ์.
- อนันต์งามสะอาด. (2554, หน้า1). ประสิทธิภาพ (Efficiency) และ ประสิทธิผล (Effective) ต่างกันอย่างไร. ปรชานอาชีพศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาภิเษกสมุทรปราการ.
- Simon H.A. (1960). Administrative Behavior, a Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization. New York: The Macmillan Co.
- ตระกูล อมรนาถ. (2559). ประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนของส่วนโยธาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้ซุง อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นจากhttp://etheses.aru.ac.th/PDF/1255991690_11.PDF
- สมยศ นาวิการ.(2544). ทฤษฎีองค์การ(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บรรณกิจ.
- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. สืบค้นจาก
http://narinet.sut.ac.th:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/357/RMUTI_Kanya_phat_Thes156.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- เบญชภา แจ้วเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2844/1/benchapa_chan.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

Lewis, R.C. and Booms, B.H. (1983). The marketing aspects of service quality. In Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (Eds). *Emerging Perspectives on Services Marketing*, American Marketing Association. Chicago, IL.

ธรรมพฤษ แสงประเสริฐ. (2558). การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกรณีศึกษา: บริษัท เทสดิ่ง อินสทริวเมนต์ จำกัด(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อดุลย์จำตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

KAWIN PHUANGTHONG. (2560). A study of key factors influencing freight forwarder selection of SMEs in Thailand. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2083>

เกศกรก เข้มหวาน. (2560). การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจโลจิสติกส์ไทยประเภทผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Geskanok.Chu.pdf>

อมรา ดอกไม้ และศุภลักษณ์ ศรีวิไล (2563). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกสินค้าทางอากาศ. ปีที่22. ฉบับที่1. หน้า 233-240. สืบค้นจาก <https://www.aru.ac.th/myadmin/uploads/rdi/download/20201129-e852af22.pdf>

ชนมวัฒน์ จางกิตติรัตน์. (2554). การเปรียบเทียบความคิดเห็น พฤติกรรม และความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ระหว่างบริษัทไทยและบริษัทต่างชาติ. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Chonmawat_C.pdf

อรสา หนูกระแสร. (2557). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาจันทบุรี. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930215.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ไพฑูรย์ คุ้มคง. (2557). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลนา
ยายอาม อำเภอनाยายอาม จังหวัดจันทบุรี เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน
2564, http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930119.pdf
- สมยศ อลงกตกิตติคุณ. (2560). คุณสมบัตินี้ ภาพลักษณ์ และความเร็วในการให้บริการของผู้
ให้บริการขนส่งสินค้า (FREIGHT FORWARDER) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ
ผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2838>
- Ly Truong. (2016). Improving logistics service quality in freight forwarding in Hochiminh City.
Retrieved April 10, 2021, from
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/112470/Thesis-LyTruong.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- S. M. Abu Nayem Sarker. (2017). Freight Forwarding Industry: Function, Economic Role and
Future Market in Bangladesh. Retrieved April 10, 2021, from
https://www.researchgate.net/publication/333172898_Freight_Forwarding_Industry_Function_Economic_Role_and_Future_Market_in_Bangladesh
- Sheng Teng Huang, Emrah Bulut and Okan Duru. (2019). Service quality evaluation of international
freight forwarders: an empirical research in East Asia. Retrieved April 10, 2021, from
https://www.researchgate.net/publication/337997826_Service_quality_evaluation_of_international_freight_forwarders_an_empirical_research_in_East_Asia
- ชัยวัฒน์ ฤกษ์บุญครอง. (2558). ปัจจัยทางการแข่งขันที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมของธุรกิจผู้รับจัดการ
ขนส่งสินค้า. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2564, จาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5823030175_5585_6328.pdf
- Arum Anggorowati. (2018). THE EVALUATION OF FREIGHT FORWARDING BUSINESS
EXISTENCES. Retrieved April 10, 2021, from
<https://www.semanticscholar.org/paper/THE-EVALUATION-OF-FREIGHT->

บรรณานุกรม (ต่อ)

FORWARDING-BUSINESS-

Anggorowati/9483453d149ba072d54baecc26472815ff9ece48

Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

Admin. (2020, June 03). โลจิสติกส์ในช่วงวิกฤตการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัส: ห่วงโซ่อุปทาน

ภายใต้สถานการณ์ดิ่งเหว. Retrieved April 10, 2021, from

<https://www.dachser.co.th/th/mediaroom/news-6690>

Adminsite. (2018, October 10). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ : Crm (customer relationship management). Retrieved April 10, 2021, from <https://www.pilabstudio.com/blog/crm/>

Giztix, W. (2019, August 23). การขนส่งระหว่างประเทศ international logistics services. Retrieved

April 10, 2021, from

<https://blog.giztix.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8-international-logistics-services/>

สุพรรณิณี. (2012, July 23). ความหมายของโลจิสติกส์ (logistics). Retrieved April 10, 2021, from

https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=2377&read=true&

Home. Twig Logistics Network. (2021, August 23). Retrieved October 31, 2021, from

<https://twignetwork.com/>.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) และเพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)
2. แบบสอบถามนี้สำหรับพนักงานบริษัทที่เคยใช้บริการ Freight Forwarder หรือทำงานร่วมกับบริษัท Freight Forwarder
3. แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ในการบริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ (Freight forwarder) ในแต่ละปัจจัย

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะข้อคิดเห็นหรือปัจจัยด้านอื่นในการเพิ่มประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) 21-30 ปี 2) 31-40 ปี
 3) 41-50 ปี 4) 51-60 ปี
 5) 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับตำแหน่งงาน

- 1) ระดับเจ้าหน้าที่ 2) ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส
 3) ระดับหัวหน้างาน 4) ระดับผู้จัดการ
 5) ระดับผู้บริหาร

4. ประเภทของธุรกิจที่ท่านทำงานอยู่

- 1) ธุรกิจอุตสาหกรรม (ผู้ผลิต) 2) ธุรกิจพาณิชย์กรรม (ซื้อมาขายไป)
 3) ธุรกิจบริการ

5. กลุ่มอุตสาหกรรมที่ท่านทำงานอยู่

- 1) เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2) สินค้าอุปโภคบริโภค
 3) ธุรกิจการเงิน 4) สินค้าอุตสาหกรรม
 5) อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 6) ทรัพยากร
 7) บริการ 8) เทคโนโลยี

6. ขนาดของธุรกิจที่ท่านทำงานอยู่

- 1) ธุรกิจขนาดเล็ก (จำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 20 ล้านบาท)
 2) ธุรกิจขนาดกลาง (จำนวนพนักงาน 50-200 คน ทุนจดทะเบียนระหว่าง 20-200 ล้านบาท)
 3) ธุรกิจขนาดใหญ่ (จำนวนพนักงาน 200 คนขึ้นไป ทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาทขึ้นไป)

7. ความถี่ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าของบริษัทท่านในแต่ละเดือน

- 1) 1-5 ครั้ง 2) 6-10 ครั้ง
 3) 11-15 ครั้ง 4) 16 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือก ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่สำคัญมากที่สุด
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่สำคัญมาก
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่สำคัญปานกลาง
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่สำคัญน้อย
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่สำคัญน้อยที่สุด

ในการพิจารณาถึงระดับความสำคัญในการบริการของ ธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ ท่านให้ความสำคัญ กับประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ				
	1 มาก ที่สุด	2 มาก	3 ปาน กลาง	4 น้อย	5 น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ (Information system)					
เว็บไซต์มีข้อมูลที่เพียงพอต่อความต้องการของ ผู้ใช้บริการ					
ท่านสามารถติดตามและตรวจสอบสถานะในการขนส่ง สินค้า ของท่านได้จากเว็บไซต์					
สถานะของสินค้ามีการอัปเดตอย่าง Real-Time					
ปัจจัยด้านเครือข่ายการให้บริการ (Service Network)					
ผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีจำนวนสาขาทั้งใน และต่างประเทศที่ครอบคลุมทั่วโลก					
ผู้ให้บริการมีpartnership กับLogistics provider อื่นๆ					

ในการพิจารณาถึงระดับความสำคัญในการบริการของ ธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ ท่านให้ความสำคัญ กับประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความสำคัญ				
	1 มาก ที่สุด	2 มาก	3 ปาน กลาง	4 น้อย	5 น้อย ที่สุด
ผู้ให้บริการมีเครือข่ายการให้บริการรับขนส่งสินค้าได้คล อบคลุมทั่วโลก					
ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์					
พนักงานตอบอีเมลล์ หรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว					
ท่านสามารถติดต่อหรือเข้าถึงผู้ให้บริการได้โดยสะดวก					
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ การขนส่ง รวมทั้งตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี					
พนักงานสามารถให้คำแนะนำ และช่วยเหลือท่านได้					
พนักงานเซลล์มีการเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยและสอบถาม ถึงการบริการอย่างสม่ำเสมอ					
ปัจจัยด้านความหลากหลายในการให้บริการ (Service Varity / One- Stop service					
การบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความหลากหลาย ทางด้านบริการ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าทาง ทะเล ทางอากาศ และทางด้านคลังสินค้า เป็นต้น					
ผู้ให้บริการสามารถให้บริการ One-Stop Service ได้					

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ
(Freight forwarder) ในแต่ละปัจจัย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและให้คะแนนตามความเหมาะสมตาม

ประสบการณ์ของท่าน โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือก ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ ท่านเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ ท่านเห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ ท่านเห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ ท่านเห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ ท่านเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของธุรกิจตัวแทน ขนส่งระหว่างประเทศ ท่านให้ความสำคัญให้ความสำคัญใน ประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	1 มาก ที่สุด	2 มาก	3 ปาน กลาง	4 น้อย	5 น้อย ที่สุด
ท่านคิดว่าความพร้อมในด้านระบบสารสนเทศของผู้ ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ เช่น การติดตามและ ตรวจสอบสถานะของสินค้าได้อย่างReal time บนเว็บ ไซต์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ					
ท่านคิดว่าการที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมี เครือข่ายในการให้บริการครอบคลุมทั่วโลก จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้บริการ					
ท่านคิดว่าการที่ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศมี partnership กับLogistics provider อื่นๆจะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้บริการ					
ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่าง ประเทศตอบอีเมลล์ หรือรับโทรศัพท์รวดเร็ว รวมไปถึง การมีช่องทางติดต่อที่สะดวกต่อท่านจะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้บริการ					
ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่าง ประเทศมีความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำแก่ท่าน ได้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ					
ท่านคิดว่าการที่พนักงานของผู้ให้บริการขนส่งระหว่าง ประเทศเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยถึงการให้บริการอย่าง สม่ำเสมอ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ					
ท่านคิดการบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามีความ หลากหลายทางด้านการให้บริการ เช่น การให้บริการ ขนส่งสินค้าทางทะเล ทางอากาศ และทางด้าน คลังสินค้า หรือการที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการแบบ One-stop service แก่ท่าน ได้ จะช่วยทำให้ประสิทธิภาพ การให้บริการเพิ่มขึ้น					

ส่วนที่ 4 ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อบริษัทตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมของท่าน

.....
.....

