



การประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน

ศิริรัตน์ อยู่หน้าด¹, อภิชาติ โสภาคแดง¹

วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10200

โทร 02-642-6130-1 โทรสาร 02-642-6132 E-mail *sirirat_oa@hotmail.com, sopadang@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาประสิทธิภาพของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยการศึกษาจะกำหนดตัวชี้วัดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และวิเคราะห์ความสามารถของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยว่าสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ให้บริการไทย โดยได้นำกรอบการศึกษาของ David B. Grant (2006) มาพัฒนาเป็นแบบสอบถามและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่มีการขนส่งสินค้าบนเส้นทางไทย-จีน จำนวนทั้งสิ้น 144 บริษัท ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยเริ่มให้ความสำคัญกับการค้าระหว่างไทยและประเทศจีนมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ให้บริการที่เป็น Freight Forwarder ที่ดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์เกี่ยวกับพิธีการศุลกากรและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่สินค้าที่มีการขนส่งเป็นสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคและบริโภคที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์จะถูกขนส่งไปที่มณฑลเซี่ยงไฮ้ในประเทศจีน สำหรับผลการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน พบว่า การดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการไทยยังอยู่ในระดับที่ไม่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งระดับโลก ทั้งมิติของต้นทุน ระยะเวลาการส่งมอบ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยต้องการที่จะอยู่รอดในตลาดระดับสากลได้ ผู้ให้บริการไทยต้องทำการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานต่างๆ ที่เป็นจุดด้อยให้อยู่ในระดับที่ทัดเทียมกับผู้ให้บริการระดับสากลต่อไป

คำสำคัญ: ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย, การประเมินประสิทธิภาพ

1. บทนำ

จากกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้การค้าเสรีทั่วโลกได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศขยายตัวขึ้นอย่างมาก เศรษฐกิจและการค้าในภูมิภาคต่างๆ ต้องเกี่ยวโยงและพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้น ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางการค้า ต่างแสวงหาหนทางขยายการค้าเสรีไปในประเทศต่างๆ ทั่วทั้งโลกผสมผสานกับแนวโน้มของนโยบายการค้าเสรี (Free Trade Agreement) ของหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยด้วย ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management) ที่ดีจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถรับมือกับการแข่งขัน อุปสรรค ปัญหา และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากประเทศที่พัฒนาแล้วที่เริ่มมีการตื่นตัวด้านการจัดการโลจิสติกส์ โดยมองว่าโลจิสติกส์ไม่เพียงแต่เป็นกิจกรรมสนับสนุนเท่านั้น หากแต่การจัดการโลจิสติกส์ที่ดียังเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ในปัจจุบันธุรกิจต้องใช้ความระมัดระวังค่อนข้างมากในการดำเนินกิจการและการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขัน เนื่องจากมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาน้ำมันที่



สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันถือเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้สินค้าต้องมีการปรับราคาสูงขึ้นตามไปด้วย โดยหลายๆ บริษัทได้พยายามแก้ไขปัญห ด้วยการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงการจัดจ้างผู้ผลิตแทน (Outsource) เป็นต้น แต่ผลของการดำเนินการดังกล่าวข้างต้น ก็ยังไม่สามารถลดต้นทุนในระยะยาวให้กับภาคธุรกิจได้ เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่มักจะประสบกับปัญหาการรวบรวมวัตถุดิบจากแหล่งผลิต กระจายสินค้า ความล่าช้าในการขนส่ง คุณภาพสินค้าที่ลดลงเมื่อถึงมือผู้ซื้อที่ปลายทาง และความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับที่ต่ำลง เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการทั้งหลายจึงแสวงหาเครื่องมือในการบริหารจัดการต่างๆ มาใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจ และก็พบว่า การจัดจ้างบริษัทภายนอกมาดำเนินกิจกรรมบางกิจกรรม สามารถช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันได้

นอกเหนือจากการปรับตัวของภาคธุรกิจในด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์แล้ว ปัจจุบันรัฐบาลได้มีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยในหลายด้าน อาทิเช่น การพัฒนาธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider หรือ LSP) ที่ถูกรวมเข้าอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Agenda) ที่สำคัญ อีกข้อหนึ่งที่จะต้องเข้าไปดำเนินการพัฒนา โดยในการพัฒนาธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์นั้น จะต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งในฐานะผู้รับบริการ (Service User) และผู้ให้บริการ (Logistics Service Provider) ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการโลจิสติกส์ ในด้านของการลดต้นทุนและความรวดเร็ว และการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การวัดประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ได้มีการวัดผลการดำเนินงานของการจัดการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร เช่น การวัดผลการดำเนินงานของการใช้ทรัพย์สิน การวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ดังนั้น การวัดผลการดำเนินงาน จึงเป็นกิจกรรมด้านการจัดการที่สำคัญ

ตัวชี้วัดการดำเนินงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (LSP Performance Measurement)

การวัดสมรรถนะ (Performance) การบริการด้านโลจิสติกส์ของ LSP มีความสำคัญต่อการส่งมอบคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการ เนื่องจาก LSP เป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทาน บริการของ LSP จึงควรต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์หลักทางด้านโซ่อุปทานของผู้ให้บริการ ซึ่งแบ่งกว้างๆ เป็น 2 ประเภทคือ กลยุทธ์หลักที่เน้นเรื่องประสิทธิภาพของต้นทุน (Cost Efficient หรือ Lean) กับกลยุทธ์หลักที่เน้นความสามารถตอบสนองที่รวดเร็ว (Responsiveness หรือ Agile)

ตัวอย่างของตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านต้นทุนของ LSP ได้แก่ Fill rate of delivery plans, Empty-to-loaded backhaul mile index, Equipment utilization rates (hours) และ Vehicle maintenance costs

ตัวอย่างของตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านการตอบสนองที่รวดเร็วของ LSP ได้แก่ Export shipment processing time, Delivery performance to customer requested date, Customs clearance time

ในปี 2004, Lieb & Bentz (2005) ได้สำรวจผู้ใช้บริการของ 3PLs ผ่าน Chief Logistics Executives ของบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ในอเมริกาจำนวน 500 ราย ตามขนาดของรายได้ซึ่งอ้างอิงจาก Fortune Magazine



ได้รับผลตอบกลับสุทธิจำนวน 60 ราย (12%) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ 3PL รายเดิม (Renewal) หรือไม่ พบว่าปัจจัยสำคัญสุด 4 อันดับแรกคือ

1. คุณภาพของบริการ (Service Considerations)
2. ต้นทุน (Cost Considerations)
3. ความสามารถในการด้านเทคโนโลยี (Technology Capability)
4. ความเชื่อถือได้ในด้านเวลารับ-ส่งสินค้า (Reliability)

นอกจาก 4 ปัจจัยข้างต้นแล้ว ปัจจัยอื่นๆ รองลงมาได้แก่ provider responsiveness to client needs, willingness to “partner” with their clients, specific industry expertise, the scalability of the solutions offered, และ the attitude and enthusiasm of the provider เป็นต้น

Lieb et al. (2005) ยังได้ตั้งข้อสังเกตในประเด็นของต้นทุนว่า ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก 3PL รายใดรายหนึ่งเป็นครั้งแรกนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาเรื่องต้นทุนเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่ง แต่จากผลสำรวจการตัดสินใจเลือกต่อสัญญากับ 3PL รายเดิมอีกหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการมาเป็นอันดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจจริง ย่อมพิจารณาจากหลายปัจจัยพร้อมกัน และแต่ละปัจจัยมีน้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างกันได้

ส่วน Lia et al. (2004) ได้สำรวจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ 3 ประเภทในฮ่องกงคือ บริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลและอากาศ, Freight Forwarder และ 3PLs เพื่อประเมินสมรรถนะการให้บริการด้าน Supply Chain และทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้งสาม โดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังผู้จัดการทั่วไปหรือผู้จัดการด้านโลจิสติกส์ จำนวน 924 รายจาก Schednet - Asian Logistics Directory (2001), ผลตอบกลับสุทธิ จำนวน 134 ราย (14.5%) ตารางที่ 1.1 แสดงผลการวิจัย (บางส่วน) จากงานวิจัยของ Lia เพื่อนำเสนอถึงความเป็นไปได้ในการนำวิธีการดังในตารางมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้

ตารางที่ 1.1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยของ Lia et al. (2004)

SCP	Measurement item	Air, sea transport	Freight forwarding	3PL
		Mean (n = 32)	Mean (n = 49)	Mean (n = 53)
ความเชื่อถือได้ในการให้บริการลูกค้า (Shipper)				
1	Fulfill promises to shippers	4.13	3.98	4.32
2	Solve shippers' problems	3.91	4.22	4.46
3	Perform services for shippers right the first time	4	3.9	4.19
4	Provide services at the time promised to the shippers	3.84	4.24	4.32
5	Keep shippers' records accurately	3.84	3.92	4.25
SCP	Measurement item	Air, sea transport	Freight forwarding	3PL
		Mean (n = 32)	Mean (n = 49)	Mean (n = 53)
การตอบสนองของลูกค้า (Shipper) ที่รวดเร็ว				
1	Tell shippers exactly when services will be performed	4.03	4.18	4.19
2	Give prompt services to shippers	3.34	3.8	3.92
3	Willingness to help shippers	3.97	4.14	4.42
4	Timely response to shippers' requests	4	3.94	4.27
ประสิทธิภาพด้านต้นทุน				



1	Reduce order management costs	3.44	3.39	3.77
2	Reduce costs associated with facilities/equipment/ manpower used in providing the services	3.47	3.43	3.87
3	Reduce warehousing costs	3.47	3.7	3.83
4	Reduce transportation costs	3.59	3.71	3.98
5	Reduce logistics administration costs	3.53	3.39	3.72
ประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์				
1	Improve the rate of utilization of facilities/equipment/ manpower in providing the service	3.59	3.69	4.02
2	Improve the cash to cash cycle time	3.4	3.76	3.9
3	Improve net asset turns	3.44	3.67	3.87

มาตรฐานการจัดการโซ่อุปทานที่รู้จักกันแพร่หลายในระดับสากลรวมทั้งในประเทศไทย ได้แก่ Supply Chain Operations Reference Model (ตัวแบบอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน มักเรียกย่อๆ ว่า SCOR Model) ซึ่งพัฒนาและได้รับการสนับสนุนจาก Supply-Chain Council (www.supply-chain.org) เพื่อให้เป็นมาตรฐานเชื่อมโยงการจัดการโซ่อุปทานระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในโซ่อุปทาน โดยพิจารณากิจกรรมต่างๆ ของแต่ละองค์กรภายในโซ่อุปทานเป็นกระบวนการมาตรฐาน 5 ชนิดเชื่อมโยงกันคือ การวางแผน (Plan) การจัดหา (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Deliver) และการส่งคืน (Return) กิจกรรมในแต่ละองค์กรจะถูกจัดกลุ่มอยู่ในกระบวนการเหล่านี้ แล้วนำกระบวนการเหล่านี้มาเชื่อมโยงกันระหว่างองค์กร มีเกณฑ์ประเมินสมรรถนะระดับปฏิบัติการ และสมรรถนะในระดับภาพรวมของทั้งโซ่อุปทาน ดังตารางที่ 1.2 ครอบคลุมทั้งการวัดเชิงประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency)

ตารางที่ 1.2 Performance Attributes ในระดับภาพรวมของโซ่อุปทาน

Level 1 Metrics	Performance Attributes				
	Customer - Facing			Internal - Facing	
	Reliability	Responsiveness	Flexibility	Cost	Assets
Perfect Order Fulfillment	✓				
Order Fulfillment Cycle Time		✓			
Upside Supply Chain Flexibility			✓		
Upside Supply Chain Adaptability			✓		
Downside Supply Chain Adaptability			✓		
Supply Chain Management Cost				✓	
Cost of Goods Sold				✓	
Cash-to-Cash Cycle Time					✓
Return on Supply Chain Fixed Assets					✓
Return on Working Capital					✓

ที่มา : Supply Chain Council (Supply-Chain Operations Reference Model Overview, Version 8.0)



ท้ายสุด David B. Grant (2006) ได้พัฒนามาตรวัดการให้บริการลูกค้าของ Bernard J. La Londe และ Paul H. Zinszer (1976) โดยแบ่งองค์ประกอบการให้บริการด้านโลจิสติกส์เป็น 3 กลุ่มคือ

1. Pre-Transaction Elements
2. Transaction Elements
3. Post-Transaction Elements

รายละเอียดของมาตรวัดแต่ละกลุ่ม มีดังนี้

Pre-Transaction Elements

- Quality of sales representatives ความรู้ความสามารถของตัวแทนขาย
- Regular calls by sales reps การเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอของตัวแทนขาย
- Communicates target delivery dates การแจ้งวันส่งมอบสินค้าให้ทราบ

Transaction Elements

- Ordering convenience ความสะดวกง่ายดายในการติดต่อใช้บริการ
- Acknowledgement of orders วิธียืนยันการตกลงรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า
- Credit term offered รูปแบบของเงื่อนไขการชำระเงิน
- Perform services right the first time ดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ตั้งแต่ครั้งแรกที่ปฏิบัติการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
- Handling of queries การดำเนินการให้กับคำถาม/ข้อสงสัยต่างๆ จากลูกค้า
- Order cycle time ระยะเวลาตอบสนองคำสั่งซื้อจากลูกค้า
- Order cycle time reliability ความแน่นอนเชื่อถือได้ของระยะเวลาตอบสนองด้านบริการ
- On time deliveries การส่งมอบบริการได้ตรงเวลา
- Shipment shortages การส่งมอบสินค้าไม่ครบถ้วนตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง
- Shipment delays การส่งมอบสินค้าล่าช้า
- Ability to handle emergency orders ความสามารถในการให้บริการ ในกรณีเร่งด่วน
- Timely response to customers' requests ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว
- Solve customers' problems ช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในบริการด้านโลจิสติกส์
- Order tracing capability (Product Tracking or tracing) ความสามารถในการติดตามสถานะของสินค้า
- Order status information คุณภาพของข้อมูลสถานะสินค้า

Post-Transaction Elements

- Customer claims, complaints, returns การดำเนินการต่อข้อร้องเรียนของลูกค้า



- Accuracy of invoices and other documents ความถูกต้องของเอกสารใบแจ้งหนี้และเอกสารอื่นๆ
- Damage (concealed & visible) การรับผิดชอบต่อความเสียหาย

และจากผลการศึกษาของ David B. Grant (2006) นี้ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์แล้วพบว่า มิติที่วัดประสิทธิภาพประกอบด้วยมิติด้าน Efficiency และด้าน Effectiveness ซึ่งการวัดประสิทธิภาพโดยแบ่งเป็นช่วงเวลาคือ Pre-transaction, Transaction และ Post-transaction ทำให้สามารถรับทราบผลการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มติดต่อกู้ค่าไปจนถึงการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

3. ระเบียบวิธีวิจัย

จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยและบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ การให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ และการประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและโดยการนำกรอบการศึกษาของ David B. Grant (2006) ที่วัดประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ การปฏิบัติงานของบริษัทในช่วงก่อนที่จะมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Pre-transaction), การปฏิบัติงานของบริษัทภายหลังจากที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Transaction) และการปฏิบัติงานของบริษัทหลังจากที่บริษัทได้ทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า (Post-transaction) มาใช้ในการพัฒนาแบบประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยสำหรับการศึกษา

โดยการประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยจะใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ และทำการแบ่งประเภทตามกรอบการศึกษาของ David B. Grant (2006) โดยสำหรับดัชนีประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทในช่วงก่อนที่จะมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Pre-transaction) พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะพิจารณาความสามารถในส่วนการเตรียมความพร้อมของบุคลากรฝ่ายขายเพื่อรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า อาทิ การฝึกอบรม การแจ้งให้ลูกค้ารับทราบถึงวันที่จะส่งมอบสินค้าและนโยบายของบริษัท เป็นต้น ทางผู้วิจัยได้นำดัชนีประเมินฯ เหล่านี้มาจัดทำเป็นแบบสอบถามสำหรับประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยช่วงก่อนที่จะมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (Pre-Transaction Elements)

สำหรับดัชนีประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทภายหลังจากที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว (Transaction) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและจัดทำเป็นแบบสอบถามสำหรับประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยช่วงภายหลังจากที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว (Transaction)

และท้ายสุดดัชนีประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบริษัทหลังจากที่บริษัทได้ทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า (Post-Transaction Elements) ได้แก่ อัตราส่วนข้อร้องเรียนจากลูกค้าหลังจากที่ได้รับสินค้าหรือการบริการ ประเภทของข้อร้องเรียนส่วนใหญ่ที่บริษัทพบ ระยะเวลาที่บริษัทใช้ในการจัดการกับข้อร้องเรียนดังกล่าว อัตราส่วนของข้อผิดพลาดของเอกสารต่างๆ ที่ส่งให้กับลูกค้า โดยข้อมูลที่ได้จากในส่วนนี้จะถูกนำมาใช้กำหนดเป็นดัชนีที่จะนำมาประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยภายหลังจากได้ทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า



ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยแบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหาทั้งสิ้น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลด้านความสามารถในการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงแรกประสิทธิภาพการดำเนินงานก่อนที่จะมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ช่วงที่ 2 ประสิทธิภาพการดำเนินงานหลังจากที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว และช่วงที่ 3 ประสิทธิภาพการดำเนินงานหลังจากที่บริษัทได้ทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า

เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ เป็นการประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดประชากรที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers: LSPs) ของไทยทั่วประเทศที่มีการจัดการสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก จำนวนทั้งสิ้น 301 บริษัท โดยได้ทำการคัดเลือกมาจากสมาชิกของสมาพันธ์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย อันประกอบด้วย

1. สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA)
2. สมาคมตัวแทนการขนส่งสินค้าทางอากาศไทย (TAFA)
3. สมาคมขนส่งสินค้าเพื่อการนำเข้าและส่งออก (IM-EXTA)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลที่ได้กล่าวอ้างในเบื้องต้น ประกอบกับผลการศึกษางานวิจัยของโครงการ “การศึกษาระบบโลจิสติกส์ของการค้าไทย-จีน เพื่อรองรับข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน” กรณีศึกษา การค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน (ส่วนที่ 3 การศึกษาด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ผู้ให้บริการในระบบโลจิสติกส์) โดย รศ.ดร.รุธิร์ พนมยงค์ และคณะ, พฤศจิกายน 2550. ได้มีการสรุปผลงานวิจัยดังกล่าว พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีการจัดการสินค้าจากไทยไปจีนคิดเป็น 48% ของจำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยทั้งหมด

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงนำมาซึ่งผลของกลุ่มประชากรที่แท้จริงของการศึกษาในครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางการค้าไทยจีน คิดเป็น 48% ของจำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งหมด (301 ราย) หรือคิดเป็นจำนวนประชากรของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เท่ากับ 144 บริษัท ซึ่งในการสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยได้รับการตอบกลับจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่อยู่ในกลุ่มประชากรมาทั้งสิ้นจำนวน 96 บริษัท จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเป็นข้อมูลหลักในการวิเคราะห์ พร้อมทั้งการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาประกอบการวิเคราะห์ เพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางการค้าไทย-จีน มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

4) ผลของการวิเคราะห์วิจัย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะภาพรวมของธุรกิจและประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยหรือความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางการค้าไทย-จีน โดยการวิเคราะห์จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ตามกรอบแนวคิดของ David B. Grant กล่าวคือ ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจนั้น จะเน้นที่การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อาทิเช่น สัดส่วนร้อยละและการนับความถี่ โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะทำให้ทราบถึงลักษณะที่สำคัญๆ ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่มีการจัดการสินค้าบนเส้นทางการค้าไทย-จีนว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ขนาดของธุรกิจ ประเภทของการให้บริการ ประเภทของสินค้าที่มาใช้บริการ และจุดหมายปลายทางของการขนส่ง เป็นต้น และสำหรับในส่วนที่ 2 การประเมินประสิทธิภาพของผู้ให้บริการช่วง Pre-Transaction, Transaction และ Post-Transaction จะเน้นที่การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อาทิเช่น สัดส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) และค่า



ฐานนิยม (Mode) ในอันที่จะสะท้อนถึงความสามารถในการดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางการค้าไทย-จีน

จากการศึกษา ด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจนั้น พบว่า ลักษณะการถือหุ้นของธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีนนั้น ธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยที่มีเจ้าของ (ผู้ถือหุ้น) เป็นคนไทยโดยสมบูรณ์มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ รองลงมาคือธุรกิจที่มีผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนไทย และธุรกิจที่มีผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ตามลำดับ ซึ่งอาจจะสรุปได้ว่าการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์บนเส้นทางการค้าไทย-จีน นั้น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เป็นคนไทย ถือว่าครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด แต่หากพิจารณาจากรายได้ของปี พ.ศ. 2549 จะเห็นว่าธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางการค้าไทย-จีนนั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีรายได้จากการดำเนินงานโดยเฉลี่ยประมาณปีละ 1 ล้านบาทถึง 60 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63 และในทางกลับกัน ผู้วิจัยพบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีรายได้ในปี พ.ศ.2549 มากกว่า 60 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีลักษณะของธุรกิจที่มีชาวต่างชาติเป็นผู้ถือหุ้นโดยส่วนใหญ่ รวมถึงเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีคนไทยเป็นผู้ถือหุ้นโดยส่วนใหญ่ด้วย อันแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผลรวมของสัดส่วนธุรกิจที่มีชาวต่างชาติถือหุ้นโดยส่วนใหญ่ และธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีคนไทยถือหุ้นโดยส่วนใหญ่ จะมีสัดส่วนที่ไม่เกินร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดก็ตาม แต่รายได้จากการดำเนินงานในปี พ.ศ.2549 ของกลุ่มนี้กลับสามารถสร้างรายได้สูงถึงร้อยละ 37 ของรายได้รวมทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่ธุรกิจที่มีคนไทยถือหุ้นโดยสมบูรณ์และธุรกิจที่มีคนไทยถือหุ้นโดยส่วนใหญ่ที่มีจำนวนมากถึงร้อยละ 97 ของกลุ่มตัวอย่าง กลับสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้เพียงร้อยละ 63 ของรายได้ทั้งหมด โดยเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจของคนไทยไม่สามารถสร้างรายได้ได้เท่าที่ควรนั้น อาจมาจากการที่ธุรกิจของไทยมีการให้บริการที่ไม่หลากหลายเท่ากับธุรกิจที่ถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ ตลอดจนกิจกรรมที่ธุรกิจของคนไทยให้บริการนั้นไม่สามารถสร้างรายได้ได้มากเท่ากิจกรรมอื่นๆ และอีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านของเงินทุนในการดำเนินธุรกิจการให้บริการด้านโลจิสติกส์ จึงส่งผลให้รายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงปีพ.ศ.2549 อยู่ในระดับที่ไม่เกิน 60 ล้านบาท ทั้งๆ ที่แนวโน้มการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน หรือแม้กระทั่งการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ มีแนวโน้มของการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสิ่งนี้นับว่าเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยที่ทำให้ไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจได้

ส่วนในด้านการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในเส้นทางระหว่างไทย-จีน ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการในด้านพิธีการศุลกากร (Customs Clearance) และการให้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ให้บริการที่เป็น Freight Forwarder โดยสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ ไม่ว่าจะเป็นแบบเต็มตู้ (FCL) หรือแบบไม่เต็มตู้ (LCL) ซึ่งสินค้าหลักของไทยที่มีการส่งออกไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุดสามลำดับแรกในแง่ของปริมาณ ได้แก่ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าประเภทอาหาร และชิ้นส่วนยานยนต์ ตามลำดับ โดยมีจุดหมายปลายทางของการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุดตามปริมาณ ได้แก่ เซี่ยงไฮ้ ชิงเต่า ปักกิ่ง และกวางโจว ตามลำดับ ซึ่งล้วนแต่เป็นเมืองที่เป็นเขตเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมทางชายฝั่งตะวันออกที่มีความสำคัญของจีนทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในส่วนของสินค้าที่มีการนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า สินค้านำเข้าที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยมีการให้บริการจัดการสินค้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมายังประเทศไทยมากที่สุด 3 ลำดับแรกในแง่ของปริมาณก็เป็นสินค้าชนิดเดียวกับที่มีการให้บริการขนส่งจากประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั่นเอง ได้แก่



สินค้าประเภทอาหาร ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยจังหวัดหรือมณฑลในประเทศจีนที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยให้บริการขนส่งสินค้ามายังประเทศไทยมากที่สุดในแง่ปริมาณ ได้แก่ เชียงไฮ่ คุณหมิง ชิงเต่า เสินเจิ้น กวางโจว และปักกิ่ง ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สินค้าจากที่ส่งออกจากประเทศไทยเหล่านี้เป็นสินค้าที่ใช้เป็นชิ้นส่วนวัตถุดิบในการผลิต โดยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ทำการนำเข้าวัตถุดิบดังกล่าวจากประเทศไทยและทำการผลิตหรือประกอบ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและส่งออกกลับมาขายยังประเทศไทย ทำให้สินค้าเหล่านี้มีมูลค่าที่สูงขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในแง่ของดุลการค้าอีกด้วย และเมื่อทำการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน โดยแบ่งผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่ม Freight Forwarder, กลุ่ม Customs Clearance และ กลุ่ม Domestic Distributor/Transportation โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

Pre-Transaction เป็นการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัทในช่วงก่อนที่จะมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยพิจารณาจากการดำเนินงานในส่วนของผู้ขายเป็นหลัก เนื่องจากเป็นฝ่ายที่ต้องติดต่อโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งจะพบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยจะมีการฝึกอบรมพนักงานขายเป็นประจำทุก ๆ เดือน รวมทั้งมีการทดสอบความรู้ของพนักงานขายเป็นประจำ โดยพบว่า นอกจากนี้ทางผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยยังได้มีการแจ้งให้ลูกค้ารับทราบถึงนโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรของบริษัท (Written Statement Policy) รวมถึงเวลาการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย

Transaction เป็นการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัทภายหลังจากที่มีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยมีการประเมินประสิทธิภาพตามมิติต่างๆ ได้แก่ มิติด้านเวลา และมิติด้านความน่าเชื่อถือ

การประเมินประสิทธิภาพตามมิติด้านเวลา จะพิจารณาจากดัชนีต่างๆ อาทิเช่น Order Cycle Time (จำนวนวันที่นับตั้งแต่บริษัทได้รับการยืนยันการใช้บริการจนกระทั่งส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า), Cash Conversion Cycle (ระยะเวลาที่ลูกค้าชำระเงินภายใน Credit Term โดยเฉลี่ย หัก ระยะเวลาที่ชำระเงินให้ซัพพลายเออร์โดยเฉลี่ย), Handling of Queries (ระยะเวลาเฉลี่ยที่บริษัทของท่านสามารถตอบข้อซักถาม/ข้อสงสัยของลูกค้าได้ครบถ้วน นับจากได้รับข้อซักถาม/ข้อสงสัย) ซึ่งผลการประเมินมิติด้านเวลาพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการตามมิติด้านเวลาของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยระยะเวลาที่สามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้ออยู่ที่ประมาณ 10 วัน สำหรับลูกค้าที่อยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประมาณ 2 วันสำหรับลูกค้าในประเทศไทย ซึ่งหากเส้นทางที่กำลังก่อสร้างที่จะเชื่อมต่อระหว่างไทย-จีนแล้วเสร็จ จะทำให้ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าลดลง อันจะส่งผลให้ระยะเวลาการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าจะน้อยกว่า 10 วัน และสำหรับรอบการชำระเงินของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยก็อยู่ในระดับที่แข่งขันได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากบริษัทจะทำการจ่ายเงินออกไปก่อนแล้วจึงจะได้รับเงินค่าสินค้าจากลูกค้าภายในระยะเวลา 10 วัน ซึ่งระยะเวลาดังกล่าว ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถที่จะบริหารสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่การประเมินประสิทธิภาพตามมิติด้านความน่าเชื่อถือ จะพิจารณาจากดัชนีต่างๆ อาทิเช่น DIFOT (การที่บริษัทสามารถขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังจุดหมายปลายทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด โดยต้องครบถ้วนตามจำนวนที่ลูกค้ากำหนด), Perform Services Right the First Time (ระยะเวลาโดยเฉลี่ยบริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกที่ปฏิบัติการตามคำสั่งซื้อของลูกค้าคิดเป็นร้อยละเท่าใดของจำนวนคำสั่งซื้อทั้งหมด), Ability to Handle Emergency Orders (การที่บริษัทของท่านมีระบบในการให้บริการสินค้าหรือบริการอื่นๆ ในกรณีเร่งด่วนหรือไม่), Order Tracing Capability (การที่บริษัทของท่านมีระบบในการติดตามสถานะของสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าหรือไม่) ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ผู้



ให้บริการโลจิสติกส์ไทยไม่สามารถแข่งขันได้ในเรื่องของความน่าเชื่อถือในการส่งมอบสินค้า เนื่องจากระดับของการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาและครบจำนวนที่กำหนดนั้น ถือว่าอยู่ในระดับที่เท่าเทียมกัน รวมทั้งมีเพียงกึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์เท่านั้นที่มีระบบติดตามสถานะของสินค้าที่อยู่ระหว่างขนส่ง ซึ่งหากลูกค้าต้องการทราบสถานะของสินค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์หลายรายจะไม่สามารถแจ้งให้ลูกค้ารับทราบได้ ส่งผลให้ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ดังกล่าวลดลง

Post-Transaction เป็นการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัทหลังจากที่บริษัทได้ทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า ผลการศึกษา พบว่า ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพในด้านของการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยหากสามารถลดจำนวนการร้องเรียนเหล่านี้ลงได้ก็จะยิ่งเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ซึ่งข้อร้องเรียนโดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการที่สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง รองลงมา คือ การส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด ข้อผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในด้านของเอกสาร และการได้รับสินค้าไม่ครบตามปริมาณที่ส่งไป โดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้กับลูกค้าได้ภายในเวลา 1 สัปดาห์ ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ลูกค้าสามารถรับได้

5) บทสรุป

การศึกษาประสิทธิภาพของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยที่ให้บริการขนส่งสินค้าบนเส้นทางไทย-จีน ในปัจจุบันผู้ประกอบการไทยเริ่มให้ความสำคัญกับการค้าระหว่างไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมากขึ้น ซึ่งจะสังเกตเห็นได้จากสถิติการนำเข้าส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีมูลค่าและปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทยเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ยังมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือหรืออำนาจต่อรองทางการค้าร่วมกันในระดับที่น้อย รวมทั้งการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งร่วมกันนี้ จะต้องมีการแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ที่มีความจำเป็น ซึ่งผู้ประกอบการเองก็ต้องพยายามสร้างอำนาจต่อรองให้เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ส่วนของการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นประเด็นที่เกิดจากการที่ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีระดับการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาและครบตามจำนวนที่ลูกค้ากำหนดอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ และข้อร้องเรียนจากลูกค้าก็มีสัดส่วนที่สูง ทางผู้ให้บริการเองจะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการมากที่สุด โดยอาจนำระบบสารสนเทศ อาทิเช่น บริการระบบติดตามสถานะของสินค้า (Tracking System) ซึ่งในปัจจุบันบริการดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาในการเลือกใช้บริการ ในขณะที่ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในระดับโลก (Global Companies) สามารถนำเสนอระบบติดตามสถานะของสินค้า (Tracking System) นี้ให้แก่ลูกค้าได้ก็จะช่วยให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

และเนื่องจากการศึกษานี้ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทยบนเส้นทางไทย-จีน โดยผลการศึกษาเป็นการเปรียบเทียบประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จำแนกตามลักษณะการให้บริการ ได้แก่ Freight Forwarder, Customs Clearance และ Domestic Distribution/Transportation ซึ่งผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผู้ให้บริการในมิติอื่นๆ อาทิเช่น ขนาดหรือรายได้ของบริษัทที่แตกต่างกันก็น่าที่จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้



ให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้มีความแตกต่างกันด้วย กล่าวคือ บริษัทขนาดใหญ่จะให้ความสำคัญกับการดำเนินงานมากกว่าบริษัทขนาดเล็กซึ่งจะไม่ค่อยให้ความสนใจกับการดำเนินงานมากนัก และขนาดของผู้ให้บริการก็จะส่งผลในแง่ของอำนาจการต่อรองสูงทำให้รอบการชำระเงิน (Cash Conversion Cycle) มีค่าเป็นลบสูงกว่าบริษัทขนาดเล็กที่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่า เป็นต้น ดังนั้น นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ควรจะมีการเปรียบเทียบในมิติของขนาดบริษัท รายได้ของบริษัท และมิติที่สำคัญอื่นๆ ด้วย เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์มากที่สุด

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีการหลากหลายทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการใช้แบบสอบถามในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสะท้อนภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงประสบการณ์และอาจเป็นข้อมูลที่นำไปวัดผลเป็นภาพรวมยังไม่สมบูรณ์ สำหรับตัวเลขเชิงปริมาณสำหรับส่วนของรายได้และค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการมีข้อจำกัดเนื่องจากเป็นความลับจึงเปิดเผยเท่าที่ทำได้ นอกจากนี้ข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่น้ำมันมีความผันผวนเป็นอย่างมาก ดังนั้นข้อมูลที่เสนอ ณ เวลานี้จะสามารถสะท้อนภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการขณะที่ทำการวิจัยเท่านั้น อีกทั้งมีข้อจำกัดด้วยเวลาในการสำรวจซึ่งยังไม่อาจดำเนินการได้ครอบคลุมทั่วประเทศไทย

บรรณานุกรม

- [1] พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล “สถานภาพและศักยภาพของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศไทย”, ศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 2548.
- [2] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2549-2553, ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2549.
- [3] สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, “โครงการพัฒนารฐานข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมส่งออกไทย (ระยะที่ 1), 2547, (ระยะที่ 2), 2548.
- [4] สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, “โครงการวินิจฉัยความสามารถทางด้าน Logistics ของผู้ประกอบการธุรกิจ”, 2550.
- [5] สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย “โครงการ การศึกษาระบบโลจิสติกส์ของการไทย-จีนเพื่อรองรับข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน กรณีศึกษา การค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน”, 2549.
- [6] David B. Grant, Fundamentals of logistics management, McGraw-Hill, 2006.
- [7] Lambert D. M., Stock J. R. and Ellram L. M., Fundamentals of Logistics Management, McGRAW-HILL, 1998.
- [8] Lieb & Bentz, The North American third party logistics industry in 2004: the provider CEO perspective, 2005.