



การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทย ในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

ชุมพล มณฑาทิพย์กุล^{1*}, ช่อทิพย์ ลือไชยวุฒิ¹

¹ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม สาขาการจัดการโลจิสติกส์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10140

โทร 0-2470 9799 โทรสาร 0-2470 9798 E-mail * en_chumpol@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยเครื่องมือวิจัยที่ใช้คือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการสำรวจพบว่าศักยภาพความพร้อมในการประสานความร่วมมือของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีปัจจัยที่สามารถจัดเรียงลำดับได้คือ ความเชื่อถือไว้วางใจ เทคโนโลยี วัฒนธรรมองค์กร และการให้การสนับสนุนจากผู้บริหาร ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยในเชิงลึกพบว่าปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจนั้นมีความพร้อมในการเก็บรักษาความลับข้อมูลการค้าของคู่ค้าสูงสุด ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความพร้อมในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับคู่ค้าสูงสุด ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความพร้อมเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กรสูงสุด และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความพร้อมในการลงทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างความร่วมมือกันกับคู่ค้าสูงสุด รวมทั้งสามารถสรุปได้ว่า การประสานความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้านั้น จะสำเร็จได้ต้องอาศัยความเชื่อถือไว้วางใจกันเป็นสำคัญ และต้องมีการริเริ่มการทำงานร่วมกันเพื่อศึกษาหาวิธีการที่จะประสานกันและเพื่อพัฒนาระดับความสัมพันธ์ ก่อนที่จะพัฒนาเป็นเครือข่ายความร่วมมือที่กว้างขวางได้ รวมถึงการศึกษำขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาประสานความร่วมมือกันในกลุ่มได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

คำสำคัญ: พันธมิตรทางธุรกิจ / การประสานความร่วมมือ/ การสร้างเครือข่ายธุรกิจ

1. ที่มาและความสำคัญ

ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การบริหารจัดการกระบวนการภายในโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็นกลไกที่สำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในทุกระดับธุรกิจ [4] การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) นอกจากจะมีบทบาทกับธุรกิจการค้าและการบริการแล้ว การจัดการโซ่อุปทานยังเป็นแนวทางในการประสานความร่วมมือทางธุรกิจโดยเริ่มต้นจากกลุ่มผู้จัดส่งวัตถุดิบผ่านระบบธุรกิจอุตสาหกรรมไปจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ทำให้สมาชิกในโซ่อุปทานสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ [3] และการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Alliance) โดยการให้ความร่วมมือกันทำธุรกิจในสภาวะที่มีการแข่งขันรุนแรงทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่นการให้ความร่วมมือในด้าน การให้บริการขนส่งสินค้าและการให้บริการในด้านโลจิสติกส์ต่างๆ การใช้ทรัพยากรร่วมกัน การแบ่งปันข้อมูลและทักษะการทำงาน เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน เป็นการเสริมสร้างความ



แข็งแกร่งให้กับกลุ่มพันธมิตรและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ความสำคัญของการจัดการด้านการขนส่งในระบบโลจิสติกส์ ในการปรับปรุงประสิทธิภาพนั้นควรมองทั้งระบบเป็นเครือข่าย กิจกรรมขนส่งอาศัยเครือข่ายเพื่อให้เกิดประโยชน์จากขนาด (Economy of scale) การเป็นเครือข่ายคือพลังสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้นในการประสานความร่วมมือกันในรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกจึงถูกนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางและศึกษาถึงอุปสรรคและปัจจัยที่จะทำให้เกิดความร่วมมือกันของแต่ละกลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า รวมถึงโอกาสที่จะสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน [7]

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. พันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Alliance) พันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) คือ การตกลงให้ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจระหว่างบริษัทสองบริษัทขึ้นไป เพื่อเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันและเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะการแข่งขัน โดยกลยุทธ์นี้ใช้การรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในการให้บริการครบวงจรครอบคลุมทุกพื้นที่และมีประสิทธิภาพสูง โดยการประสานความร่วมมือภายในกลุ่ม (Collaboration) มีการแบ่งปันผลได้และรับความเสี่ยงร่วมกัน ใช้ทรัพยากรที่มีร่วมกันและพยายามลดต้นทุนให้มากที่สุด รวมถึงการกำจัดกิจกรรมที่ด้อยประสิทธิภาพ สร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ และเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจ การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจให้ได้นั้น แต่องค์กรต้องหาพันธมิตรที่จะเสริมจุดแข็งและลบจุดอ่อน พันธมิตรทางธุรกิจที่ดี จะทำให้อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์สูงขึ้นและมีต้นทุนต่ำลง การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการด้านการขนส่งสินค้าในประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ [2]

- เพื่อการขยายขอบเขตการบริการของธุรกิจ
- การแลกเปลี่ยนหรือใช้ทรัพยากรร่วมกันในกรณีที่ธุรกิจมีทรัพยากรไม่เพียงพอ
- การลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าโดยการเพิ่มโอกาสในการให้บริการขนส่งที่ยากกลับ
- สร้างโอกาสในการขยายธุรกิจไปในตลาดใหม่
- การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการขนส่ง
- กระจายความเสี่ยงในธุรกิจโดยไม่มีติดต่อกับแค่ตลาดหรือสินค้าบริการกลุ่มเดียว
- ได้รับผลประโยชน์จากความเกี่ยวพันกันของธุรกิจ (Synergy) ซึ่งจะสามารถมีการถ่ายโอนเทคโนโลยี ประสิทธิภาพ และทรัพย์สินหลายประเภทระหว่างหน่วยธุรกิจ
- สามารถเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน

2.2. การประสานความร่วมมือ (Collaboration) ในการวางแผน (Planning) การพยากรณ์สินค้า (Forecasting) และการเติมเต็มสินค้า (Replenishment) หรือ (CPFR) คำจำกัดความของ CPFR คือ รูปแบบกิจกรรมทางธุรกิจ 9 ขั้นตอนที่มีมุ่งเน้นการปรับปรุงความเที่ยงตรงของการพยากรณ์ยอดสั่งซื้อและตามมาด้วยการเติมเต็มคำสั่งซื้อ CPFR ต้องการความร่วมมือทางการค้าจากคู่ค้าในด้านกิจกรรมทางการขายและการวางแผนความต้องการรวมถึงการออกคำสั่งซื้อ โดยการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยปรับประสิทธิภาพในการสื่อสารและแบ่งปันข้อมูล การปรับปรุงขั้นตอนโดยรวมและการสื่อสารระหว่างคู่ค้าร่วมธุรกิจกัน มีการวางแผน, พยากรณ์และจัดสร้างเกณฑ์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญในองค์กรและดำเนินการตามเป้าหมาย การวางแผนความต้องการที่ดีที่สุดสามารถลดความไม่แน่นอนและส่งเสริมให้เกิดความแม่นยำ และการเติมเต็มสินค้าในชั้นวางได้อย่างทันเวลา ทำให้เพิ่มยอดขายและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น



เหตุผลของการใช้ CPFR คือการพยากรณ์ยอดขายที่ถูกใช้เพื่อการการเติมเต็มคำสั่งซื้อโดยอัตโนมัติ แต่อย่างไรก็ตามในขั้นตอนที่มีใน CPFR ไม่มีส่วนประกอบ, การปฏิบัติการหรือขั้นตอนใดๆ ที่กล่าวเกี่ยวกับการจัดการกับคำสั่งซื้อนั้นๆ อย่างเช่นกิจกรรมการขนส่งการกระจายสินค้าที่นำคำสั่งซื้อไปสู่ขั้นตอนการจัดส่ง การตัดสินใจเลือกประเภทการจัดส่ง/ผู้รับขนส่ง และการรับมอบ ตารางเวลาขั้นตอน การส่งและการติดตาม สินค้ารวมถึงการจ่ายค่าระวางสินค้าที่ไม่ได้กล่าวไว้ในขั้นตอนของ CPFR ซึ่งขบวนการเหล่านี้จะถูกนำเสนอเพิ่มเติมหลังจากการที่คำสั่งซื้อที่ถูกต้องได้ถูกส่งออกไป การเปลี่ยนแปลงการพยากรณ์ยอดขายไปสู่การพยากรณ์การจัดส่งและเพื่อให้มั่นใจได้ว่าคำสั่งซื้อจะได้รับการเติมเต็มในจำนวนที่ถูกต้องและตรงเวลา

2.3. การเพิ่มคุณค่าด้วยการใช้การประสานความร่วมมือบริหารงานขนส่งสินค้า (Collaborative Transportation Management) หรือ (CTM) การประสานความร่วมมือบริหารงานขนส่งสินค้า CTM ได้นำขั้นตอนของ CPFR ที่กล่าวข้างต้นมาประยุกต์ และนำเสนอการทำงานรูปแบบใหม่โดยการร่วมมือกันบริหารการจัดส่งสินค้า โดยรับช่วงต่อข้อมูลที่ได้จากการทำ CPFR และนำมาดำเนินการต่อได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยการขจัดกระบวนการทำงานที่ไร้ประสิทธิภาพจากระบบการให้บริการขนส่งสินค้าและการให้บริการทางโลจิสติกส์เพราะ มีส่วนช่วยลดเวลารอคอยในการรับส่งสินค้า, ทำให้การรับขนส่งอย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้นของยานพาหนะภายในเครือข่ายขนส่ง, ช่วยลดการวิ่งตีเปล่าโดยการลำดับงานเส้นทางให้กับรถขนส่งในเครือข่าย, ช่วยลดความผิดพลาดในการขนส่งที่อาจทำให้สินค้าเกิดความเสียหายและช่วยลดความผิดพลาดในการวางบิลและการสื่อสารที่ผิดพลาด ประโยชน์จากการนำ CTM ไปใช้ไม่เพียงแต่ในด้านการจัดส่งสินค้าในรูปแบบปกติที่แค่ส่งสินค้าให้กับลูกค้าในห่วงโซ่อุปทานเท่านั้น แต่ยังสามารถไปถึงการส่งสินค้ากลับคืนอีกด้วย โดยการส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างคู่ค้าทางธุรกิจและผู้ประกอบการขนส่งเพื่อการส่งคืนสินค้าหรือการลดการจัดเก็บสินค้าและการส่งคืนสินค้าที่นำไปใช้ใหม่หรือวัสดุที่ใช้ซ้ำได้

2.4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสร้างพันธมิตรในโซ่อุปทานโดยพิจารณาจากความสามารถและความสนใจของแต่ละบริษัท เมื่อเลือกคู่พันธมิตรได้แล้วบริษัทควรจะจัดตั้งความสัมพันธ์ที่เรียกว่า พันธมิตรทางยุทธศาสตร์ (Strategic Alliance) ขึ้นมา ซึ่งหมายถึง กระบวนการที่บริษัททั้งคู่ตกลงที่จะแบ่งสรรข้อมูลลงทุนร่วมกันและปรับปรุงการทำงานต่างๆร่วมกัน คู่พันธมิตรควรเปิดเผยข้อมูลได้และปราศจากความลับระหว่างกัน ข้อมูลดังกล่าวได้แก่ แผนทางธุรกิจ การพยากรณ์ ข้อมูลการขาย ข้อมูลคงคลัง และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการไหลของผลิตภัณฑ์ จากนั้นในการที่จะพัฒนาไปสู่พันธมิตรทางยุทธศาสตร์มี 3 ขั้นตอนที่จะต้องคำนึงถึงนั่นคือ ร่วมสร้างความเข้าใจในหลักการ การเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน และยืนยันความเป็นพันธมิตร [1]

Beckett [8] ได้นำเสนอว่าการประสานความร่วมมือเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อม และกลยุทธ์นี้ยังเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ระดับของความเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จของการประสานความร่วมมือ โดยเริ่มต้นจากการศึกษาความเสี่ยง จะทำให้สามารถพัฒนาความเชื่อมั่นได้อย่างรวดเร็วขึ้น การสนับสนุนการสร้าง ความเชื่อถือต้องมีการสื่อสารระหว่างธุรกิจ การสื่อสารเหล่านี้ต้องมีความเป็นส่วนตัว, ความสนิทสนม, มีความถี่และความสมบูรณ์ ยังเป็นที่เข้าใจได้ว่าธรรมชาติของความสัมพันธ์ที่ก่อตั้งระหว่างผู้ร่วมธุรกิจจะหลากหลาย เริ่มจากความสัมพันธ์แบบช่วงแขน ที่มีราคาเป็นฐานความสัมพันธ์ (Arms-Length Price-Based Relationship) เป็นความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อถือกันในระดับต่ำ ไปจนถึงความร่วมมือกันในระดับความสัมพันธ์แบบร่วมกัน พัฒนาที่เป็นความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมั่นในระดับสูง

ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ ต้องมีการทำงานร่วมกันและสภาวะผู้นำยังคงเป็นเรื่องสำคัญ ในการดำเนินการขององค์กรเสมือนจริงนี้ถูกสร้างขึ้นจาก “ความสมัครใจ” ยังมีการสำรวจได้ว่าความสามารถของ

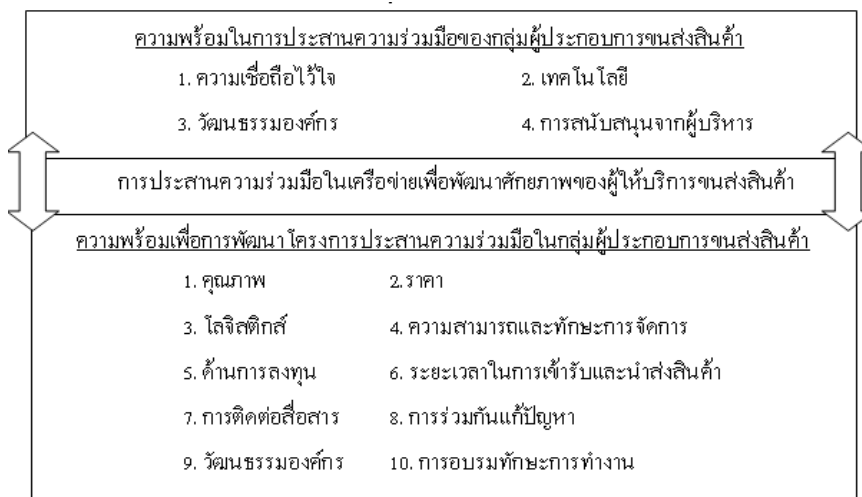


องค์กรประเภทนี้อาจมีความจำเป็นที่ต้องระดม “ความสมัครใจ” ที่เป็นความแตกต่างไปจาก “การใช้คำสั่งและควบคุม” ที่ยังคงมีการใช้อยู่ในองค์กรอื่นๆ โดยหากสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถนำไปปฏิบัติได้ทั้งหมด มิตรภาพที่ดีและยิ่งใหญ่จะเกิดขึ้นในระบบทั้งหมด

การดำเนินธุรกิจในยุคนี้จำเป็นต้องหันมาจับมือกับธุรกิจรอบตัว ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ ความร่วมมือระหว่างธุรกิจในแนวดิ่งจะรวมถึงธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลผลิตจริงในสายการผลิตของตน ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ, ผู้จัดส่ง, ผู้ผลิต, ผู้กระจายสินค้าและลูกค้า ส่วนความร่วมมือในแนวราบนั้นจะรวมถึงธุรกิจที่มีลักษณะส่งเสริม สนับสนุนหรือเป็นคู่ค้าที่มีประโยชน์ก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต หรือยกระดับความสามารถของตนได้ ซึ่งอาจจะเป็นธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แนวความคิดการหันมาจับมือกับธุรกิจรอบตัวนี้เป็นแนวคิดที่เรียกว่า โซ่อุปทาน (Supply Chain)

3. วิธีกรวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพร้อมในการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการสร้างเครือข่ายประสานความร่วมมือกัน ในการนำโครงการประสานความร่วมมือในกลุ่มพันธมิตรทาง ธุรกิจ (Strategic Alliance) รวมทั้ง การศึกษาแนวทางการประสานความร่วมมือในกรอบแนวคิดของ CPFR และ CTM มาใช้ เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าวให้ความสำคัญกับความพร้อมในการประสานความร่วมมือ และความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนารูปแบบธุรกิจ ในการศึกษาสำรวจจึงมุ่งความสนใจไปที่ความพร้อมในการประสานความร่วมมือ และความพร้อมในการประสานความร่วมมือ เพื่อพัฒนาการดำเนินงานในโครงการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้า จากการทบทวนเอกสารต่างๆ ที่ได้ทำการศึกษามาสามารถสรุปเป็นปัจจัยความพร้อมในการนำ CTM มาใช้ 4 ปัจจัย และปัจจัยความพร้อมเพื่อการพัฒนาโครงการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า 10 ปัจจัย และกรอบแนวคิดในการศึกษาสรุปได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการศึกษา

3.1. กลุ่มประชากร ในการศึกษาความพร้อมในการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ก่อนการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการขนส่งสินค้า กลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาเป็นกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ ผู้วิจัยจึงใช้การเลือกกลุ่มประชากรอย่างจงใจ (Purposive Sampling) หรือการเลือกประชากร



ด้วยดุลยพินิจ (Judgement Sampling) การที่ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกกลุ่มประชากรแบบนี้เนื่องจากเห็นว่ามีความเหมาะสมกับหัวข้อในการวิจัย ซึ่งในกรณีนี้ดุลยพินิจจะมีความสำคัญมากกว่าความน่าจะเป็นของการเลือกกลุ่มประชากร [5] ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของบริษัทจำนวนทั้งหมด 40 ราย

3.2. ประเภทของข้อมูล จากการศึกษาข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจขนส่งสินค้า สามารถสรุปหัวข้อที่ต้องการสำรวจได้ 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามสำรวจถึงลักษณะของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ลักษณะการลงทุน รายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนรถบรรทุก และเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามสำรวจถึงปัญหาในการให้บริการขนส่งสินค้าและแนวทางการปรับปรุงของผู้ประกอบการ ซึ่งข้อมูลต่างๆที่ได้จะสามารถบ่งบอกถึงความต้องการที่จะมีการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า และประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการบางรายเคยประสานความร่วมมือในเครือข่ายย่อยๆมาแล้วในรูปแบบของการแบ่งปันรถบรรทุกเพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้า

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสำรวจถึงความพร้อมในการประสานความร่วมมือมาใช้ จากการศึกษาข้อมูลในส่วนของทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปถึงปัจจัยในการประสานความร่วมมือได้เป็น 4 ปัจจัย โดยในแต่ละปัจจัยจะมีการแยกประเด็นรายด้านในการศึกษา และวิธีในการสำรวจจะวัดความพร้อมในการประสานความร่วมมือนี้ใช้วิธีวัดระดับความพร้อม แบ่งเป็น 5 ระดับ (1=น้อยที่สุด, 2=น้อย, 3=ปานกลาง, 4=มาก, 5=มากที่สุด) และประเด็นการศึกษาความพร้อมในการประสานความร่วมมือก่อนเริ่มโครงการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้ามาใช้ประกอบไปด้วย

- ปัจจัยความพร้อมด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าระหว่างกัน (Sensitive Data), การรักษาความลับข้อมูลของลูกค้า, ความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้าและการแบกรับภาระความเสี่ยงร่วมกัน
- ปัจจัยความพร้อมด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วย ทักษะทางเทคโนโลยีของบุคลากร, การลงทุนทางเทคโนโลยี, การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเทคโนโลยีในการติดต่อกับลูกค้า
- ปัจจัยความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร, ทิศนคติของพนักงานต่อการเปลี่ยนแปลงการทำงาน, การทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กรและ การสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร
- ปัจจัยความพร้อมด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ประกอบด้วย การพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกัน, การสร้างวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน, การให้การสนับสนุนด้านการจัดการ (ทรัพยากรบุคคล การสร้างทางเทคนิค เวลา และเงินทุน) และให้การสนับสนุนการลงทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างความร่วมมือ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามประยุกต์มาจากปัจจัยองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างการประสานความร่วมมือในอุตสาหกรรมของ [3] และจากข้อมูลความต้องการเฉพาะภายในธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้า โดยแบบสอบถามจะสำรวจถึงระดับความพร้อมในการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาและความสามารถในการดำเนินงานของแต่ละปัจจัยในธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้า การวัดระดับความพร้อมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานการบริการขนส่งสินค้า ใช้วิธีวัดระดับความพร้อม 5 ระดับ (1=น้อยที่สุด, 2=น้อย, 3=ปานกลาง, 4=มาก, 5=มากที่สุด) โดยปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาจะมีรายละเอียดที่อธิบายถึงความต้องการในการพัฒนาของแต่ละปัจจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้



- 1.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านคุณภาพ ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ ความสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ครบถ้วน และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการลูกค้า
- 2.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านราคา ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ การปรับกลยุทธ์ในด้านการจัดการเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เพื่อคงราคาในการให้บริการต่อลูกค้าให้เป็นราคาที่แข่งขันได้
- 3.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านโลจิสติกส์ ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ การปรับปรุงกระบวนการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและเป็นประโยชน์ต่อการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้ใช้บริการในธุรกิจงานบริการขนส่งสินค้า
- 4.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านความสามารถและทักษะการจัดการ ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ การสร้างความร่วมมือในการวางแผน เช่น การบริหารการตลาด การเงิน ต้นทุน เป็นต้น
- 5.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านระยะเวลาในการเข้ารับและนำส่งสินค้า ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ สามารถกำหนดระยะเวลาในการเข้ารับและส่งมอบสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า
- 6.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านการลงทุน ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ มีประวัติทางการเงินที่ดี และมีแนวโน้มการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจในอนาคต
- 7.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านการติดต่อสื่อสาร ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ ความพร้อมในทุกช่องทางติดต่อกันในเครือข่าย เพื่อให้สามารถติดตามตำแหน่งรถให้พร้อมรับงานได้ตลอด
- 8.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านการแก้ปัญหาพร้อมกัน ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ มีความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน
- 9.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านการอบรมทักษะการทำงาน ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ มีการส่งพนักงานเข้ามอบรมความรู้ในโรงงานของลูกค้า เกี่ยวกับการวางแผนการจัดส่ง การจัดการคุณภาพ และด้านเทคโนโลยี
- 10.) ปัจจัยการพิจารณาความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กร ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ การประสานความร่วมมือในการสร้าง Team Work ระหว่างองค์กรร่วมกัน

ส่วนที่ 5 เป็นปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการประสานความร่วมมือระหว่างคู่ค้า แบบสอบถามแบบปลายปิด ในการเลือกปัญหา อุปสรรคในการประสานความร่วมมือกับคู่ค้าในธุรกิจบริการขนส่งสินค้า และข้อเสนอแนะที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการประสานความร่วมมือระหว่างคู่ค้า

3.3. การทดสอบแบบสอบถาม ก่อนที่จะมีการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต้องมีการทดสอบแบบสอบถาม ซึ่งการทดสอบนี้ทำเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม และกระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบ จะทำเหมือนกับการเก็บข้อมูลจริง ทั้งวิธีการเลือกตัวอย่าง การเก็บข้อมูล และวิธีการสำรวจ โดยผลจากการทดสอบแบบสอบถาม แสดงได้ดังตารางที่ 1

จากตารางที่ 1 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีของ Cronbach Alpha แบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 ความพร้อมในการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่ง ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้สูงหรือค่อนข้างสูง [5] และมีข้อเสนอแนะในบางประเด็นซึ่งผู้วิจัยได้มีการแก้ไขปรับปรุงจนเรียบร้อยแล้ว จึงได้จัดแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป



3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผล สำหรับการออกภาคสนาม ผู้วิจัยได้ประสานกับผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานด้วยตัวเอง ทั้งการส่งแบบสอบถามทางโทรสาร การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และทางจดหมาย

ตารางที่ 1: ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และ 4

	คุณลักษณะ	ค่าความเชื่อมั่น
แบบสอบถามส่วนที่3	ปัจจัยความพร้อมต่อการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่ง	0.8638
	ปัจจัยด้านความเชื่อใจ	0.8651
	ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.8723
	ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.8539
	ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	0.8637
แบบสอบถามส่วนที่4	ความพร้อมในการพัฒนาการดำเนินงานโครงการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	0.8679

การขอความอนุเคราะห์เพื่อแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และการนัดหมายสัมภาษณ์สำหรับผู้ที่ไม่สามารถตอบแบบสอบถามผ่านทั้ง 2 วิธีข้างต้น โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 45 วัน คือ ตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม 2550 ถึง 5 กุมภาพันธ์ 2551

จากการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกและกลุ่มผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ ที่ถูกคัดเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามที่ถูกส่งออกไปมีจำนวน 250 ชุด ได้รับการตอบกลับมาโดยสมบูรณ์จำนวน 40 ชุด ซึ่งอัตราแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมากคิดเป็นร้อยละ 16 ของชุดแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งจากจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาก สามารถให้ความแม่นยำในการประมวลผลได้จากแนวคิด Backstom และ Hursh [9] ได้กำหนดว่าในงานวิจัย นักวิจัยต้องใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 5% ของจำนวนประชากรทั้งหมด จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ทำให้อัตราการตอบกลับเพื่อนำไปประมวลผลของแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

หลังจากได้แบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเอง จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการเข้ารหัส และประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows แล้วจึงนำผลได้มาทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับความพร้อม จากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้ามาใช้ ดังนี้

- ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพร้อมมากที่สุด
- ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพร้อมมาก
- ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพร้อมปานกลาง
- ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพร้อมน้อย
- ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพร้อมน้อยที่สุด

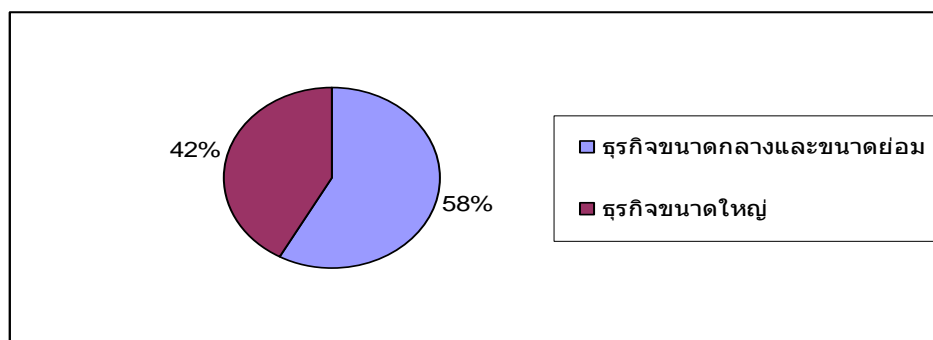
โดยสถิติที่ใช้ คือสถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าสถิติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) วิธีการทดสอบของเซฟเฟ [5] หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว



ผู้วิจัยจะได้นำเสนอข้อมูลทั้งหมดโดยใช้ตาราง และวิเคราะห์ความหมายจากตารางทั้งหมด โดยการนำเสนอเรียงลำดับตามประเด็นในแบบสอบถามที่กำหนดไว้

4. ผลการวิจัย

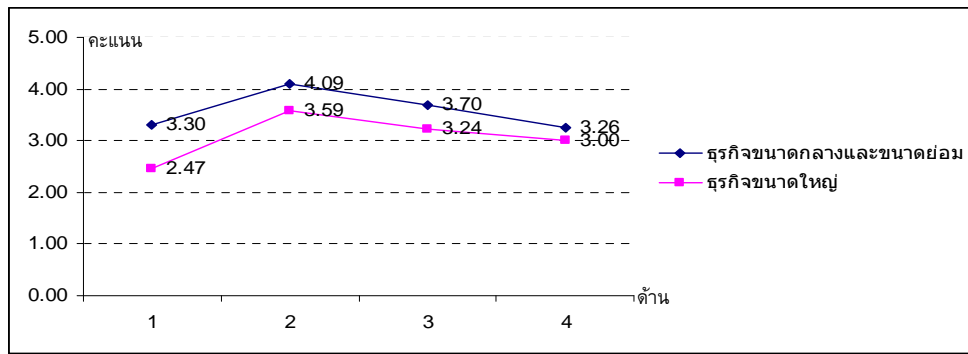
4.1. การจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของธุรกิจ ข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาถึงความพร้อมในการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจในด้านกิจการขนส่งสินค้ามีจำนวน 31 ราย จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 โดยสามารถจำแนกผู้ประกอบการออกเป็นสองกลุ่มตามขนาดของธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งขนาดตามกฎหมายกระทรวงกำหนดการจ้างกำหนดการจ้าง [6] ได้กำหนดการจัดขนาดของธุรกิจไว้ว่าธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 200 คนจะจัดเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก แต่ธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คนจะจัดเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ จากผลการศึกษา ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจำนวน 17 ราย ร้อยละ 42 มีจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คน จัดเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ และจำนวน 23 ราย ร้อยละ 58 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 200 คน จัดเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็ก ดังที่แสดงไว้ในรูปที่ 2



รูปที่ 2: แผนภูมิแสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามขนาดธุรกิจ

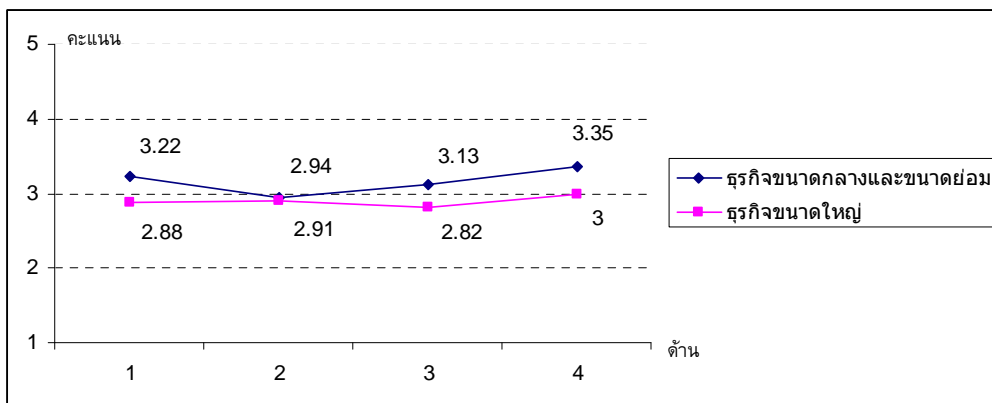
4.2. ปัจจัยความพร้อมต่อการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายละเอียดความพร้อมต่อการประสานความร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ โดยแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1. ปัจจัยทางด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ปัจจัยความพร้อมทางด้านความเชื่อถือไว้วางใจยังแบ่งออกเป็นความเชื่อถือไว้วางใจในด้านต่างๆ 4 ด้านคือ 1) ความพร้อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Sensitive Data) 2) ความพร้อมในการเก็บรักษาความลับข้อมูลการค้าของคู่ค้า 3) ความพร้อมเกี่ยวกับความเข้าใจในลักษณะธุรกิจของคู่ค้า และ 4) ความพร้อมในการแบกรับภาระความเสี่ยงร่วมกัน ซึ่งสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 3 จากรูปที่ 3 แสดงว่าธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและขนาดใหญ่มีระดับความเชื่อถือไว้วางใจในระดับความพร้อมปานกลาง เพราะมีระดับคะแนนอยู่ในช่วง 2.51 – 3.50 ยกเว้นในด้านที่ 1 สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ (เพราะได้คะแนนเท่ากับ 2.47) ด้านที่ 2 ของธุรกิจทุกขนาด (เพราะได้คะแนนมากกว่า 3.50) และด้านที่ 3 สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (คะแนน = 3.70)



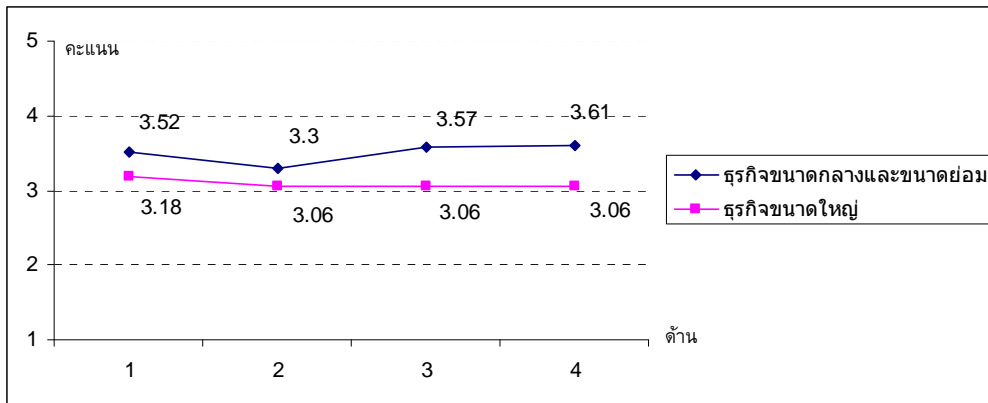
รูปที่ 3: แผนภูมิแสดงค่าความพร้อมด้านความเชื่อใจไว้วางใจในกลุ่มผู้ประกอบการแยกตามขนาดของธุรกิจ

4.2.2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ปัจจัยความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ 1) ความพร้อมของทักษะทางเทคโนโลยีของบุคลากร 2) ความพร้อมในการลงทุนเพื่อปรับปรุงเทคโนโลยี 3) ความพร้อมของเทคโนโลยีในการติดต่อกับคู่ค้า และ 4) ความพร้อมในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับคู่ค้า (ดูรูปที่ 4) จากรูปที่ 4 สามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการทุกขนาดมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับปานกลาง เพราะทุกระดับคะแนนอยู่ในช่วง 2.51 – 3.50



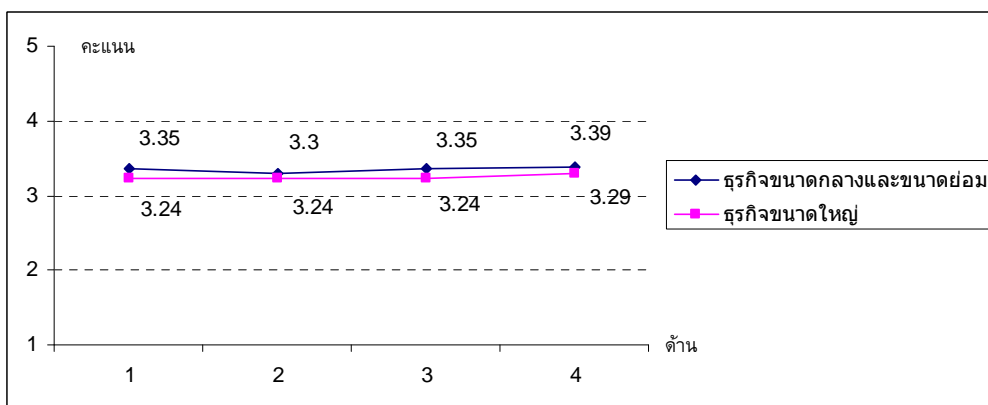
รูปที่ 4: แผนภูมิแสดงค่าความพร้อมด้านเทคโนโลยีในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งแยกตามขนาดของธุรกิจ

4.2.3. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยความพร้อมทางด้านวัฒนธรรมองค์กรแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ 4 ด้าน (รูปที่ 5) คือ 1) ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานภายในองค์กร 2) ความพร้อมของทัศนคติของพนักงานต่อการเปลี่ยนแปลงการทำงาน 3) ความพร้อมในการทำงานร่วมกับคู่ค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร และ 4) ความพร้อมเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร จากรูปที่ 5 จะได้ว่าผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมมีระดับความพร้อมมากในทุกๆ ด้าน (ยกเว้นด้านที่ 2) ส่วนผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะมีความพร้อมในระดับปานกลางเท่านั้น



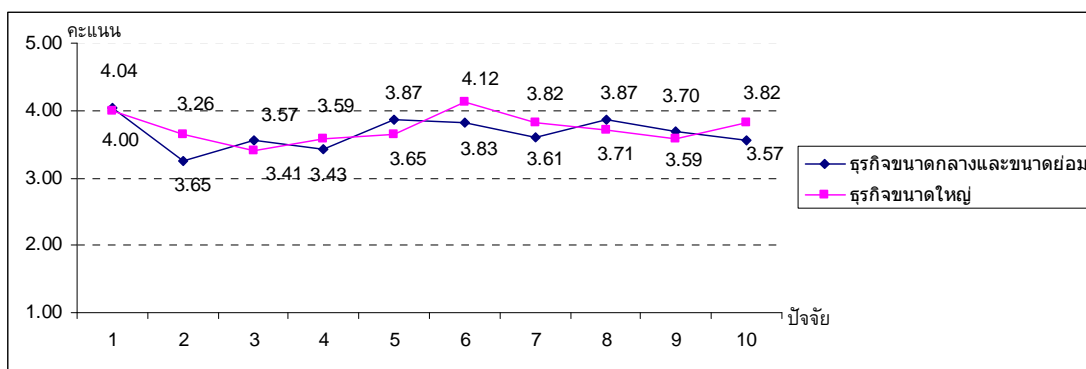
รูปที่ 5: แผนภูมิแสดงค่าความพร้อมด้านวัฒนธรรมองค์กรในกลุ่มผู้ประกอบการแยกตามขนาดของธุรกิจ

4.2.4. ปัจจัยทางด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยความพร้อมทางด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ 4 ด้าน (ดูรูปที่ 6) คือ 1) ความพร้อมทางการวางแผนธุรกิจ วัตถุประสงค์ และกำหนดเป้าหมายร่วมกัน 2) ความพร้อมในการให้การสนับสนุนด้านการจัดการ (ทรัพยากรบุคคล การวางโครงสร้างทางเทคนิค เวลา งบประมาณในการดำเนินโครงการ) 3) ความพร้อมในการจัดซื้อตกลงทางธุรกิจ ร่วมกับกับลูกค้า และ 4) ความพร้อมในการลงทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างร่วมมือกันกับคู่ค้า จากรูปที่ 6 แสดงว่าทุกขนาดของธุรกิจมีความพร้อมในเรื่องการสนับสนุนจากผู้บริหารในระดับปานกลาง



รูปที่ 6: แสดงความพร้อมด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารในกลุ่มผู้ประกอบการแยกตามขนาดของธุรกิจ

4.3. ความพร้อมในการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาการดำเนินงาน รูปที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งขนาดกลางและขนาดย่อมกับผู้ประกอบการขนส่งขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจัยที่นำมาเปรียบเทียบมีทั้งหมด 10 ปัจจัย คือ 1) ความพร้อมในปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ 2) ความพร้อมทางด้านราคา 3) ความพร้อมในด้านโลจิสติกส์ 4) ความพร้อมในด้านความสามารถและทักษะด้านการจัดการ 5) ความพร้อมในด้านระยะเวลาในการเข้ารับและนำส่งสินค้า 6) ความพร้อมในด้านการลงทุน 7) ความพร้อมในด้านการติดต่อสื่อสาร 8) ความพร้อมในด้านการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา 9) ความพร้อมในด้านการฝึกอบรมทักษะการทำงาน และ 10) ความพร้อมในด้านวัฒนธรรมองค์กร



รูปที่ 7: แผนภูมิแสดงความพร้อมในการประสานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาการดำเนินงานในธุรกิจงานบริการขนส่งสินค้า เปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมกับขนาดใหญ่

จากรูปที่ 7 แสดงว่าผู้ประกอบการทั้งหมดมีความพร้อมในการประสานความร่วมมือกันอยู่ในระดับมีความพร้อมมาก เพราะได้ระดับคะแนนอยู่ในช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ยกเว้นปัจจัยที่ 2 และ 4 สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม และปัจจัยที่ 3 สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (มีพนักงาน > 200 คน ตามกฎกระทรวงกำหนดการจ้างกำหนดการจ้าง [6])

4.4. ปัญหาและอุปสรรคในการประสานความร่วมมือกับคู่ค้าในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ในส่วนนี้จะเป็นการแสดงข้อมูลให้ผู้ประกอบการเลือกในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการประสานความร่วมมือกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งตัวเลือก ผลการสำรวจคือ อันดับที่ 1 คือ ราคาที่ได้รับการว่าจ้างต่ออาจไม่ยุติธรรมคิดเป็นร้อยละ 58.06 อันดับที่ 2 คือ ขาดบุคลากรในการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 54.84 อันดับที่ 3 คือ สัดส่วนของงานยากง่ายไม่สมดุลและความไม่ชัดเจนของหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างกันคิดเป็นร้อยละ 45.16 อันดับที่ 4 คือ ไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของคู่ค้าในการติดต่อประสานความร่วมมือคิดเป็นร้อยละ 41.94 อันดับที่ 5 คือ การขาดความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างคู่ค้าและขาดการฝึกอบรมในการประสานความร่วมมือระหว่างกันคิดเป็นร้อยละ 32.26 อันดับที่ 6 คือ ปัญหาทางด้านการลงทุนในการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 25.81 อันดับที่ 7 มีสามปัจจัยที่อยู่ในระดับเดียวกันคือการขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร การขาดการสนับสนุนจากผู้บริหารและปัญหาการแบ่งผลประโยชน์ระหว่างคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 22.58 และอันดับที่ 8 คือ การต่อต้านจากพนักงานจากการเปลี่ยนแปลงในการทำงานคิดเป็นร้อยละ 6.45

5. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยแบ่งประเภทของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าตามขนาดของธุรกิจ พบว่าในภาพรวมของแต่ละปัจจัยของความพร้อมในการประสานความร่วมมือนั้น ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพร้อมในด้านความเชื่อถือไว้วางใจกันโดยเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการขนส่งสินค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งในการประสานความร่วมมือในแบบเครือข่ายขนส่งสินค้านั้น ความเชื่อถือไว้วางใจกันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การประสานความร่วมมือกันเป็นเครือข่ายประสบความสำเร็จและเป็นเครือข่ายที่มั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในเรื่องของการประสานความร่วมมือในโซ่อุปทานและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Alliance) ที่กล่าวถึงความเชื่อถือไว้วางใจเป็นส่วนสำคัญในการประสานความร่วมมือและประสบ



ผลสำเร็จ เพราะปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่กังวลและประสบมีพื้นฐานที่การขาดความเชื่อถือว่าไว้วางใจกันในกลุ่มเครือข่ายขนส่ง แต่กระนั้นการศึกษาในครั้งนี้ความพร้อมในด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจที่ได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อาจมีนัยว่าแนวทางในการประสานความร่วมมือในโซ่อุปทานและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่ทุกฝ่ายปรารถนาอยากจะทำให้เกิดขึ้น แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ยอมรับและเชื่อถือได้ จึงควรมีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังในการให้ความช่วยเหลือเรื่ององค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างโอกาสในการประสานความร่วมมือกันในกลุ่มธุรกิจและเกิดประโยชน์ต่อเนื่องไปถึงการลดใช้พลังงานในภาคธุรกิจขนส่งได้

บรรณานุกรม

- [1] ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์, 2549, โซ่อุปทานและโลจิสติกส์: ทฤษฎี-งานวิจัย-กรณีศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 1, บริษัท ไอทีแอล เทรด มีเดีย จำกัด, กรุงเทพฯ.
- [2] ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค, บทความทางวิชาการ กลยุทธ์เพื่อการเติบโตสมัยใหม่ (Innovative Growth Strategy) [Online], Available: <http://www.mbachula.org/CD-MBA-23-1-47/articles/05/05-Teerayout.pdf> [2007, December 12].
- [3] ปิติคนธ์ วิเชียร, 2548, ความพร้อมในการนำ CPFR มาใช้ของผู้จัดส่งสารเติมแต่งที่ใช้ผลิตเม็ดพลาสติก, ปริญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- [4] มูลนิธิลอจิสติกส์และการขนส่ง (ประเทศไทย), รายงานผลการวิจัยโครงการพัฒนามาตรฐานโลจิสติกส์ไทย, เสนอกระทรวงการต่างประเทศ, (ปรับปรุง) มกราคม 2550.
- [5] วรัญญา ภัทรสุข, 2546, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์, พิษณุเศษ เจษฎาฉัตร (บรรณาธิการ), คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, กรุงเทพฯ.
- [6] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, นิยาม SMES [Online], http://cms.sme.go.th/cms/web/osmep/sme_define [2007, December 20].
- [7] อรุณ บริรักษ์, 2549, "Logistics Case study in Thailand 4, Transport Logistics Management, ไอทีแอลเทรด มีเดีย, กรุงเทพฯ, หน้า8-10.
- [8] Beckett, R.C., 2005, "Collaboration now a strategic necessity", Handbook of Business Strategy, pp.327-332.
- [9] Backstrom, C.H. and Hursh, G.E., 1963, Survey Research, Evanston : Northwestern University.