

THE SERVICE EFFICIENCY OF INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDING BUSINESSES IN THE BANGKOK METROPOLITAN REGION

Sareeya SASAROM¹, Navirins DITSAYASETTHANON¹ and Benyada TERBVANICHKUL^{1*}

1 Faculty of Business Administration, Thongsook College, Thailand; thongsooksaraban@gmail.com
(Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 19 September 2025

Revised: 3 October 2025

Published: 16 October 2025

ABSTRACT

This quantitative study aimed to analyze four key factors information systems, service quality, customer relationship management, and customer focus in relation to the service efficiency of international freight forwarding businesses in the Bangkok metropolitan region. Data were collected from 385 Thai respondents aged 20 and above using a questionnaire, based on Cochrane's sampling formula. Statistical methods included frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation. The findings revealed that all four factors—information systems, service quality, customer relationship management, and customer focus—were positively correlated with service efficiency. Notably, the relationship between information systems and service efficiency was moderate, while the other factors showed stronger associations.

Keywords: Efficiency, Service, International Freight Forwarding Business

CITATION INFORMATION: Sasarom, S., Ditsayasetthanon, N., & Terbvanichkul, B. (2025). The Service Efficiency of International Freight Forwarding Businesses in the Bangkok Metropolitan Region. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(10), 94

ประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สรียา ศตะรมย์¹, ณวิรินทร์ ดิษยเศรษฐนนท์¹, และ เบญญาดา เตียวณิษฐกุล^{1*}

1 คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข; thongsooksaraban@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ระบบสารสนเทศ คุณภาพการให้บริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการมุ่งเน้นลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 385 คน ซึ่งคำนวณจากสูตรของ ครอแครน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยเฉพาะปัจจัยด้านระบบสารสนเทศมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการมุ่งเน้นลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่า

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การให้บริการ, ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ข้อมูลการอ้างอิง: สรียา ศตะรมย์, ณวิรินทร์ ดิษยเศรษฐนนท์ และ เบญญาดา เตียวณิษฐกุล. (2568). ประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(10), 94

บทนำ

ธุรกิจในการอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญในปัจจุบัน คือ ธุรกิจผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าเป็นตัวหลักต้นที่สำคัญที่จะสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศของโลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการค้าเสรี คือ มีการซื้อขายสินค้าและบริการโดยยกเว้นหรือลดหย่อนการเก็บภาษีศุลกากรและการลดข้อกีดกันทางการค้าในรูปแบบที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร รวมถึงการเคลื่อนย้ายแรงงานและทุนได้อย่างเสรี การค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกซึ่งได้มีการเปิดตลาดการค้าเสรีต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งส่งผลทำให้มีผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ คือ ธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ Freight Forwarder ซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่ดำเนินงาน ติดต่อประสานงานแทนผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ในเรื่องตั้งแต่การจองพื้นที่ระวางเรือ/เครื่องบิน การบรรจุสินค้า การขนส่ง การดำเนินพิธีการศุลกากรการนำเข้าและขาออก การจัดการเกี่ยวกับเอกสารส่งออกและนำเข้า กับศุลกากร เป็นต้น (ยลวรรณ มีเมศกุล, 2564)

ปัจจุบันประเทศไทยมีมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกสินค้าเพิ่มสูงขึ้น หนึ่งในตัวแปรที่สำคัญสำหรับการค้าขายระหว่างประเทศ คือ กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ เช่น การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งการขนส่งทางถนน ทางน้ำและทางอากาศ แม้ว่าการนำเข้าส่งออกโดยรวมของปี 2563 จะชะลอตัว เนื่องจากเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อเศรษฐกิจและการค้าโลก แต่การบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง แม้จะเกิดวิกฤตดังกล่าว แต่ภายใต้วิกฤตกลับส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะการสั่งซื้อและนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน อาทิ เครื่องอุปโภค บริโภค ของใช้จำเป็นต่างๆ รวมไปถึงการบริการแบบตัวแทน ตัวกลาง หรือบริษัทที่ทำหน้าที่แทนผู้ส่งออกและผู้นำเข้าสินค้าที่มีแนวโน้มกลายเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น (ยลวรรณ มีเมศกุล, 2564)

จากการเติบโตของธุรกิจภาคเอกชนในการนำเข้า-ส่งออกของประเทศไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องก่อนช่วงโควิด-19 จึงทำให้ในปัจจุบันผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากเช่นกัน ทั้งนี้มีจำนวนบริษัทที่ประกอบธุรกิจดังกล่าวที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้บริหารจัดการขนส่งระหว่างประเทศของไทย (TIFFA) ไม่น้อยกว่า 227 ราย และบริษัทที่ไม่ได้เป็นสมาชิกคาดว่าจะมีไม่ต่ำกว่า 500 ราย (ยลวรรณ มีเมศกุล, 2564) เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้มีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับผู้ให้บริการมีอำนาจในการต่อรองและพิจารณาเลือกใช้บริการ Freight Forwarder มากขึ้น และด้วยตัวเลือกที่มาก ทำให้บริษัท Freight Forwarder ต้องแข่งขันกันสูงทั้งในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ค่าบริการ ระยะเวลาขนส่งสินค้า และความเชี่ยวชาญต่างๆ เป็นต้น

ธุรกิจภาคเอกชนต่างกำลังเผชิญกับแรงกดดันจากสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูงและการดำเนินงานที่ต้องมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อที่จะยกระดับสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาด ดังนั้นการบริหารจัดการการขนส่งที่มีประสิทธิภาพและกระบวนการที่เหมาะสมรวมถึงความตรงเวลาและความคุ้มค่าของบริการส่งมอบสินค้าและการบริการนั้นมีความสำคัญยิ่งขึ้น บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าจึงถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ให้บริการสำหรับธุรกิจภาคเอกชนที่มีการค้าขายระหว่างประเทศ

สินค้าจากประเทศจีนได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับผู้ค้าคนกลางหรือลูกค้ารายย่อยในประเทศไทย เพราะนอกจากจะมีราคาถูกแล้ว ยังมีประเภทให้เลือกหลากหลายและหากสั่งซื้อจำนวนมากจะได้ราคาที่ถูกลง อย่างไรก็ตามประเทศจีนถือว่าเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 1 ของประเทศไทยมานาน โดยในช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม 2567 มีมูลค่าการค้ารวม 88,842 ล้านดอลลาร์ หรือ 2.9 ล้านล้านบาท มีมูลค่าการส่งออก 31,805 ล้านดอลลาร์ และมีมูลค่าการนำเข้า 55,036 ล้านดอลลาร์ (ฐานเศรษฐกิจ, 2567)

การนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมาประเทศไทยนั้น ปัจจุบันสามารถทำได้ผ่านทางออนไลน์หลากหลายช่องทาง เช่น อาลีบาบา, เทาเป่า, ติมอลล์และอาลีเอ็กซ์เพรส เป็นต้น ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีรูปแบบการใช้งานและสินค้าแตกต่างกัน ซึ่งหากผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าเองโดยไม่ผ่านตัวกลางอย่างบริษัทรับนำเข้าสินค้า จะทำให้มีกระบวนการที่ยุ่งยาก

ซับซ้อน เช่น ต้องจัดเตรียมเอกสารข้อมูลสำคัญเพื่อนำเข้าสินค้า ตั้งแต่ใบขนส่งสินค้า บัญชีราคาสินค้า เป็นต้น โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีความรู้ในกระบวนการนำเข้าสินค้านี้ดังกล่าว ส่งผลให้เกิดบริษัทตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ให้บริการสั่งซื้อและนำเข้าสินค้าเพื่อลดเวลาและลดความยุ่งยาก ตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกซื้อสินค้า จนถึงขั้นตอนการขนส่งจนถึงปลายทาง ซึ่งปัจจุบันมีผู้รับขนส่งสินค้าจากประเทศจีนจำนวนมาก ทั้งที่เป็นบริษัท และเป็นรายบุคคล โดยสามารถติดต่อกับร้านค้าภายในประเทศจีนได้โดยตรง ทำให้ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าและราคาสินค้าลดลง โดยรูปแบบการให้บริการ จะมีทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง แต่ส่วนมากจะเน้นหนักไปยังลูกค้าที่ประกอบธุรกิจขายส่ง เนื่องจากลูกค้าเหล่านี้มักซื้อสินค้าในปริมาณมากและนำไปจำหน่ายต่อภายในธุรกิจของตนอีกที จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากคุณภาพในการให้บริการจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้และยังช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้สภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาระบบการให้บริการของบริษัทฯ ในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอันจะส่งผลให้เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ

DeLone and McLean (2003) ได้ระบุถึงความสำเร็จของสารสนเทศไว้ 5 มิติ ได้แก่ 1) คุณภาพระบบ 2) คุณภาพสารสนเทศ 3) การใช้งาน 4) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และ 5) ผลกระทบต่อองค์กร ซึ่งมิติเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือเจตนาการใช้งาน (Davis et al., 1989) เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผลดำเนินงานของตนเองและองค์กร คุณภาพสารสนเทศเป็นมิติหนึ่งของคุณภาพระบบสารสนเทศซึ่งจะให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการรับรู้ และความคาดหวังของผู้ใช้งานระบบในด้านต่างๆ เช่น มีข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีความถูกต้อง มีเพียงพอ มีความทันสมัย ความสามารถในการเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman et al. (1996) ได้สร้างเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้าน คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ 3) การตอบสนองลูกค้า 4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5) การเข้าใจและเอาใจใส่

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

วีระพงศ์ จันทร์สนาม (2551) ได้สรุปองค์ประกอบหลักของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ การจัดระบบลำดับเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ประกอบด้วย 1) การติดตามลูกค้า (Customer Prospecting) 2) สัมพันธภาพกับลูกค้า (Relations with Customers) 3) การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive Management) คือ มีการติดต่อโต้ตอบเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อสนเทศ การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับองค์กร 4) การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า (Understanding Customer Expectations) 5) การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล (Personalization)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ในการคัดเลือกกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการรับฟังเสียงของลูกค้า จะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางธุรกิจที่สำคัญขององค์กร โดยจะมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การใช้กลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่สำคัญ (Focus Group) การทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าที่สำคัญ การสัมภาษณ์ลูกค้าในอดีตและที่จะเป็น ลูกค้าในอนาคตเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ หรือตัดสินใจผูกพันของลูกค้า การใช้กระบวนการรับข้อร้องเรียน เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การได้หรือเสีย

ลูกค้าโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง หรือองค์กรอื่นที่ขายผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน และข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากการสำรวจ หรือข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า การจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อให้ข้อร้องเรียนได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงที และมีประสิทธิผล ทั้งนี้กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ดี จะช่วยเรียกความเชื่อมั่นของลูกค้าให้กลับคืนมา รวมถึงเป็นการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันให้เกิดขึ้นได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการ

ตระกูล อมรนาถ (2559) ได้นิยามคำว่า ประสิทธิภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการทำให้งานเกิดผลสำเร็จ โดยวัดจากผู้ใช้บริการว่ามีความพึงพอใจจากการใช้บริการมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) ด้านความคุ้มค่า คือ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดผลประโยชน์สูงสุด
- 2) ด้านความทั่วถึง คือ การบริการได้ทุกด้านอย่างทั่วถึง
- 3) ด้านความเสมอภาคและความเป็นธรรม คือ การบริการที่ไม่เลือกปฏิบัติ สามารถเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม และ
- 4) ด้านการสนองตอบความต้องการ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 3) ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 4) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ศึกษาบุคคลสัญชาติไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการธุรกิจตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้แน่ชัด จึงใช้สูตรของ Cochran (1977) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้จำนวนขั้นต่ำ 385 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวน 385 ชุด เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามพร้อมชี้แจงวิธีการตอบและวัตถุประสงค์ของการศึกษา จากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้อง หากพบว่าไม่สมบูรณ์จะดำเนินการแจกใหม่เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน ประเภทธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรม ขนาดขององค์กรและความถี่ในการนำเข้า-ส่งออก ใช้สถิติในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนปัจจัยในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ 3) ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และ 4) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการของธุรกิจตัวแทนขนส่งระหว่างประเทศ ใช้สถิติเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยที่มีความสำคัญ	การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล			
	r	P	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ด้านระบบสารสนเทศ	0.467	0.000	แปรผัน	ปานกลาง
ด้านคุณภาพการให้บริการ	0.640	0.000	แปรผัน	ปานกลาง
ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	0.635	0.000	แปรผัน	ปานกลาง
ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า	0.609	0.000	แปรผัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทุกด้าน ได้แก่ ด้านระบบสารสนเทศ (0.467) ด้านคุณภาพการให้บริการ (0.640) ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (0.635) และด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (0.609) มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยระบบสารสนเทศช่วยลดระยะเวลาดำเนินงานและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต ศรีสวัสดิ์ (2560) อมรา ดอกไม้ และ ศุภลักษณ์ ศรีวิไล (2563) และ Bulut et al. (2019) ที่เน้นบทบาทของระบบติดตามและการลงทุนด้านเทคโนโลยีแบบบูรณาการในการยกระดับคุณภาพบริการ

คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยการให้บริการที่ครอบคลุมและมีเครือข่ายพันธมิตรทั่วโลกช่วยตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bulut et al. (2019) ที่ชี้ว่า การมีเครือข่ายบริการที่ครอบคลุมและการร่วมมือกับพันธมิตรในท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยความรู้ ทักษะ และช่องทางการสื่อสารของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phuangthong (2560) Bulut et al. (2019) และ Anggorowati (2017) ที่เน้นความสำคัญของความสัมพันธ์ส่วนตัวและการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของเอเชียตะวันออก

การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยการให้บริการแบบครบวงจร (One-stop service) ช่วยตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าและลดต้นทุนโลจิสติกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anggorowati (2017) ที่ชี้ว่าการออกแบบบริการที่ครอบคลุมและเน้นความสะดวกเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาคุณภาพบริการของธุรกิจ Freight Forwarder

ข้อเสนอแนะจากการผลการวิจัย

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศควรดำเนินการดังนี้

- 1) ด้านทักษะของพนักงาน ควรฝึกอบรมเพิ่มเติมด้านทักษะการให้บริการ การให้ความช่วยเหลือตลอดจนการแก้ไขปัญหา รวมไปถึงความชำนาญในงานสามารถที่จะแนะนำวิธีในการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้
- 2) ด้านการให้บริการ ควรปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ การประสานงานและตอบกลับอย่างรวดเร็ว การให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ การจัดการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนจัดเส้นทางขนส่งเพื่อให้สินค้าถูกจัดส่งอย่างรวดเร็วหรือตรงตามเวลา หรือการมีตารางเวลาการขนส่งอย่างชัดเจน ก็จะสามารถทำให้ผู้ให้บริการมีความมั่นใจมากขึ้น
- 3) ด้านระบบสารสนเทศ ควรมีการพัฒนาเพิ่มเติม เช่น การมี web tracking หรือ tracking system ให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าไปติดตามสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา การได้รับข้อมูลอัปเดตแบบอัตโนมัติอย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวมไปถึงการออกเอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยลดความผิดพลาดของเอกสาร ก็สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) เนื่องจากการศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับบริการ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมุมมองของผู้ประกอบการ ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัญหา ข้อเสนอแนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลและวิธีการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ในด้านของผู้ประกอบการ
- 2) ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในธุรกิจตัวแทนรับขนส่งระหว่างประเทศเพียง 4 ด้านเท่านั้น คือ ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงเสนอให้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ฐานเศรษฐกิจ. (2567, กันยายน). จีนยังคงครองแชมป์คู่ค้าหลักไทย มูลค่าการค้าทะลุ 2.9 ล้านล้านบาท. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com>
- ตระกูล อมรนาถ. (2559). *ประสิทธิภาพการให้บริการขององค์กรภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บัณฑิต ศรีสวัสดิ์. (2560). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการในธุรกิจโลจิสติกส์. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 40(3), 85-98.
- ยลวรรณ มีเมศกุล. (2564). *การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีระพงศ์ จันทร์สนาม. (2551). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อมรา ดอกไม้ และ ศุภลักษณ์ ศรีวิไล. (2563). บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งระหว่างประเทศ. *วารสารวิชาการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 7(1), 23-35.
- Anggorowati, A. (2017). Customer satisfaction and loyalty in freight forwarding services: The role of service design and convenience. *Journal of Logistics and Supply Chain Management*, 10(2), 45-58.
- Bulut, E., Huang, Y., & Duru, O. (2019). Integrated technology investment and service quality in international freight forwarding. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 34(1), 1-20.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Phuangthong, K. (2560). Customer relationship management and service performance in Thai logistics firms. *Journal of Business Management*, 9(2), 112-125.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2025 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).