

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมหลักที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรม ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 สามารถสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก

ประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษา คือ ธุรกิจอุตสาหกรรมหลักที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรม ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ซึ่งในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 17 บริษัท ในการแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กกับกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยอ้างอิงข้อมูลจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเป็นเกณฑ์ พบว่า ประชากรโดยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ ซึ่งมีเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท มีจำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 70.60 และอุตสาหกรรมหลักขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งมีเงินลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท มีจำนวน 5 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 29.40

การบริหารจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก

การบริหารจัดการ โลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก ซึ่งมีการกำหนดคะแนนประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เต็ม 10 คะแนน พบว่า ในภาพรวมมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการในด้านการส่งมอบมากที่สุด (8.20) รองลงมาด้านการผลิต (8.16)

ด้านการวางแผน (7.86) และด้านการจัดหาซึ่งเท่ากับด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (7.84) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านการวางแผน มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ในด้านการเตรียมความต้องการของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต (เครื่องจักร แรงงาน เงินทุน) มากที่สุด (8.24) รองลงมา คือ ด้านการวางแผนเกี่ยวกับความต้องการวัตถุดิบ/วัสดุที่ใช้ในการซ่อมแซมบำรุงรักษา และการปฏิบัติงาน (mro) (7.76) และด้านการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า (7.59) ตามลำดับ

2. ด้านการจัดหา มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ในด้านการสามารถแก้ปัญหาที่เกิดจากความผิดพลาดในการจัดส่งวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพของผู้จัดส่งวัตถุดิบมากที่สุด (7.94) รองลงมา คือ ด้านการสามารถแก้ปัญหาที่เกิดจากระยะเวลา (lead time) ที่ไม่แน่นอนของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (7.88) ด้านการสามารถแก้ปัญหาที่เกิดจากความไม่ตรงต่อเวลาของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (7.82) และด้านการสามารถหาผู้จัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ (7.71) ตามลำดับ

3. ด้านการส่งมอบ มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ในด้านการสามารถตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้ามากที่สุด (8.41) รองลงมา คือ ด้านการสามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ถูกต้องทั้งปริมาณและรายการตามคำสั่งซื้อ (8.35) และด้านการสามารถจัดส่งสินค้าโดยไม่เกิดความเสียหายต่อตัวสินค้า (7.82) ตามลำดับ

4. ด้านการผลิต มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ในด้านการสามารถวางแผนและควบคุมการผลิตมากที่สุด (8.47) รองลงมา คือ ด้านการสามารถแก้ปัญหาหรือความบกพร่องที่เกิดในสายการผลิต (8.06) และด้านการมีความยืดหยุ่นในการผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลง (ลด/เพิ่ม) (7.94) ตามลำดับ

5. ด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ในด้านการสามารถวางแผนขั้นตอนการส่งคืนสินค้ามากที่สุด (8.00) รองลงมา คือ ด้านการสามารถจัดการขั้นตอนการส่งคืนสินค้า (7.82) และด้านการสามารถควบคุมขั้นตอนการส่งคืนสินค้า (7.71) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก ซึ่งมีการกำหนดคะแนนการให้ความสำคัญเต็ม 10 คะแนน

ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมหลักให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในภาพรวม พบว่า ด้านกระบวนการมากที่สุด (8.68) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเท่ากับด้านบุคคล (8.63) ด้านราคาซึ่งเท่ากับด้านช่องทางการให้บริการ (8.00) ด้านการส่งเสริมการตลาด (7.89) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (7.60) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ความรับผิดชอบของผู้ให้บริการต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นมากที่สุด (9.56) รองลงมา การให้บริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน (9.31) ความรวดเร็วและต่อเนื่องของการส่งมอบงาน (9.06) การเพิ่มประสิทธิภาพของงาน ทำให้การจัดการดีขึ้น เพราะผู้ให้บริการจะชำนาญงานที่จ้างมากกว่า (8.81) การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้ (8.63) และความสามารถช่วยคลี่คลายหรือโอนความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในงานโลจิสติกส์ได้ (8.25)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การให้บริการอย่างครบวงจรทุกกิจกรรมโดยไม่ต้องจ้างผู้ให้บริการหลาย ๆ ราย (7.88) และความสามารถให้คำปรึกษาเรื่องความต้องการของตลาด เนื่องจากมีข้อมูลจากการให้บริการธุรกิจจำนวนมาก (7.56)

2. ด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การกำหนดราคาค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน มีข้อตกลงของสัญญาที่ชัดเจนมากที่สุด (8.94) รองลงมา การสามารถต่อรองราคาค่าบริการได้ (8.88) และการให้ระยะเวลาในการชำระเงินค่าใช้บริการ (credit term) (8.81)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การคิดค่าบริการจะต้องถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น ๆ (7.50) และผู้ให้บริการขนาดเล็กจะคิดค่าบริการถูกกว่า สามารถต่อรองเรื่องของราคาได้ง่ายกว่าผู้ให้บริการขนาดใหญ่ (5.88)

3. ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความสะดวกและง่ายในการติดต่อใช้บริการมากที่สุด (9.13) รองลงมา การสามารถเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ หากไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (9.06)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การมีสาขาของผู้ให้บริการอยู่ในหลายพื้นที่ (7.63) การมีเว็บไซต์ของผู้ให้บริการเพื่อความสะดวกในการดูข้อมูลข่าวสาร (7.44) และที่ตั้งของบริษัทผู้ให้บริการจะต้องอยู่ใกล้ ๆ จึงจะทำให้การติดต่อมีความสะดวก (6.75)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การคิดราคาพิเศษเมื่อมีการทำสัญญา-การว่าจ้างเป็นแบบเหมารวมงาน หรือการว่าจ้างในระยะยาวมากที่สุด (8.81) รองลงมา การให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน (8.06)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของทางผู้ให้บริการ (7.75) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผู้ให้บริการ (6.94)

5. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้งหมดมีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับคะแนนได้ ดังนี้ การมีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอมากที่สุด (8.88) รองลงมา การติดต่อกับพนักงานจะต้องมีความสะดวกไม่ซับซ้อน (8.69) และพนักงานจะต้องมีความรู้ สามารถให้คำปรึกษาแนะนำการทำงานได้อย่างถูกต้อง (8.31)

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 8 คือ การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ (8.19)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับคะแนนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การมีเครื่องมือในการให้บริการเป็นของตนเอง (7.88) และผู้ให้บริการที่มีขนาดใหญ่จึงจะมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเท่ากับว่าผู้ให้บริการที่มีขนาดใหญ่จะสามารถให้บริการงานที่มีคุณภาพมากกว่า (7.19)

7. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้งหมดมีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่า 8 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ในงานโลจิสติกส์อย่างถูกต้องมากที่สุด (9.06) รองลงมา การมีมาตรการด้านความปลอดภัยในกระบวนการทำงาน (8.94) การรับฟังคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ (8.88) การรายงานผลของงานที่จ้างอย่างต่อเนื่อง (8.44) และการประหยัดจากขอบข่ายของงานทำให้รอบการพัฒนากระบวนการระบบสั้นลง (8.06)

พฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก

บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กเคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ จำนวน 14 บริษัท จากบริษัททั้งหมด 17 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 82.40 และบริษัทที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ จำนวน 3 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.60 โดยข้อมูลของบริษัทที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ และบริษัทที่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีดังนี้

1. บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ทั้ง 3 บริษัท ไม่คิดจะจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์เลยทั้ง 3 บริษัท คิดเป็นร้อยละเปอร์เซ็นต์

ทั้งนี้บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ไม่จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์เนื่องจาก บริษัทจะดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์เอง โดยในส่วนของการขนส่งนั้นลูกค้าจะเป็นฝ่ายดำเนินการ เช่น บริษัทจะจำหน่ายสินค้าโดยการออกตัวรับสินค้าให้กับลูกค้า ลูกค้ามีหน้าที่ที่จะต้องจัดหาพาหนะมาขนสินค้าเองที่บริษัท

2. บริษัทที่เคยมีประสบการณ์จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กิจกรรมที่จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก พบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ที่บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์มากที่สุด คือ กิจกรรมการขนส่ง จำนวน 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ จำนวน 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 50.00 กิจกรรมการส่งคืน-สินค้า การส่งกลับของวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 5 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.71 กิจกรรมการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า กิจกรรมการจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ และกิจกรรมการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.29 กิจกรรมการบริหารสินค้าคงคลัง กิจกรรมการบริหารคลังสินค้า กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการบรรจุภัณฑ์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ทั้งนี้กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ไม่มีการใช้บริการเลย คือ กิจกรรมการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า และกิจกรรมการเลือกที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า

2.2 การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก ในปัจจุบัน พบว่า บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่เคยมีประสบการณ์การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ทั้ง 14 บริษัท ยังใช้บริการงานโลจิสติกส์อยู่ทั้ง 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละเปอร์เซ็นต์

2.3 ระดับการให้บริการ ในความเห็นของบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก พบว่า บริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ใช้บริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ เห็นว่า ระดับการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ดี มากที่สุด จำนวน 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก และเกณฑ์ระดับปานกลางเท่ากัน จำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

2.4 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีดังนี้

2.4.1 การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทางตัวแทนหรือนายหน้าจะเป็นผู้จัดการเรื่องของการขนส่งวัตถุดิบมายังท่าเรือ การขนวัตถุดิบจากท่าเรือมายังโกดังโรงงาน (ภายในบริษัท) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเหล็กจะมีหน้าที่ในการขนวัตถุดิบเอง โดยจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในการขนส่ง

ส่วนการจัดส่งวัตถุดิบภายในประเทศทางตัวแทนหรือนายหน้าแต่ละราย จะทำการจัดส่งให้ถึงโรงงานของผู้ประกอบการ

2.4.2 การขนย้ายเศษเหล็ก ซึ่งเป็นวัตถุดิบตามแผนการผลิตจากตู้คอนเทนเนอร์ เถลงบนกองเศษเหล็กที่แบ่งประเภทการใช้งาน ซึ่งเราเรียกลานเทกองเก็บนั้นว่า Stock Yard โดยการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ซึ่งต้องใช้อุปกรณ์เครนขนาด 50 ตัน จำนวน 2 คัน ช่วยกันพยุงยกตู้คอนเทนเนอร์เศษเหล็กออก เพื่อรอใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์

2.4.3 การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า จะมีการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ทำการขนส่ง ซึ่งจะจ้างเป็นลักษณะ บาท/ตัน ปกติการขนส่งเที่ยวละ 28-31 ตัน ราคาจะแปรผัน ตามราคาน้ำมัน และระยะทางการขนส่ง ส่วนของเงื่อนไขสัญญาการจ้างนั้น จะมีการปรับจากการสูญหายของสินค้า เมื่อตกลงเรื่องของสัญญาการจ้างกันได้แล้วก็เพียงแค่เช็คน้ำหนักตอนออกจากโรงงาน และตอนส่งสินค้าเสร็จเท่านั้น

ส่วนของสินค้าสำเร็จรูปที่ส่งออกต่างประเทศจะมีการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในการบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายในขณะที่มีการเคลื่อนย้าย อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยทำให้กระบวนการเคลื่อนย้าย และเก็บรักษาสินค้ามีความสะดวกมากขึ้น

2.4.4 การจัดการสินค้าที่เสียหาย จะมีการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์เพื่อขนส่งนำกลับคืนมายังบริษัท ส่วนอุปกรณ์หรืออะไหล่ที่ชำรุดจะมีการจ้างเพื่อขนส่งไปซ่อมแซมยังประเทศผู้ผลิต

สรุปผลตามสมมติฐาน

1. ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กร กับการเคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก พบว่า ขนาดขององค์กรไม่มีผลต่อการเคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ความสัมพันธ์ระหว่าง

ขนาดขององค์กร กับกิจกรรมที่จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก พบว่า ขนาดขององค์กรไม่มีผลต่อกิจกรรมที่จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

2. องค์กรขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์มากกว่าองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก

การเปรียบเทียบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ขององค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก กับองค์กรขนาดใหญ่ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์กรขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ไม่มากกว่าองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก

3. องค์กรขนาดกลางและขนาดเล็กให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์มากกว่าองค์กรขนาดใหญ่

การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการขององค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก กับองค์กรขนาดใหญ่ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์กรขนาดกลางและขนาดเล็กให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ โดยส่วนใหญ่ไม่มากกว่าองค์กรขนาดใหญ่

อย่างไรก็ตาม พบว่า องค์กรขนาดกลางและขนาดเล็กให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องการสามารถช่วยลดปัญหา หรือโอนความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในงานโลจิสติกส์ได้ มากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การบริหารจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการโลจิสติกส์ กับพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ พบว่า การบริหารจัดการโลจิสติกส์โดยส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

อย่างไรก็ตาม พบว่า การบริหารจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์เฉพาะในกิจกรรม ดังนี้

4.1 กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ การบริหารจัดการโลจิสติกส์ด้านการวางแผนในเรื่องของการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 กิจกรรมการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ การบริหารจัดการโลจิสติกส์ด้านการส่งมอบ ในเรื่องของความสามารถจัดส่งสินค้าโดยไม่เกิดความเสียหายต่อตัวสินค้า มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ กับพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์โดยส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ดังนี้

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีผลต่อการเคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ด้านช่องทางการให้บริการ ในเรื่องของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องมีเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อความสะดวกในการดูข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อการเคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ โดยแยกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.2.1 กิจกรรมการบริการลูกค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผล คือ

5.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ จะต้อง มีการให้บริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และจะต้องตอบสนองต่อความต้องการ

ของลูกค้าที่หลากหลายได้ มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการบริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.1.2 ด้านช่องทางการให้บริการ ในเรื่องของการติดต่อใช้บริการจากบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องสะดวกและติดต่อได้ง่าย มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการบริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.2 กิจกรรมการขนส่ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล คือ ด้านช่องทางการให้บริการ ในเรื่องของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องมีเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อความสะดวกในการดูข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการขนส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.3 กิจกรรมการจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของทางบริษัท มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.4 กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผล คือ

5.2.4.1 ด้านราคา ในเรื่องของการสามารถต่อรองราคาค่าบริการกับบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ได้ มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.4.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริษัท และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของทางบริษัท มีผลต่อการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรม ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ส่วน คือ การอภิปรายตามวัตถุประสงค์ และการอภิปรายตามสมมติฐาน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์

1. การศึกษาพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ของธุรกิจอุตสาหกรรม-การผลิตเหล็กชั้นกลางต่อเนื่องถึงขั้นปลายในประเทศไทย

ธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรม ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 17 บริษัท โดยเป็นอุตสาหกรรมเหล็กขนาดใหญ่ มีเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท จำนวน 12 บริษัท ซึ่งในจำนวนนี้มีบริษัทที่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จำนวน 10 บริษัท และในส่วนของอุตสาหกรรมเหล็กขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งมีเงินลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท จำนวน 5 บริษัท ในจำนวนนี้มีบริษัทที่เคยมีประสบการณ์ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จำนวน 4 บริษัท

ในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก กิจกรรม-โลจิสติกส์ที่จ้างมากที่สุด คือ กิจกรรมการขนส่ง จำนวน 14 บริษัท รองลงมา คือ กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบ จำนวน 7 บริษัท กิจกรรมการส่งคืนสินค้า การส่งกลับของวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 บริษัท กิจกรรมการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า กิจกรรมการจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ และกิจกรรมการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 บริษัท กิจกรรมการบริหารสินค้าคงคลัง กิจกรรมการบริหารคลังสินค้า กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการบรรจุภัณฑ์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 บริษัท ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า กิจกรรมที่เกือบจะทุกบริษัทของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กเลือกจ้างมากที่สุด คือ กิจกรรมการขนส่งเพราะผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมเหล็กจะมีน้ำหนักมาก และบางที่มีความยาวมาก จึงต้องใช้รถที่มีความยาวที่เรียกว่า รถเทลเลอร์แบบพื้นราบ (flat base trailer) ซึ่งสามารถรับน้ำหนักได้มากกว่ารถบรรทุกแบบอื่น ๆ ในกิจกรรมนี้ จึงมีการลงทุนสูงทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ และการจ้างพนักงาน ดังนั้น การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะคุ้มค่ามากกว่า สำหรับบริษัทที่ไม่ได้จ้างนั้น เนื่องจากลูกค้าของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาพาหนะมาทำการขนส่งเอง

2. การศึกษาการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเหล็ก- ชั้นกลางต่อเนื่องถึงขั้นปลายในประเทศไทย

การบริหารจัดการ โลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งประกอบไปด้วย กระบวนการจัดการพื้นฐาน 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการจัดหา ด้านการส่งมอบ ด้านการผลิต และด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ที่ค่อนข้างมาก

ในด้านการส่งมอบจะเป็นด้านที่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการมากที่สุด เนื่องจาก บริษัทเกือบทั้งหมดมีการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จากภายนอกให้ ดำเนินการในการส่งคืนสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในงาน จึงไม่ค่อยเกิดปัญหา เรื่องของสินค้าชำรุดเสียหาย

ส่วนด้านการจัดหาที่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้อยที่สุด เนื่องจาก ประเทศไทยยังไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กได้จนถึงขั้นน้ำ จึงมีความจำเป็น ที่จะต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบยังมีราคาที่สูงขึ้นตลอดเวลา สำหรับด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้อยที่สุด เนื่องจากก่อนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า จะมีการตรวจสอบเรื่องของคุณภาพและความ ถูกต้องของสินค้าก่อนจึงค่อยส่งมอบ โดยลูกค้าบางรายจะมาขอคืนสินค้าเอง แต่ส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการจะจ้างบริษัทให้บริการงานโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาหรือโอ้นความเสี่ยงในงานไปให้กับผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ จึงทำให้ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้าจึงน้อย

3. การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กชั้นกลางต่อเนื่องถึงขั้นปลายในประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในภาพรวม ด้านกระบวนการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเท่ากับด้านบุคคล ด้านราคาซึ่งเท่ากับด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งเป็นด้านที่น้อยที่สุด ตามลำดับ จากปัจจัยแต่ละด้าน เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่อง การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ในงานโลจิสติกส์อย่างถูกต้อง เนื่องจากงานทางด้านโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน ถ้าผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ แล้ว อาจเกิดความล่าช้าเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้เหล็กเป็นวัตถุดิบพื้นฐานได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญในเรื่องของการมีมาตรการด้านความปลอดภัยในกระบวนการทำงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็กเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่และมีน้ำหนักมาก ดังนั้น การมีมาตรการด้านความปลอดภัยในกระบวนการทำงานจะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุต่อคนงาน และไม่ให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าได้ ทำให้การทำงานลุล่วงเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคล ซึ่งเป็นด้านที่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กให้ความสำคัญรองลงมา โดยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การมีความรับผิดชอบของผู้ให้บริการต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น เนื่องจาก การลงทุนในการผลิตของอุตสาหกรรมเหล็กสูงมาก อีกทั้งต้องใช้เวลาในการผลิต ดังนั้น การรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการจึงเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

นอกจากนั้นในเรื่องของการให้บริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานมีความรวดเร็ว และต่อเนื่องของการส่งมอบงาน เนื่องจาก อุตสาหกรรมเหล็กจะมีการผลิตแปรผันไปตาม

สภาวะของเศรษฐกิจ ในช่วงที่สภาวะของเศรษฐกิจดีจะมีการผลิตในปริมาณที่มากกว่าปกติ ดังนั้น การให้บริการจึงต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีความรวดเร็วและต่อเนื่องของการส่งมอบงาน เพื่อให้ทันตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด

ในส่วนของด้านบุคคล เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การมีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ เนื่องจาก เมื่อมีการผลิตเหล็กในปริมาณที่มากขึ้น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ ความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการจากผู้ให้บริการ-งานโลจิสติกส์ก็จะมีมากตามไปด้วย ถ้าหากผู้ให้บริการมีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอแล้ว การให้บริการก็จะเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การส่งสินค้าให้กับลูกค้าอาจไม่ทันตามเวลาที่กำหนด เป็นต้น

นอกจากนั้นการติดต่อกับพนักงานที่ให้บริการจะต้องมีความสะดวกไม่ซับซ้อน เนื่องจาก ในบางกรณีอาจมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน และให้ทันต่อสถานการณ์ ดังนั้น การมีช่องทางที่สะดวกไม่ซับซ้อนสำหรับติดต่อกับพนักงานที่รับผิดชอบโดยตรง จะช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

ในส่วนของด้านราคา และด้านช่องทางการให้บริการ เป็นด้านที่ผู้ประกอบการ-ธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กให้ความสำคัญในลำดับถัดมา โดยด้านราคาเรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การมีการกำหนดราคาค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน ข้อตกลงของสัญญาชัดเจน เนื่องจากจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ได้ เพื่อให้คุ้มค่างบเงินที่เสียไปในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

นอกจากนั้น ในเรื่องของการสามารถต่อรองราคาค่าบริการได้ เนื่องจากจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจ ในการช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานให้กับบริษัทของผู้ประกอบการ

ในส่วนของด้านช่องทางการให้บริการ เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การติดต่อใช้บริการจะต้องมีสะดวกและง่าย เนื่องจาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใด ๆ ก็ตาม การติดต่อที่วุ่นวายจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความรำคาญ และสับสน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจให้บริการงานโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการจะเน้นในเรื่องของเวลา และความถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

นอกจากนั้นในเรื่องของการให้บริการที่ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการได้ง่ายไม่มีข้อผูกมัด เนื่องจากการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์เป็นอีกต้นทุนหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องเสียไป เพื่อแลกกับการทำงานที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

ด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การคิดราคาพิเศษเมื่อทำสัญญาการว่าจ้างเป็นแบบเหมารวมงาน หรือการว่าจ้างในระยะยาว และในเรื่องของการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน เนื่องจาก การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กนั้น ผู้ประกอบการจะจ้างผู้ให้บริการที่มีความคุ้นเคย และใช้บริการอยู่เป็นประจำ เพราะจะเก็บความลับได้ดี และไว้วางใจได้ ดังนั้น การคิดราคาพิเศษ หรือการให้ส่วนลดจึงเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก คือ การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ เนื่องจาก ผลิตรถเหล็กมีขนาดใหญ่ และมีน้ำหนักมาก การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยจะช่วยให้การทำงานโลจิสติกส์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และในเรื่องของการมีเครื่องมือในการให้บริการเป็นของตนเอง เนื่องจาก ถ้าหากผู้ให้บริการไม่มีเครื่องมือเป็นของตนเอง อาจทำให้เสียเวลาในการเช่ายืม และการไปเช่ายืมอุปกรณ์นั้นจะทำให้ราคาค่าบริการของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ให้บริการอาจไม่ชำนาญเครื่องมือ ซึ่งจะทำให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ทั้ง 7 ด้าน ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กต่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ มาก เนื่องธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กมีความจำเป็นที่ต้องใช้บริการจากผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ซึ่งการให้ความสำคัญดังกล่าว จะช่วยให้ได้รับบริการตรงกับความต้องการ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์สามารถนำไปใช้ปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการ

การอภิปรายผลตามสมมติฐาน

1. การศึกษาถึงขนาดขององค์กรของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก มีผลต่อพฤติกรรม-การจ้างผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ขนาดขององค์กรของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์ ทั้งการเคยมีประสบการณ์ในการจ้าง และเรื่องของกิจกรรมที่จ้างผู้ให้บริการ

เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็กเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีการลงทุนในอุตสาหกรรมสูง ไม่ว่าบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนอยู่ในกลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งการลงทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์บางกิจกรรม อาจได้ผลที่ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหรือบางกิจกรรมต้องการความชำนาญเฉพาะด้าน ดังนั้น บริษัททั้ง 2 กลุ่ม จึงมอบหมายงานที่มีต้นทุนในการดำเนินการสูงกว่าการดำเนินงานเองไปให้กับผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์จากภายนอกไปจัดการ และยังเป็นการได้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์อีกด้วย

จากผลการศึกษาของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ศูนย์วิจัยโลจิสติกส์ (2550) ศึกษาเรื่อง โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนอุตสาหกรรมพื้นฐาน และอุตสาหกรรมเหล็ก เสนอต่อกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลหกรรม ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ไม่ว่าบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนอยู่ในกลุ่มขนาดกลางและเล็ก หรือบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดใหญ่ มีลักษณะการผลิตคล้ายคลึงกัน คือ เป็นผู้ผลิตอุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลาง หรือการผลิตเหล็กกล้า แล้วนำไปเข้าสู่กระบวนการผลิตเหล็กขั้นปลายเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เหล็กสำเร็จรูป โดยไม่มีบริษัทใดที่มีกระบวนการผลิตที่หยุดเพียงแค่การผลิตเหล็กขั้นกลาง ซึ่งทุกบริษัทจะมีกระบวนการผลิตที่ต่อเนื่องจากการผลิตเหล็กขั้นกลาง จนถึงที่สุดที่การผลิตเหล็กขั้นปลาย ส่วนผลิตภัณฑ์เหล็กขั้นกลางที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิตเหล็กขั้นปลายก็จะขายให้กับผู้ผลิตเหล็กขั้นปลายรายอื่นต่อ บริษัททั้งสองกลุ่ม จึงมีพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์เหมือนกัน

ดังนั้น ขนาดขององค์กรในอุตสาหกรรมเหล็กที่แตกต่างกันจึงไม่ทำให้พฤติกรรมในการจ้างผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์ แตกต่างกัน

2. การเปรียบเทียบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก ที่มีขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการบริหารจัดการโลจิสติกส์ทั้งในด้านการวางแผน ด้านการจัดหา ด้านการส่งมอบ ด้านการผลิต และด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า

จากการประเมินการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมหลัก ถือได้ว่ามีประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ค่อนข้างมาก ทั้งบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งได้ผลสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ศูนย์วิจัยโลจิสติกส์ (2550) ศึกษาเรื่อง โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนอุตสาหกรรมพื้นฐาน และอุตสาหกรรมหลัก เสนอต่อกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ จากการเข้าสำรวจตัวแทนบริษัททั้งอุตสาหกรรมหลักขนาดกลาง และขนาดย่อม ผลคือ กิจกรรมโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมหลักมีการจัดการอย่างเป็นระบบที่ดี

เนื่องจากอุตสาหกรรมหลักมีต้นทุนด้านวัตถุดิบที่สูงมาก ทำให้ต้องมีการควบคุมต้นทุนด้านอื่น ๆ เพื่อจะได้มีศักยภาพในการแข่งขันด้านราคาได้ ซึ่งการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้บริษัทสามารถลดต้นทุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนเวลา ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เป็นผลมาจากการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ซึ่งประโยชน์ที่ตามมา ก็คือ เมื่อบริษัทสามารถลดต้นทุนให้กับสินค้าได้แล้วก็จะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านราคาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผลประกอบการของบริษัทดีขึ้น ดังนั้น บริษัทต่าง ๆ ทั้งบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก และบริษัทขนาดใหญ่ ในอุตสาหกรรมหลัก ต่างก็ให้ความสำคัญต่อการบริหารงานโลจิสติกส์ อีกทั้งแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์กำลังได้รับความนิยมอย่างมากโดยกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลาย ในปัจจุบัน รวมทั้งภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งจะเห็นได้จากนโยบาย แผนงาน และโครงการต่าง ๆ รวมทั้งยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของประเทศไทยที่ได้รวมการพัฒนาโลจิสติกส์เอาไว้ด้วย

เมื่อการบริหารจัดการโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อธุรกิจ ดังนั้นไม่ว่าองค์กรที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือองค์กรที่มีขนาดใหญ่ จึงต้องมีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

3. การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด-บริการ (7Ps) ของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่มีขนาดขององค์กรที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์กรขนาดกลางและขนาดเล็กให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ โดยส่วนใหญ่ไม่มากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ เนื่องจากบริษัทในอุตสาหกรรมเหล็กทั้งบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือบริษัทที่อยู่ในกลุ่มขนาดใหญ่ ต่างก็เคยมีประสบการณ์ในการจ้างบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ และในปัจจุบันก็ยังคงใช้บริการอยู่ ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ระหว่างองค์กรทั้งสองกลุ่ม โดยส่วนใหญ่จึงไม่ต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับของ เมตตา จันทรแก้ว (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย: กรณีศึกษาภาคตะวันออก และดรชนี งามอาสศิริ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่า ขนาดขององค์กรต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้น การที่กระแสของแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์กำลังได้รับความนิยม ผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ต่างก็แสดงความคิดเห็นถึงข้อดีของการจ้างบริษัทผู้ให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ รวมทั้งรัฐบาลยังให้การสนับสนุนธุรกิจให้บริการงานด้านโลจิสติกส์จากร่างแผนแม่บทการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย ภายใต้แผนการบริหารราชการแผ่นดิน จึงเกิดการลงทุนในธุรกิจการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกมากขึ้น การพิจารณาปัจจัยการให้บริการจึงต้องมีมากขึ้นด้วย

ดังนั้น บริษัทในอุตสาหกรรมเหล็กทั้งบริษัทที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือบริษัทที่มีขนาดใหญ่ ต่างก็ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด-บริการของผู้ให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ที่มากทั้งสองกลุ่ม

4. การศึกษาถึงการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การบริหารจัดการ โลจิสติกส์โดยส่วนใหญ่ จะไม่มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมเหล็ก จะมีการบริหารจัดการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับคะแนนที่สูง

จากทฤษฎีการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพได้นั้น ธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กจะต้องมีกระบวนการในการคิด สรรหา และวางแผนในการคัดเลือกผู้ให้บริการ อย่างละเอียด โดยการบริหารจัดการ โลจิสติกส์นั้นจะทำการจัดการด้วยตนเองหรือจะจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ถ้าพิจารณาว่าการจัดการเองจะได้ผลไม่คุ้มค่า และการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์มีความคุ้มค่า เพราะสามารถเลือกใช้ได้หลายรูปแบบ อาจเลือกใช้ บริการเฉพาะในบางกิจกรรม หรือใช้บริการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้ ขึ้นอยู่กับการลงทุน เนื่องจากการลงทุนในบางกิจกรรมต้องใช้เวลาลงทุนสูง อาจจะทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ และสาเหตุอีกประการ คือ กิจกรรมโลจิสติกส์อาจไม่ใช่ ความสามารถหลัก หรือกิจกรรมหลักที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจ หากมุ่งที่จะดำเนินงานเหล่านี้ ด้วยตนเองจะไม่ใช่ประโยชน์ต่อธุรกิจ ทั้งนี้การเลือกใช้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ จากผู้ให้บริการภายนอกน่าจะเป็นแนวทางที่ดีที่สุด

ดังนั้น การบริหารจัดการ โลจิสติกส์จึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ เพราะผู้ประกอบการจะพิจารณาว่าหากการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ ด้วยตนเองแล้วจะได้ผลไม่คุ้มค่า ก็จะทำการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ซึ่งสามารถ เลือกจ้างได้หลายรูปแบบ และจะมีผลทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่า และมี ประสิทธิภาพดีกว่าที่จะเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเองเนื่องจากผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์ จะมีความชำนาญงานมากกว่า

5. การศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้ให้บริการงาน โลจิสติกส์ มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ โดยส่วนใหญ่จะไม่มีผลต่อพฤติกรรมการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ถึงแม้ว่าบริษัทต่าง ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มากก็ตาม

โดยปกติบริษัทต่าง ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กต่างก็จ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ เพราะทราบดีถึงประโยชน์ของการใช้บริการ แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็กเป็นวัตถุดิบพื้นฐานของอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ดังนั้น เมื่อใดที่สถานะของเศรษฐกิจก็จะมีการผลิตในปริมาณที่มากกว่าปกติ แต่ถ้าสถานะเศรษฐกิจชะลอตัวการผลิตก็จะลดลงตามปริมาณความต้องการใช้ ดังนั้นการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก จึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตเหล็ก

อีกทั้งผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ต่างก็สนใจต่อลูกค้าเหมือนกัน โดยผลจากการศึกษาของ สันติชัย ชชรินทร์ และคนอื่น ๆ (2546) ศึกษาเรื่อง การศึกษาลักษณะการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สาม (*third party logistics providers*) ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต พบว่า ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ให้ความสำคัญกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ลูกค้าจึงไม่ค่อยเห็นความแตกต่างของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

ดังนั้น การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กส่วนใหญ่จึงจ้างบริษัทที่มีความคุ้นเคย และใช้บริการอยู่เป็นประจำ เนื่องจากไว้วางใจและเก็บความลับได้ดี โดยการจ้างจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตเหล็ก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโลจิสติกส์ ตามพระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 ผู้วิจัยมีแนวความคิดในการเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการเหล็ก

จากการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งประกอบไปด้วย กระบวนการจัดการพื้นฐาน 5 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการจัดหา ด้านการส่งมอบ ด้านการผลิต และด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการที่ถือว่าค่อนข้างมาก แต่ในส่วนของการจัดหา และด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า ซึ่งมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 จากการที่ประเทศไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เพราะยังไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กได้จนถึงต้นน้ำ อีกทั้งราคาของต้นทุนวัตถุดิบยังมีราคาที่ผันผวนตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรมีการจัดหาผู้จัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และควรมีมากกว่า 1 ราย เพื่อลดปัญหาในการจัดส่งวัตถุดิบ และควรมีการวางแผนการสั่งซื้อในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม

1.2 จากการที่เกือบทุกบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กมีการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จากภายนอกให้ดำเนินการในการส่งสินค้าให้กับลูกค้า จะมีเพียงไม่กี่บริษัทที่ลูกค้าของทางบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการขนส่งสินค้าเอง จึงทำให้ด้านการส่งมอบเป็นด้านที่มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการมากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อด้านการส่งคืนสินค้าจากลูกค้าทำให้ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านนี้น้อย เนื่องจากการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในงานจึงไม่ค่อยเกิดปัญหาเรื่องของสินค้าชำรุดเสียหาย อีกทั้งก่อนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า จะมีการตรวจสอบเรื่องของคุณภาพและความถูกต้องของสินค้าก่อนจึงค่อยส่งมอบ

ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาถึงการจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นความสามารถหลักของทางบริษัท หรือมีต้นทุนในการดำเนินการสูงกว่า โดยมอบหมายงานไปให้กับผู้ให้บริการจากภายนอก ซึ่งมีแนวโน้มจะทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพดีกว่าที่บริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเอง และการจ้างบริษัทให้บริการงานโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบเรื่องของสัญญาที่จ้างให้ชัดเจน เช่น การรับผิดชอบต่อกรณีสินค้าเสียหายหรือถูกขโมย หรือการส่งสินค้าไม่ทันตามเวลาที่กำหนด เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์

จากกระแสแนวความคิดการจัดการโลจิสติกส์ที่กำลังได้รับความนิยม อีกทั้งรัฐบาลก็ให้การสนับสนุน จึงทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ขึ้นเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จึงต้องหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้ลูกค้ารายใหม่และรักษาลูกค้าปัจจุบันเอาไว้ โดยปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการก็เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการ พร้อมทั้งนำความพอใจสูงสุดมาสู่ผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ รวมถึงข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก เพื่อนำเสนอ ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ พร้อมทั้งนำความพอใจสูงสุดมาสู่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุด ซึ่งได้แก่ ด้านกระบวนการและลำดับรองลงมาดังนี้

2.1.1 ด้านกระบวนการให้บริการ ในการให้บริการ ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ อย่างถูกต้องครบถ้วน และมีมาตรการด้านความปลอดภัยในกระบวนการทำงาน นอกจากนั้นยังควรมีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ (การบริการ) ในกรณีเกิดความเสียหายขึ้นจากการให้บริการ บริษัทผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น และการให้บริการควรมีคุณภาพได้มาตรฐาน รวมทั้งการส่งมอบงานต้องมีความรวดเร็วและต่อเนื่อง

2.1.3 ด้านบุคคล พนักงานของบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องมีจำนวนที่เพียงพอต่อการรองรับการให้บริการ และการติดต่อกับพนักงานจะต้องมีความสะดวกไม่ซับซ้อน

2.1.4 ด้านราคา การกำหนดราคาค่าบริการควรมีมาตรฐาน ข้อตกลงของสัญญาควรมีความชัดเจน อย่างไรก็ตามเรื่องราคาและระยะเวลาในการชำระเงิน

ค่าใช้บริการไม่ควรถูกกำหนดไว้อย่างตายตัว โดยควรเปิดโอกาสให้สามารถต่อรองกันได้โดยง่าย

2.1.5 ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ควรมีช่องทางในการติดต่อที่ง่ายและสะดวก และควรมีเงื่อนไขในการรับประกันความพึงพอใจ (satisfactory warranty) ให้กับลูกค้า โดยหากไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลูกค้าก็สามารถเปลี่ยนแปลงบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ได้ นอกจากนั้นควรมีเว็บไซต์เพื่อความสะดวกให้กับลูกค้าในการดูข้อมูลข่าวสาร

2.1.6 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในกรณีการทำสัญญาว่าจ้างแบบเหมารวมงานหรือการว่าจ้างในระยะยาวควรมีการคิดราคาพิเศษ และมีการให้ส่วนลดตามปริมาณการจ้างงาน รวมทั้งควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทเพื่อเป็นการสื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้าทราบ

2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือควรมีความทันสมัยในการให้บริการ และควรมีเครื่องมือให้บริการเป็นของตนเอง

2.2 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็ก

2.2.1 การจ้างบริษัทผู้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของงานให้กับองค์กร ซึ่งผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องของงานโลจิสติกส์ในแต่ละด้านเป็นอย่างดี เช่น เรื่องของการจะนำสินค้าออกจากคลังสินค้า รู้เส้นทางรถขนส่งสินค้า ปฏิบัติตามกฎหมายถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามเวลาที่กำหนด ในกรณีสินค้าเสียหายหรือถูกขโมยต้องรับผิดชอบ มีความสามารถในการพัฒนาการให้บริการในอนาคต

2.2.2 เรื่องของราคาจะต้องมีความเหมาะสมกับขอบเขตการให้บริการ สามารถต่อรองเรื่องของราคากันได้ง่าย

2.2.3 การพิจารณาว่าจ้างบริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์นั้น จะพิจารณาจากรายใหญ่ที่มีศักยภาพสูง มีประสบการณ์ และมีความพร้อมมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่จะ

เป็นบริษัทที่มีความคุ้นเคย และใช้บริการอยู่เป็นประจำ เพราะจะเก็บความลับของลูกค้าได้ดี และไว้วางใจได้

2.2.4 การให้บริการงานโลจิสติกส์ในปัจจุบัน นอกจากกิจกรรมการขนส่งแล้ว ผู้ประกอบการมีข้อมูลของผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ค่อนข้างน้อย ทำให้ต้องทำกิจกรรมโลจิสติกส์ต่าง ๆ เอง ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์จึงควรที่จะมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อจะได้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ถ้าสามารถทำการศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการทั้งแบบเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และแบบเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interviewing) จะช่วยให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น เพราะข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขในส่วนของการให้บริการได้ดีมากขึ้น

2. ควรมีการทำวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อ เช่น อุตสาหกรรมเซรามิก เป็นต้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีปริมาณการผลิตสูง ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นส่วนใหญ่ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่, สำนักโลจิสติกส์อุตสาหกรรม (2551, หน้า 5) ได้รายงานว่าต้นทุนโลจิสติกส์ต่อยอดขายอยู่ที่ประมาณร้อยละ 23 ระยะเวลาในโซ่อุปทานเฉลี่ยประมาณ 85 วัน ซึ่งร้อยละ 97 ของเวลาในกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าเป็นกระบวนการจัดเก็บในโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดเก็บวัตถุดิบ และสินค้าในกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูป มีผลทำให้สิ้นเปลืองต้นทุนเป็นปัญหาการบริหารสินค้าคงคลัง ดังนั้น การเข้าถึงสินค้าจากผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ จะช่วยลดต้นทุนได้

นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์เซรามิก ซึ่งแตก หัก เสียหายได้ง่าย การขนย้ายจึงต้องมีความชำนาญ เพื่อลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น การจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าอาจจะมีค่ามากกว่า โดยหากได้มีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ ก็จะทราบถึงความต้องการ
ของลูกค้าและสามารถตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจให้บริการงานโลจิสติกส์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป