

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพล 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งสินค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และตลาดส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs และ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย และธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ราย ที่ผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอสันกำแพงเลือกใช้บริการมากที่สุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา และ Chi - Square สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 63 รูปแบบของกิจการส่วนใหญ่เป็นร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 48 ระยะเวลาดำเนินงาน ระหว่าง 1-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 44 ในส่วนของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 1-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 45 จำนวนพนักงานมากที่สุดอยู่ระหว่าง 1-20 คน และ 21-60 คน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยมีพนักงานบรรจุหีบห่อและขนส่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.03 สินค้าส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้บริการมากที่สุด เป็นอันดับแรกคือกลุ่มสินค้าหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือกลุ่มไม้ คิดเป็นร้อยละ 45 บริการที่ผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอสันกำแพงเลือกใช้บริการมากที่สุด คือบริการขนส่งสินค้าภายในประเทศ (ขนส่งสินค้าจากโรงงานไปยังท่าเรือหรือโรงงานไปยังท่าอากาศยาน) คิดเป็นร้อยละ 35 และบริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดคือบริการชำระค่าสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30

ผลการศึกษาพฤติกรรมของวิสาหกิจขนาดกลาง พบว่าประเภทของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าส่งคิดเป็นร้อยละ 75.7 ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่วิสาหกิจขนาดกลางเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ TNT สินค้าส่งออกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผ้า คิดเป็นร้อยละ 43.2 รูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการขนส่งสินค้าทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 76.2 และบริการที่วิสาหกิจขนาดกลางเลือกใช้มากที่สุดจากธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ คือบริการจัดส่งสินค้าทางอากาศแบบด่วนพิเศษคิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือบริการจัดหาประกันภัยคิดเป็นร้อยละ 40 ในการสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจขนาดกลางเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการมีความรู้ความสามารถ ด้านการทำธุรกรรมต่างประเทศ ปัจจัยด้านการได้รับบริการที่รวดเร็ว ปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านการได้รับส่วนลดทางการค้า ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 100 ปัจจัยด้านความทันสมัยของพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ปัจจัยด้านชื่อเสียงและประสบการณ์ในการทำงาน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 94.6 ปัจจัยด้านขนาดของกิจการที่มีขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 67.6 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 100 ปัจจัยด้านตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศยุโรป คิดเป็นร้อยละ 83.8 และปัจจัยด้านตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 75.7

ผลการศึกษาพฤติกรรมของวิสาหกิจขนาดย่อม พบว่าประเภทของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 68.3 ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่วิสาหกิจขนาดย่อมเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ Regent logistics สินค้าส่งออกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 39.7 รูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการขนส่งสินค้าทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 67.6 และบริการที่วิสาหกิจขนาดย่อมเลือกใช้มากที่สุดจากธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศคือบริการรับชำระค่าสินค้า คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือบริการด้านการบรรจุหีบห่อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 75 ในการสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจขนาดย่อมเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมให้ความสำคัญกับปัจจัยดังต่อไปนี้ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 100 ปัจจัยด้านรูปแบบการบริการที่ครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 98.4 ปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งสินค้าถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 63.5 ปัจจัยด้านการได้รับค่าคอมมิชชั่น คิดเป็นร้อยละ 27 ปัจจัยด้านการมีคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 66.7 ปัจจัยด้านการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 66.9 ปัจจัยด้านการมีเว็บไซต์ในการสืบค้นข้อมูล

คิดเป็นร้อยละ 76.2 ปัจจัยด้านตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 84.1 และปัจจัยด้านตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 76.2

ในการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งสินค้าที่สำคัญมากที่สุดคือราคาค่าขนส่งต้องเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านการให้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่สำคัญมากที่สุดคือมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการที่ดี ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่สำคัญมากที่สุดคือความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ปัจจัยด้านตลาดส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ที่สำคัญที่สุดคือกลุ่มประเทศอเมริกา และปัจจัยด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การมีเว็บไซต์ของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทำให้สะดวกในการสืบค้นข้อมูล

จากการหาความสัมพันธ์ว่าปัจจัยแต่ละตัวเมื่อจำแนกตามขนาดของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศแตกต่างกันหรือไม่ ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าขนาดของวิสาหกิจที่แตกต่างกันมีความเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ ของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าเกิดความเสียหายขณะขนส่ง เช่น แตกร้าว คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือปัญหาเกี่ยวกับความไม่เข้าใจเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs คิดเป็นร้อยละ 33 และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือปัญหาเกี่ยวกับการเรียกร้องเงินประกันด้านสินค้า (เคลมสินค้า) คิดเป็นร้อยละ 6

ในการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญ ผลการศึกษพบว่าธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือมาตรฐาน คุณภาพและการบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 45 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือชื่อเสียงและประสบการณ์ทำงานที่ยาวนาน คิดเป็นร้อยละ 60 ปัจจัยด้านราคาค่าขนส่งสินค้าที่สำคัญมากที่สุดคือราคาที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 85 สำหรับปัจจัยด้านตลาดส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีความเห็นเกี่ยวกับตลาดส่งออกแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือตลาดส่งออกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและตลาดส่งออกไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และปัจจัยด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ของธุรกิจขนส่ง

สินค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ ประกอบด้วย การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ การมีเว็บไซต์ทำให้สะดวกในการสืบค้นข้อมูล ในสัดส่วนที่เท่ากัน เป็นร้อยละ 55

5.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1) ด้านการให้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการมีความรู้ความสามารถด้านการทำธุรกรรมต่างประเทศและการได้รับบริการที่รวดเร็วของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยรวมว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นพนักงานต้องมีความแม่นยำ ในการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ กฎระเบียบต่าง ๆ ของการค้าโลก กรมศุลกากร และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาถ่ายทอดให้คำปรึกษาตอบคำถาม และช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้ นอกจากนี้ต้องให้บริการที่ตรงต่อเวลาในการมารับสินค้าเพราะบางครั้งมารับสินค้าช้า มีผลให้การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ดำเนินการล่าช้าด้วยส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับเงินค่าสินค้าช้าไปด้วย ดังนั้นควรจัดการด้าน QC ตั้งแต่การมารับสินค้าจากโรงงานจนถึงมือผู้รับอย่างมีแบบแผน ในส่วนของวิสาหกิจขนาดย่อมให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการที่ดีและการมีรูปแบบการบริการที่ครบวงจรของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเพราะวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการทำธุรกรรมต่างประเทศน้อย ดังนั้นการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจึงมีความจำเป็น เพื่อเป็นการลดขั้นตอนการทำงานที่ยุ่งยาก ซึ่งธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศควรพัฒนาศักยภาพการให้บริการขนส่งอยู่เสมอและให้เสนอบริการที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านราคาค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญกับราคาค่าขนส่งเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการและการได้รับส่วนลดทางการค้าของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นรัฐบาลและธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานและการกำหนดราคาค่าขนส่งให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจของประเทศ ขณะเดียวกันการให้ส่วนลดทางการค้าสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางที่มีปริมาณและมูลค่าการขนส่งมากจะมีผลให้เกิดเจตคติที่ดีต่อธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และเป็นการสร้างสัมพันธที่ดี ทำให้เกิดการให้บริการในครั้งต่อไป ในส่วนของวิสาหกิจขนาดย่อม

ให้ความสำคัญกับราคาค่าขนส่งถูกกว่าที่อื่นและการได้รับค่าคอมมิชชั่นของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม ว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด เพราะวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มีปริมาณการขนส่งไม่มากเท่ากับวิสาหกิจขนาดกลาง ดังนั้นจึงต้องการลดต้นทุนในการขนส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ การเสนอราคาค่าขนส่ง (Quotation) ที่ถูกกว่าธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศรายอื่น ๆ ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของวิสาหกิจ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอสันกำแพง ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ดังนั้นธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะแข่งขันกันตัดราคาค่าขนส่งเพื่อจูงใจให้เลือกใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดผลดีต่อผู้ประกอบการ SMEs โดยรวม สำหรับการได้รับค่าคอมมิชชั่นของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า มีทั้งข้อดีและข้อเสีย โดยวิสาหกิจขนาดย่อมได้รับรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น เพราะธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะทำการ mark up on cost เพิ่มเข้าไปในต้นทุนการขนส่งก่อนที่จะให้วิสาหกิจขนาดย่อมเสนอราคาค่าขนส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งค่าคอมมิชชั่นขึ้นอยู่กับความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อมและปริมาณการขนส่งในแต่ละครั้ง โดยไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อลูกค้าต่างประเทศ เพราะเป็นการเอาเปรียบและไม่ซื่อสัตย์ส่งผลให้ในระยะยาว ลูกค้าต่างประเทศอาจหันไปซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นหรือแหล่งผลิตต่างประเทศที่ทำให้ต้นทุนถูกกว่า

3) ด้านความน่าเชื่อถือของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญกับความทันสมัยของพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ชื่อเสียงและประสิทธิภาพในการทำงาน ขนาดของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่และความปลอดภัยในการขนส่ง ซึ่งรัฐบาลควรสนับสนุนและจัดหาแหล่งเงินทุนให้ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน นำเทคโนโลยี อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการขนส่งทำให้ประหยัดเวลาและต้นทุน ช่วยให้กระบวนการขนส่งมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ควรรักษาภาพพจน์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและเกิดความมั่นใจในการเลือกใช้บริการ ในส่วนของวิสาหกิจขนาดย่อมให้ความสำคัญกับการมีคลังสินค้าของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวมว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด เพราะว่าวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ไม่มีคลังเก็บสินค้าหากมีสินค้าที่ต้องส่งออกจำนวนมากหรือในภาวะฉุกเฉินต้องการฝากสินค้า ดังนั้นธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศควรมีคลังสินค้าที่พอเพียงเพื่อที่สามารถรับฝากสินค้าในภาวะฉุกเฉินได้และต้องปลอดภัย ตลอดจนหมั่นตรวจตรา ทำความสะอาดคลังสินค้าอยู่เสมอ เพื่อป้องกันแมลง ต่าง ๆ เข้าไปอยู่ข้างใน ซึ่งอาจทำให้สินค้าของลูกค้าเสียหายได้

4) ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ในการศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมให้ความสำคัญเกี่ยวกับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการมีเว็บไซต์ทำให้สะดวกในการสืบค้นข้อมูลของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวมมากที่สุด ซึ่งการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีผลให้ภาพพจน์ของธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะมีโอกาสเข้าถึงลูกค้ามากกว่าธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ไม่ทำการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

5) ด้านตลาดส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs

ตลาดส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยรวม ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางให้ความสำคัญกับตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศยุโรป และกลุ่มประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมให้ความสำคัญกับตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศอเมริกาและกลุ่มประเทศเอเชียมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ควรศึกษาเกี่ยวกับ กฎระเบียบ ข้อบังคับการค้าระหว่างประเทศ ในแต่ละกลุ่มประเทศตลาดส่งออกอย่างละเอียดและรอบคอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการ หลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพราะจะทำให้ยุ่งยากควรใช้บริการจากธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มีความชำนาญในการจัดเตรียมเอกสารและพิธีการศุลกากรเป็นอย่างดี หากมีเครือข่ายทั่วโลกย่อมเกิดความได้เปรียบในการขนส่ง