

บทที่ 5 ผลการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยจะแสดงผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศกัมพูชา โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์และแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ทำให้ผู้วิจัยแสดงผลการวิจัยออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

- 5.1 ผลการวิจัยที่ได้จากแบบแบบสอบถามผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา
- 5.2 ผลการวิจัยที่ได้จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา
- 5.3 วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา
- 5.4 เปรียบเทียบคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย
- 5.5 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา
- 5.6 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทย
- 5.7 กลยุทธ์สำหรับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทย
- 5.8 แนวทางเพื่อพัฒนากลยุทธ์นำรถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเข้าไปให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศกัมพูชา

ซึ่งรายละเอียดแต่ละส่วนมีดังต่อไปนี้

5.1 ผลการวิจัยที่ได้จากแบบแบบสอบถามผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย สามารถแสดงข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 1 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ ตำแหน่งงาน จำนวนเวลาของประสบการณ์ทำงาน ประเภทการดำเนินงาน ที่ตั้งบริษัท กลุ่มอุตสาหกรรม สัดส่วนตลาดทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อปีของบริษัทผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	16	70
หญิง	7	30
รวม	23	100

จากตารางที่ 5.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 5.2 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวนผู้ตอบคำถาม (คน)	ร้อยละ
Managing Director	4	17.39
Supervisor	4	17.39
Sea Freight Manager	1	4.35
Senior Logistics supervisor	1	4.35
General Manager	1	4.35
Civil Engineer	1	4.35
Sale Project	1	4.35
Site Engineer	1	4.35
Production Engineer	1	4.35
Quality Controller	1	4.35
Sales Engineer	1	4.35
Technical Director	1	4.35
Assistance Manager	1	4.35
Technical Manager	1	4.35
Testing	1	4.35
Contract & Reporting	1	4.35

ตารางที่ 5.2 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวนผู้ตอบคำถาม (คน)	ร้อยละ
Sale Supervisor	1	4.35
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.2 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่ง Managing และตำแหน่ง Supervisor

ตารางที่ 5.3 ประสบการณ์ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประสบการณ์ทำงาน (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ปี	13	56.52
4-6 ปี	8	34.78
7-9 ปี	2	8.70
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.3 ประสบการณ์ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 1-3 ปี รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 4-6 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 7-9 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 ประเภทการดำเนินงานของบริษัทผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

ประเภทการดำเนินงานของบริษัทผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินงานในประเทศกัมพูชา	18	78.26
ดำเนินงานนอกประเทศกัมพูชา	3	13.04
ประเภทการดำเนินงานของบริษัทผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	8.70
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.4 ประเภทการดำเนินงานของบริษัทผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 รายพบว่าส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ดำเนินงานในประเทศ กัมพูชา

ตารางที่ 5.5 ที่ตั้งของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่ตั้งของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
เมืองพนมเปญ	22	95.65
เมืองกันดาล	1	4.35
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.5 ที่ตั้งของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศ กัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 รายพบว่าส่วนใหญ่ตั้งอยู่เมืองพนมเปญ มีเพียง 1 บริษัทที่ตั้งอยู่เมือง กันดาล

ตารางที่ 5.6 กลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรอาหารและเครื่องคั้น	4	15.38
เหล็ก	4	15.38
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	4	15.38
ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	1	3.85
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	1	3.85
ยาและสารเคมี	1	3.85
รถยนต์และอะไหล่ยานยนต์	1	3.85
รองเท้าหนัง และผลิตภัณฑ์หนัง	1	3.85
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	1	3.85
ผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์	1	3.85
การพิมพ์และผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์	1	3.85
อื่นๆ (โพรกระบุ) ได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้าง ทำซีเมนต์ ตรวจสอบคุณภาพน้ำ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ขยายอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพน้ำ	5	19.23

ตารางที่ 5.6 กลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุในแบบสอบถาม	1	3.85
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.6 กลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 รายพบว่า บริษัทส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม เกษตร อาหารและเครื่องคั้นเหล็กเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 5.7 สัดส่วนตลาดของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

สัดส่วนตลาดของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ในประเทศกัมพูชาเท่านั้น	16	69.57
ในประเทศกัมพูชาและต่างประเทศ	6	26.09
ไม่ระบุ	1	4.35
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.7 สัดส่วนตลาดของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 รายพบว่าส่วนใหญ่มีสัดส่วนตลาดของบริษัทภายในประเทศ กัมพูชาเท่านั้น

ตารางที่ 5.8 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานปัจจุบันของบริษัท

ทุนจดทะเบียนของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
0-5 ล้านบาท	13	56.52
6-10 ล้านบาท	3	13.04
11-25 ล้านบาท	1	4.35
มากกว่า 200 ล้านบาท	1	4.35
รวม	23	100.00

ตารางที่ 5.8 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานปัจจุบันของบริษัท (ต่อ)

จำนวนพนักงานปัจจุบันของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
0-50 คน	17	73.91
50-200 คน	4	17.39
มากกว่า 200 คน	2	8.70
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.8 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานปัจจุบันของบริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็ก เนื่องจากมีทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 0 - 5 ล้านบาท และจำนวนพนักงาน 0 - 50 คน รองลงมาเป็นบริษัทขนาดกลาง และขนาดใหญ่ตามลำดับ

ตารางที่ 5.9 รายได้เฉลี่ยต่อปี (3 ปีย้อนหลัง พ.ศ. 2552 - 2554)

รายได้เฉลี่ยต่อปี (3 ปีย้อนหลัง พ.ศ. 2552 - 2554)	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 ล้านบาท	15	65.22
6 -10 ล้านบาท	1	4.35
11 - 25 ล้านบาท	1	4.35
ไม่ระบุ	6	26.09
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.9 รายได้เฉลี่ยต่อปี (3 ปีย้อนหลัง พ.ศ.2552 - 2554) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี (3 ปีย้อนหลัง พ.ศ. 2552 – 2554) ในช่วง 0 - 5 ล้านบาท

5.1.2 ส่วนที่ 2 การจัดหาผู้ให้บริการและบริการที่ได้รับ

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 2 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงเหตุผลในการเลือกใช้บริการรับเหมาช่วง ช่องทางการหาผู้ให้บริการ ปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการและบริการที่ได้รับ

ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางในส่วนที่ 2 การจัดหาผู้ให้บริการและบริการที่ได้รับ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.10 เหตุผลในการเลือกผู้รับเหมาช่วง ช่องทางการหาผู้ให้บริการ ปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการและบริการที่ได้รับ

เหตุผลที่บริษัทเลือกใช้บริการจากภายนอกองค์กรในกิจกรรมโลจิสติกส์	จำนวน	ร้อยละ
1.เพื่อมุ่งเน้นธุรกิจหลักของบริษัท	16	69.57
2.เพื่อให้ได้รับบริการ โลจิสติกส์จากมืออาชีพ	11	47.83
3.เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์	7	30.43
4.เพื่อขยายตลาด	4	17.39
ช่องทางในการจัดหาผู้ให้บริการโลจิสติกส์	จำนวน	ร้อยละ
1.ปากต่อปาก	13	56.52
2.อินเตอร์เน็ต	11	47.83
3.นิทรรศการ/งานแสดงทางการค้าต่างๆ	6	26.09
ช่องทางในการจัดหาผู้ให้บริการโลจิสติกส์	จำนวน	ร้อยละ
4.หนังสือพิมพ์	5	21.74
5.เครือข่ายสังคมเช่น Linked in	3	13.04
6.แผ่นพับ/โบรชัวร์	2	8.70
7.อื่นๆ โปรดระบุ yellow pages	1	4.35
ปัจจัยในการเลือก LSP	อันดับ	
1.ค่าบริการและค่าธรรมเนียม	1	
2.ชื่อเสียงของบริษัท	2	
3.คุณภาพการให้บริการ โดยรวม	3	
4.ประเภทและความหลากหลายของการให้บริการ	4	
5.ความถูกต้องของเอกสาร	5	
6.ความสามารถในการขยายธุรกิจร่วมกับลูกค้าและมีศักยภาพทางความสัมพันธ์ในระยะยาว	6	
ประเภทบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์	จำนวน	ร้อยละ
1.การขนส่ง	20	86.96
2.การดำเนินงานด้านพิธีศุลกากร	16	69.57
3.คลังสินค้า	8	34.78
4.การจัดหา	2	8.70
5.บริการเสริมที่ช่วยเพิ่มมูลค่า	2	8.70

ตารางที่ 5.10 เหตุผลในการเลือกใช้บริการในช่วง ช่องทางการหาผู้ให้บริการปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการและบริการที่ได้รับโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเหตุผลหลัก 3 ประการ ที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการจากภายนอกองค์กร (Outsourcing) ในกิจกรรมโลจิสติกส์ของบริษัท เพื่อมุ่งเน้นที่ธุรกิจหลักของบริษัท เพื่อได้รับบริการโลจิสติกส์จากมืออาชีพ และเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ ในด้านช่องทางการหาผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ใช้วิธีการ ดังนี้ การบอกต่อแบบปากต่อปากอินเทอร์เน็ตและนิทรรศการ งานแสดงทางการค้าต่างๆ เรียงตามลำดับ ส่วนปัจจัยในการเลือกผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ผู้ใช้บริการจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ อัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียม ชื่อเสียงของบริษัท และคุณภาพการให้บริการ โดยรวมเรียงความสำคัญตามลำดับและประเภทบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ โดยส่วนมากได้รับบริการ ดังนี้ ขนส่งการดำเนินงานด้านพิธีศุลกากร และคลังสินค้า

5.1.3 ส่วนที่ 3 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อกลยุทธ์และการดำเนินงานของธุรกิจ

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 3 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทที่มีกิจกรรมโลจิสติกส์เป็นตัวส่งเสริมที่สำคัญ กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยพิจารณาในแง่ของความเสถียรและผลกระทบกับธุรกิจของบริษัท ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางในส่วนที่ 3 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อกลยุทธ์และการดำเนินงานของธุรกิจดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.11 กลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทที่มีกิจกรรมโลจิสติกส์เป็นตัวส่งเสริมที่สำคัญ

กลยุทธ์	ระยะเวลาของการวางกลยุทธ์		
	ระยะสั้น 0 - 1 ปี	ระยะกลาง 2 - 3 ปี	ระยะยาว (มากกว่า 3 ปี)
1. ลดต้นทุน			
จำนวน	10	8	3
ร้อยละ	43.48	34.78	13.04
2. ปรับปรุงการบริการลูกค้า			
จำนวน	6	5	8
ร้อยละ	26.09	21.74	34.78
3. เข้าถึงตลาด			
จำนวน	1	11	5
ร้อยละ	4.35	47.83	21.74

ตารางที่ 5.11 กลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทที่มีกิจกรรมโลจิสติกส์เป็นตัวส่งเสริมที่สำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าอันดับหนึ่งที่นิยมใช้คือ กลยุทธ์ลดต้นทุน โดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ระยะสั้น รองลงมาใช้กลยุทธ์ปรับปรุงการบริการลูกค้า โดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ระยะยาว และอันดับสุดท้ายใช้กลยุทธ์ปรับปรุงการเข้าถึงตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ระยะกลาง

ตารางที่ 5.12 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยพิจารณาในแง่ของความเสถียรและผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท

กิจกรรมโลจิสติกส์	อันดับ
การดำเนินงานด้านพิธีการศุลกากร	1
คลังสินค้า	2
การขนส่งทางถนน	3
การขนส่งทางน้ำในประเทศ	4
การขนส่งทางชายฝั่งในมหาสมุทร/	5
บริการที่ให้มูลค่าเพิ่ม	6
การขนส่งทางอากาศ	7
การขนส่งทางรถไฟ	8

จากตารางที่ 5.12 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยพิจารณาในแง่ของความเสถียรและผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่ากิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท 3 อันดับแรกมีดังนี้ การดำเนินงานด้านพิธีการศุลกากร คลังสินค้า และการขนส่งทางถนน

5.1.4 ส่วนที่ 4 การเตรียมความพร้อมและมุมมองผู้ใช้บริการก่อนเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 4 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงความตระหนักการเตรียมความพร้อม และมุมมองผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ก่อนเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางในส่วนที่ 4 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อกลยุทธ์และการดำเนินงานของธุรกิจ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.13 ความตระหนักการเตรียมความพร้อม และมุมมองผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ก่อนเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ความตระหนักในด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ปีที่เริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)	14	60.87
ประเทศสมาชิกของAEC	13	56.52
การเคลื่อนย้ายอย่างเป็นอิสระของแรงงานที่มีทักษะ	12	52.17
Asean Single Window	8	34.78
ไม่มีข้อจำกัดทางการลงทุนสำหรับนักลงทุนจากAEC	4	17.39
การเปิดเสรีโลจิสติกส์	3	13.04
การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เครือข่ายและการจัดกลุ่มธุรกิจ	16	69.57
พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	15	65.22
ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน	14	60.87
ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	13	56.52
การดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศ	12	52.17
โอกาสในการ Outsource	6	26.09
ศึกษากฎระเบียบของ AEC	5	21.74
การหาตลาดใหม่	5	21.74
การวางแผนร่วมทุน	5	21.74
การจัดการสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	5	21.74
ไม่ระบุ	2	8.70
มุมมองของบริษัทต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	จำนวน	ร้อยละ
มองว่าเป็นโอกาสเท่านั้น	13	56.52
มองว่าเป็นอุปสรรคเท่านั้น	1	4.35
มองว่าเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค	6	26.09
ไม่ระบุ	3	13.04
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.13 ความตระหนัก การเตรียมความพร้อม และมุมมองผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ก่อนเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23

ราย พบว่าผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา มีความตระหนักใน 3 ด้านแรกเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านปีที่เริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเคลื่อนย้ายอย่างเป็นอิสระของแรงงานที่มีทักษะ

การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา มีการเตรียมความพร้อมใน 3 ประเด็น เรียงตามลำดับ ดังนี้ การใช้เครือข่ายและการจัดกลุ่มธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน

มุมมองของบริษัทผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมี 3 มุมมอง ดังนี้ อันดับ 1 มองว่าเป็นโอกาสเท่านั้นเช่น โอกาสในการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น มีโอกาสขยายการลงทุนไปในประเทศสมาชิกอาเซียนมากขึ้น มีโอกาสที่เทคโนโลยีจะถูกถ่ายทอดและนำมาใช้ในกัมพูชาแพร่หลายยิ่งขึ้น เป็นต้น อันดับต่อมามองว่าเป็นอุปสรรคเท่านั้น เช่น ความต้องการบริการที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจ โลจิสติกส์เพิ่มขึ้น แรงงานฝีมืออาจไม่เพียงพอกับ ความต้องการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นต้นมองว่าเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคเช่น มีโอกาสที่การลงทุนในประเทศกัมพูชามากขึ้น แต่เป็นอุปสรรคที่คู่แข่งทางธุรกิจ โลจิสติกส์จะมีมากขึ้นเช่นกัน

5.2 ผลการวิจัยที่ได้จากแบบสอบถามผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย สามารถแสดงข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 1 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ทุนจตตะเบียน สักส่วนการถือหุ้น รายได้เฉลี่ยต่อปี สัดส่วนจำนวนพนักงานในปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต อัตราการเปลี่ยนพนักงานโดยเฉลี่ยต่อปี เกณฑ์ในการเลือกผู้ให้บริการรับเหมาช่วง สิทธิประโยชน์ของบริษัทและของบริษัทผู้รับจ้างเหมาช่วง บริการที่มีให้กับลูกค้า กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้กับลูกค้า ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีให้กับลูกค้า ตัวชี้วัดและระดับคุณภาพบริการที่ตกลงไว้กับลูกค้า วิธีการได้รับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า แผนกลยุทธ์ของบริษัทในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.14 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
Assistant manager	8	34.78
Supervisor	6	26.09
Manager	5	21.74
Owner/CEO/Vice president	3	13.04
Sales group leader	1	4.35
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.14 การเตรียมพร้อมสำหรับเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่ง Assistant manager ตำแหน่ง Supervisor และตำแหน่ง Manager

ตารางที่ 5.15 ทุนจดทะเบียนของบริษัท

ทุนจดทะเบียนของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
6 - 10 ล้านบาท	14	60.87
0 - 5 ล้านบาท	5	21.74
ไม่ระบุ	4	17.39
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.15 ทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่ามีมูลค่าทุนจดทะเบียนแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ อันดับที่ 1 ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 6 - 10 ล้านบาทและอันดับที่ 2 มีทุนจดทะเบียน 0 - 5 ล้านบาท

ตารางที่ 5.16 สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

สัดส่วนการถือหุ้น	จำนวน	ร้อยละ
ในประเทศกัมพูชา	19	82.61
ต่างชาติ	2	8.70

ตารางที่ 5.16 สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท (ต่อ)

สัดส่วนการถือหุ้น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	8.70
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.16 ทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีสัดส่วนการถือหุ้นในประเทศกัมพูชาเท่านั้น

ตารางที่ 5.17 รายได้เฉลี่ยต่อปีของบริษัท ปีพ.ศ. 2552 - 2554

ปีพ.ศ.	ปีพ.ศ. 2552		ปีพ.ศ. 2553		ปีพ.ศ. 2554	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 ล้านบาท	15	65.22	16	69.57	17	73.91
6 - 10 ล้านบาท	0	0.00	1	4.35	2	8.70
11 - 25 ล้านบาท	0	0.00	1	4.35	0	0.00
ไม่ระบุ	8	34.78	5	21.74	4	17.39
รวม	23	100.00	23	100.00	23	100.00

จากตารางที่ 5.17 รายได้เฉลี่ยต่อปีของบริษัท ปีพ.ศ. 2552 - 2554 โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของทั้ง 3 ปี พ.ศ. 2552 – 2554 อยู่ในช่วงมูลค่า 0 - 5 ล้านบาท

ตารางที่ 5.18 สัดส่วน/จำนวนพนักงานปัจจุบัน และความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)

สัดส่วน/จำนวนพนักงานในปัจจุบัน							
ประเภทการจ้างงาน		จำแนกตามทักษะ		จำแนกตามระดับการศึกษา			
พนักงานประจำ	พนักงานจ้างเหมา	พนักงานมีทักษะ	พนักงานไม่มีทักษะ	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปวช./ปวส.	ต่ำกว่าปวช./ปวส.
86.23	10.59	40.00	56.36	5.56	19.43	41.48	34.33

ตารางที่ 5.18 สัดส่วน/จำนวนพนักงานปัจจุบัน และความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์) (ต่อ)

สัดส่วน/จำนวนพนักงานความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)							
ประเภทการจ้างงาน		จำแนกตามทักษะ		จำแนกตามระดับการศึกษา			
พนักงานประจำ	พนักงานจ้างเหมา	พนักงานมีทักษะ	พนักงานไม่มีทักษะ	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปวช./ปวส.	ต่ำกว่าปวช./ปวส.
91.30	8.70	46.75	53.25	6.15	23.80	41.55	28.75

จากตารางที่ 5.18 สัดส่วน/จำนวนพนักงานปัจจุบัน และความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ และสัดส่วนพนักงานไม่มีทักษะมากกว่าพนักงานที่ทักษะ จำแนกตามระดับการศึกษาแล้วพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปวช./ปวส. ส่วนความคาดหวังในอนาคตเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์สัดส่วนพนักงานไม่ได้แตกต่างจากเดิมมากนัก

ตารางที่ 5.19 อัตราการเปลี่ยนพนักงาน

อัตราการเปลี่ยนพนักงาน โดยเฉลี่ย	หน่วย
6.16	ร้อยละต่อปี

จากตารางที่ 5.19 อัตราการเปลี่ยนพนักงาน โดยเฉลี่ยโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า มีอัตราการเปลี่ยนพนักงานโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.16 ต่อปี

ตารางที่ 5.20 เกณฑ์ในการเลือกผู้ให้บริการรับเช่าช่วง

เกณฑ์ในการเลือกผู้ให้บริการรับเช่าช่วง	อันดับ
คุณภาพของการให้บริการ	1
ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	2
ชื่อเสียงของบริษัท	3
ประเภทและความหลากหลายของการให้บริการ	4
ความแม่นยำของเอกสาร	5

จากตารางที่ 5.20 เกณฑ์ในการเลือกผู้ให้บริการรับช่วงเหมาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้บริการรับช่วง 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการค่าใช้จ่ายในการให้บริการและชื่อเสียงของบริษัทตามลำดับ

ตารางที่ 5.21 สินทรัพย์ของบริษัทและสินทรัพย์ของบริษัทผู้รับจ้างเหมาช่วง

สินทรัพย์ของบริษัท								
สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ, พาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์								
	พาหนะ 4 ล้อ	พาหนะ 6 ล้อ	พาหนะ 10 ล้อ	หัวลาก	หางแคร่	คลังสินค้า	ห้องเย็น	อื่นๆ
จำนวน	21	13	15	20	19	8	0	0
ร้อยละ	91.30	56.52	65.22	86.96	82.61	34.78	0.00	0.00
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง								
	ERP	TMS	WMS	Barcode	RFID	GPS	E-Customs	อื่นๆ
จำนวน	17	20	7	1	0	2	0	0
ร้อยละ	73.91	86.96	30.43	4.35	0.00	8.70	0.00	0.00
สินทรัพย์ของบริษัทผู้รับจ้างเหมาช่วง								
สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ, พาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์								
	พาหนะ 4 ล้อ	พาหนะ 6 ล้อ	พาหนะ 10 ล้อ	หัวลาก	หางแคร่	คลังสินค้า	ห้องเย็น	อื่นๆ
จำนวน	11	9	8	9	11	11	0	0
ร้อยละ	47.83	39.13	34.78	39.13	47.83	47.83	0.00	0.00
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง								
	ERP	TMS	WMS	Barcode	RFID	GPS	E-Customs	อื่นๆ
จำนวน	3	10	12	1	0	3	1	0
ร้อยละ	13.04	43.48	52.17	4.35	13.04	4.35	4.35	0.00

จากตารางที่ 5.21 สินทรัพย์ของบริษัทและสินทรัพย์ของบริษัทผู้รับจ้างเหมาช่วงโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าสินทรัพย์ของบริษัทส่วนใหญ่ประเภทพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มี ได้แก่ พาหนะ 4 ล้อ หัวลาก และหางแคร่ โดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มี ส่วนใหญ่ ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรองค์กรโดยรวม (Enterprise

Resource Planning: ERP) ระบบการจัดการการขนส่ง (Transportation Management System : TMS) และ ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System : WMS)สินทรัพย์ของบริษัทผู้รับจ้างเหมาช่วงประเภทพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มี ได้แก่พาหนะ 4 ล้อ หางแควร์ คลังสินค้า โดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System : WMS) ระบบการจัดการการขนส่ง (Transportation Management System: TMS) รหัสบ่งชี้โดยใช้ความถี่ของคลื่นวิทยุ (Radio Frequency Identification : RFID) และการวางแผนทรัพยากรองค์การโดยรวม (Enterprise Resource Planning : ERP)

ตารางที่ 5.22 บริการที่มีให้กับลูกค้าและร้อยละของการให้บริการ

บริการที่มีให้กับลูกค้าและร้อยละของการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ขนส่งทางถนน	22	56.96
พิธีการศุลกากร	20	36.30
คลังสินค้า	13	10.43
ขนส่งทางน้ำระหว่างประเทศ	4	6.09
ขนส่งทางอากาศ	3	6.09
ขนส่งทางน้ำภายในประเทศ	3	10.87
บริการให้คำปรึกษา	2	2.61
บริการเพิ่มมูลค่า	1	0.43
ขนส่งทางราง	0	0.00
อื่นๆ	1	1.30

จากตารางที่ 5.22 บริการที่มีให้กับลูกค้าและร้อยละของการให้บริการโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSPs) ในประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าส่วนใหญ่บริการที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีให้กับลูกค้า คือ การขนส่งทางถนน พิธีการศุลกากร และขนส่งทางน้ำภายในประเทศ เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 5.23 กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้ลูกค้า

กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้ลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1.บริการให้คำปรึกษา	22	95.65

ตารางที่ 5.23 กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้ลูกค้า (ต่อ)

กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้ลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
2.ความช่วยเหลือในการจัดทำเอกสารทางราชการ	21	91.30
3.การตรวจสอบหรือติดตามสินค้า	10	43.48
4.การติดฉลากและบรรจุหีบห่อ	4	17.39
5.การจัดซื้อ (วัตถุดิบ/สินค้า)	2	8.70

จากตารางที่ 5.23 กิจกรรมเพิ่มมูลค่าที่มีให้ลูกค้าโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีกิจกรรมมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า ได้แก่ บริการให้คำปรึกษา บริการให้ความช่วยเหลือในการจัดทำเอกสารทางราชการ และบริการตรวจสอบหรือติดตามสินค้า

ตารางที่ 5.24 ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีให้ลูกค้า

ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีให้ลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
การลดต้นทุน	6	26.09
การลดต้นทุนและลดเวลา	4	17.39
การลดต้นทุนและปรับปรุงการให้บริการ	3	13.04
การลดเวลา	2	8.70
การลดต้นทุนลดเวลา และปรับปรุงการให้บริการ	2	8.70
ปรับปรุงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร	1	4.35
การลดต้นทุนลดเวลา ปรับปรุงการให้บริการ และการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน	1	4.35
ไม่ระบุ	4	17.39
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.24 ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีให้ลูกค้าโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (LSPs) ในประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีให้ลูกค้าได้แก่ ด้านการลดต้นทุนเท่านั้น ด้านการลดต้นทุนและเวลา ด้านการลดต้นทุนและปรับปรุงการให้บริการ เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 5.25 ตัวชี้วัด (KPI) และระดับคุณภาพการให้บริการที่ตกลงไว้กับลูกค้า

ตัวชี้วัด(KPI) และระดับคุณภาพการให้บริการที่ตกลงไว้กับลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1.ส่งของตรงต่อเวลา	20	86.96
2.การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ในคลังสินค้า	14	60.87
3.ความแม่นยำของการหยิบสินค้า	7	30.43
4.ความแม่นยำของเอกสาร	7	30.43
5.อัตราการเกิดอุบัติเหตุ	5	21.74
6.ความแม่นยำของสินค้าคงคลัง	5	21.74
7.ความแม่นยำของการประเมินงบประมาณ	3	13.04

จากตารางที่ 5.25 ตัวชี้วัด (KPI) และระดับคุณภาพการให้บริการที่ตกลงไว้กับลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ตัวชี้วัด (KPI) และระดับคุณภาพการให้บริการที่ตกลงไว้กับลูกค้า ได้แก่ ด้านส่งของตรงต่อเวลาการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ในคลังสินค้า และความแม่นยำของการหยิบสินค้าเรียงตามลำดับ

ตารางที่ 5.26 วิธีที่จะได้รับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า

วิธีที่จะได้รับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า	อันดับ
โทรศัพท์ โทรสาร	1
อีเมลล์ เว็บไซต์	2
การเยี่ยมชมและร่วมฟังการประเมินผลการดำเนินงานของลูกค้าเป็นประจำ	3
สำรวจ	4
อื่นๆ ได้แก่ การติดตามและการตรวจสอบจดหมายและการประชุมกับลูกค้า	5

จากตารางที่ 5.26 วิธีที่จะได้รับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าส่วนใหญ่วิธีการได้รับและจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลล์เว็บไซต์และการเยี่ยมชมและร่วมฟังการประเมินผลการดำเนินงานของลูกค้าเป็นประจำ

ตารางที่ 5.27 แผนกลยุทธ์ของบริษัทในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์

แผนกลยุทธ์ของบริษัทในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับ โลจิสติกส์	จำนวน	แผนการ
เข้าร่วมทุนกับพันธมิตรผู้ให้บริการ โลจิสติกส์(LSPs)	1	ระยะกลาง (2-3 ปี)
ใช้ระบบหุ่นยนต์เข้ามาควบคุมการทำงาน	1	ระยะกลาง (2-3 ปี)
ใช้ระบบติดตามสถานะการขนส่ง	1	ระยะกลาง (2-3 ปี)
ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกของบริษัท	1	ระยะกลาง (2-3 ปี)
นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้มากขึ้น	7	ระยะยาว (>3 ปี)
ใช้ระบบติดตามสถานะการขนส่ง	4	ระยะยาว (>3 ปี)
สร้างเครือข่ายไปยังผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่างประเทศ	1	ระยะยาว (>3 ปี)
ปรับปรุงระบบกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น	1	ระยะยาว (>3 ปี)
ใช้เครื่องจักรกับการดำเนินการขนส่งสินค้า	1	ระยะยาว (>3 ปี)
ทำตลาดและบรรจุภัณฑ์	1	ระยะยาว (>3 ปี)

จากตารางที่ 5.27 แผนกลยุทธ์ของบริษัทในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับ โลจิสติกส์ โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีแผนกลยุทธ์ด้านการ นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้มากขึ้น โดยจัดทำเป็นแผนระยะยาว อันดับต่อมาคือแผนการใช้ ระบบติดตามสถานะการขนส่ง เป็นแผนการระยะยาว และนอกนั้นเป็นแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับ โลจิสติกส์อื่นๆ ซึ่งบริษัทเลือกวางแผนการนั้นๆ ในระยะเวลาที่แตกต่างกัน คือมีทั้งแผนระยะสั้นและ กลาง

5.2.2 ส่วนที่ 2 โครงสร้างระบบโลจิสติกส์ปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 2 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงประเทศและจำนวนบริษัท เครือข่ายทางด้าน โลจิสติกส์ รูปแบบการขนส่งภายในประเทศในปัจจุบัน รูปแบบการขนส่งที่วางแผน ไว้เมื่อเปิด AEC ประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน และประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC ประเทศและรูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่ให้บริการในปัจจุบันและในอนาคตเมื่อเปิด AEC ซึ่งรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางส่วนที่ 2 โครงสร้างระบบ โลจิสติกส์ปัจจุบันและความ คาดหวังในอนาคต เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.28 ประเทศและจำนวนบริษัทเครือข่ายทางด้านโลจิสติกส์

ประเทศของบริษัทเครือข่าย			จำนวนบริษัทเครือข่าย		
ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวนบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	17	73.91	1 บริษัท	17	73.91
กัมพูชาและเวียดนาม	2	8.70	2 บริษัท	2	8.70
กัมพูชาและฮ่องกง	1	4.35	3 บริษัท	1	4.35
จีน	1	4.35	4 บริษัท	1	4.35
ไม่ระบุ	2	8.70	ไม่ระบุ	2	8.70
รวม	23	100.00	รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.28 ประเทศและจำนวนบริษัทเครือข่ายทางด้านโลจิสติกส์โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชามีเครือข่ายอยู่ในประเทศ และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่มีบริษัทเครือข่าย 1 บริษัท

ตารางที่ 5.29 รูปแบบการขนส่งภายในประเทศปัจจุบัน

รูปแบบการขนส่งภายในประเทศในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ทางถนน	8	34.78
ทางอากาศและทางน้ำ/ทะเล	6	26.09
ทางอากาศทางถนน และทางน้ำ/ทะเล	5	21.74
ทางน้ำ/ทะเล	1	4.35
ทางอากาศและทางถนน	1	4.35
ไม่ระบุ	2	8.70
รวม	23	100.00

ตารางที่ 5.29 รูปแบบการขนส่งภายในประเทศปัจจุบันโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการขนส่งทางถนน รองลงมาใช้การขนส่ง 2 รูปแบบคือขนส่งทางอากาศและทางน้ำ/ทะเล และอันดับต่อมาใช้รูปแบบการขนส่ง 3 รูปแบบ คือ ทางอากาศ ถนนและทางน้ำ/ทะเล

ตารางที่ 5.30 รูปแบบการขนส่งที่วางแผนไว้เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์

รูปแบบการขนส่งภายในประเทศที่วางแผนไว้ เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์	จำนวน	ร้อยละ
ทางอากาศทางถนน ทางราง และทางน้ำ/ทะเล	18	78.26
ทางน้ำ/ทะเล	1	4.35
ทางอากาศทางราง และทางน้ำ/ทะเล	1	4.35
ทางถนนทางราง และทางน้ำ/ทะเล	1	4.35
ไม่ระบุ	2	8.70
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5.30 รูปแบบการขนส่งที่วางแผนไว้เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กัมพูชาวางแผนใช้การขนส่งทั้ง 4 รูปแบบให้ครบ คือ ใช้การขนส่งทางอากาศ ถนน ราง และทางน้ำ ทะเล

ตารางที่ 5.31 ประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน และประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์

ประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน			ประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC		
ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ	ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เวียดนาม	22	95.65	เวียดนาม	20	86.96
ไทย	21	91.30	ไทย	20	86.96
ลาว	18	78.26	ลาว	20	86.96
สิงคโปร์	13	56.52	สิงคโปร์	19	82.61
อินโดนีเซีย	13	56.52	อินโดนีเซีย	19	82.61
มาเลเซีย	12	52.17	มาเลเซีย	19	82.61
พม่า	2	8.70	พม่า	12	52.17
ฟิลิปปินส์	2	8.70	ฟิลิปปินส์	12	52.17
บรูไน	1	4.35	บรูไน	12	52.17
ไม่ระบุ	1	4.35	ไม่ระบุ	1	4.35

ตารางที่ 5.31 ประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน และประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาให้บริการอยู่ในปัจจุบัน 3 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม ไทย และลาว ในอนาคตเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์แล้วประเทศที่คาดว่าจะขยายการ ให้บริการยังคงเดิม คือ เวียดนาม ไทย และลาว เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 5.32 ประเทศและรูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน

	รูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน							
	ทางถนน		ทางน้ำ/ทะเล		ทางอากาศ		ทางราง	
ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เวียดนาม	19	82.61	5	21.74	2	8.70	1	4.35
ไทย	19	82.61	8	34.78	5	21.74	0	0.00
ลาว	17	73.91	1	4.35	1	4.35	0	0.00
กัมพูชา	17	73.91	8	34.78	4	17.39	0	0.00
สิงคโปร์	0	0.00	13	56.52	6	26.09	0	0.00
อินโดนีเซีย	0	0.00	13	56.52	6	26.09	0	0.00
มาเลเซีย	1	4.35	12	52.17	4	17.39	0	0.00
พม่า	0	0.00	2	8.70	1	4.35	0	0.00
ฟิลิปปินส์	0	0.00	2	8.70	1	4.35	0	0.00
บรูไน	0	0.00	1	4.35	0	0.00	0	0.00
ไม่ระบุ	1	4.35	1	4.35	1	4.35	1	4.35

ตารางที่ 5.32 ประเทศและรูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่ให้บริการในปัจจุบัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า ประเทศ 3 อันดับแรกที่ ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาให้บริการอยู่ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ไทย และ ลาว โดยทั้ง 3 ประเทศ นี้โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาใช้การขนส่งทางถนน

ตารางที่ 5.33 ประเทศและรูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์

ประเทศ	รูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศในอนาคต(เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)							
	ทางถนน		ทางน้ำ/ทะเล		ทางอากาศ		ทางราง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	19	82.61	16	69.57	18	78.26	18	78.26
ลาว	19	82.61	3	13.04	8	34.78	18	78.26
เวียดนาม	18	78.26	15	65.22	16	69.57	19	82.61
กัมพูชา	18	78.26	17	73.91	16	69.57	18	78.26
สิงคโปร์	1	4.35	19	82.61	17	73.91	0	0.00
อินโดนีเซีย	1	4.35	19	82.61	17	73.91	0	0.00
มาเลเซีย	1	4.35	19	82.61	16	69.57	1	4.35
พม่า	5	21.74	11	47.83	0	0.00	9	39.13
ฟิลิปปินส์	1	4.35	9	39.13	10	43.48	0	0.00
บรูไน	1	4.35	10	43.48	10	43.48	0	0.00
ไมระบุ	1	4.35	1	4.35	1	4.35	1	4.35

จากตารางที่ 5.33 ประเทศและรูปแบบการขนส่งระหว่างประเทศที่คาดว่าจะขยายไปให้บริการเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าในอนาคตเมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์ ประเทศที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาส่วนมากวางแผนที่จะใช้รูปแบบการขนส่งทางถนนมายังประเทศไทย ลาว และเวียดนาม โดยเฉพาะประเทศไทยมีการวางแผนใช้รูปแบบการขนส่งครบทั้ง 4 รูปแบบ ได้แก่ การขนส่งทางถนน ทางน้ำ/ทะเล ทางอากาศ และทางราง อันดับต่อมาคือประเทศลาว และเวียดนาม ซึ่งได้รับความสนใจจากกัมพูชาที่จะขยายการขนส่งไม่น้อยไปกว่าประเทศไทย มี 4 รูปแบบเช่นเดียวกัน ส่วนประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย 3 ประเทศนี้ ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ของกัมพูชามองว่าต้องการขยายรูปแบบการขนส่งโดยเน้นทางน้ำ/ทะเล และอากาศ พม่าเน้นการขนส่งทางอากาศ ส่วนฟิลิปปินส์และบรูไนเน้นใช้การขนส่งทางน้ำ/ทะเล และทางอากาศในอนาคตเมื่อมีการเปิด AEC อย่างสมบูรณ์

5.2.3 ส่วนที่ 3 มุมมองการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ส่วนแสดงผลการดำเนินการวิจัยในส่วนที่ 3 นี้ประกอบไปด้วย ข้อมูลแสดงการเตรียมความพร้อมและประโยชน์ที่บริษัทคาดว่าจะได้รับเมื่อมีการเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์ สิ่งที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แผนการโลจิสติกส์ที่บริษัทมีเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC ความก้าวหน้าของแผนการโลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC ซึ่งแสดงรายละเอียดไว้ในตารางส่วนที่ 3 มุมมองการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.34 การเตรียมความพร้อมและประโยชน์ที่บริษัทคาดว่าจะได้รับเมื่อมีการเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์

การเตรียมความพร้อมและประโยชน์ที่บริษัทคาดว่าจะได้รับเมื่อมีการเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพิ่มอุปกรณ์/เครื่องมือใหม่ ในกลุ่มประเทศ AEC	19	82.61
2. ขยายบริการด้านการให้คำปรึกษาและการแก้ไขปัญหาโซ่อุปทานอย่างครอบคลุม (4PL)	18	78.26
3. ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการอย่างเสรี	17	73.91
4. ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี	14	60.87
5. ได้ประโยชน์จากนโยบายการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประเทศ AEC	12	52.17
6. สูญเสียสัดส่วนทางการตลาดเนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรง	11	47.83
7. จะย้ายบริษัทไปยังกลุ่มประเทศ AEC	4	17.39

จากตารางที่ 5.34 การเตรียมความพร้อมและประโยชน์ที่บริษัทคาดว่าจะได้รับเมื่อมีการเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า 3 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 เป็นการเตรียมความพร้อมในด้านการเพิ่มอุปกรณ์/เครื่องมือใหม่ในกลุ่มประเทศ AEC อันดับที่ 2 คือ การเตรียมความพร้อมในการขยายบริการด้านการให้คำปรึกษาและการแก้ไขปัญหาโซ่อุปทานอย่างครอบคลุม (4PL) และอันดับที่ 3 เป็นการได้ประโยชน์ในด้านนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการอย่างเสรี

ตารางที่ 5.35 สิ่งที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

สิ่งที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่ม AEC	คะแนนที่ได้
1. โครงสร้างพื้นฐาน(ราง,รถ,ทางน้ำภายในประเทศ, ระบบสารสนเทศ อื่นๆ)	90
2. โครงการฝึกอบรมหรือบริการให้คำปรึกษาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์	73
3.พิธีการศุลกากร	57
4.กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ	53
5.อื่นๆ โปรดอธิบาย คือ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับAECผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์	1

ตารางที่ 5.35 สิ่งที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าสิ่งที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) 3 อันดับแรก มีดังนี้ 1. โครงสร้างพื้นฐาน (ราง รถ ทางน้ำภายในประเทศ, ระบบสารสนเทศ อื่นๆ) 2. โครงการฝึกอบรมหรือบริการให้คำปรึกษาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์และ 3.พิธีการศุลกากร

ตารางที่ 5.36 แผนการ โลจิสติกส์ที่บริษัทมีเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC

แผนการ โลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่AEC	มี		ไม่มี	
	แผนการ	ร้อยละ	แผนการ	ร้อยละ
การวางแผน โลจิสติกส์/ซัพพลายเชน	21	91.30	2	8.70
สร้างความตระหนักในด้าน AEC ให้แก่พนักงาน	22	95.65	1	4.35
การพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์	22	95.65	1	4.35
การจัดเตรียมเทคโนโลยีสารสนเทศ	21	91.30	2	8.70
วางแผนด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม	20	86.96	3	13.04
การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท	21	91.30	2	8.70

ตารางที่ 5.36 แผนการโลจิสติกส์ที่บริษัทมีเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC (ต่อ)

แผนการ โลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่AEC	มี แผนการ	ร้อยละ	ไม่มี แผนการ	ร้อยละ
วางแผนด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความ รับผิดชอบต่อสังคม	20	86.96	3	13.04
การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท	21	91.30	2	8.70
การปรับปรุงสินค้าและกระบวนการทำงาน	21	91.30	2	8.70
ขยายเครือข่ายหรือการรวมตัวกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	21	91.30	2	8.70
ลดต้นทุน	21	91.30	2	8.70
การมองหาโอกาสในการoutsource	21	91.30	2	8.70
การวางแผนในการร่วมทุน	20	86.96	3	13.04
การศึกษากฎระเบียบข้อบังคับของAEC	21	91.30	2	8.70
การหาตลาดใหม่	21	91.30	2	8.70

จากตารางที่ 5.36 แผนการโลจิสติกส์ที่บริษัทมีเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC โดยกลุ่มตัวอย่าง
ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า พบโดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90
มีแสดงแผนการและกิจกรรมเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC รายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.36

ตารางที่ 5.37 ความก้าวหน้าของแผนการโลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC

แผนการ โลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC	สำเร็จ แล้ว	ร้อยละ	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	ร้อยละ
การวางแผน โลจิสติกส์/ซัพพลายเชน	18	78.26	3	13.04
สร้างความตระหนักในด้าน AEC ให้แก่พนักงาน	16	69.57	6	26.09
การพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์	15	65.22	7	30.43
การจัดเตรียมเทคโนโลยีสารสนเทศ	14	60.87	8	34.78
วางแผนด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความ รับผิดชอบต่อสังคม	11	47.83	9	39.13
การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท	11	47.83	10	43.48
การปรับปรุงสินค้าและกระบวนการทำงาน	11	47.83	10	43.48

ตารางที่ 5.37 ความก้าวหน้าของแผนการโลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC (ต่อ)

แผนการ โลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC	สำเร็จแล้ว	ร้อยละ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	ร้อยละ
ขยายเครือข่ายหรือการรวมตัวกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	10	43.48	11	47.83
ลดต้นทุน	8	34.78	14	60.87
การมองหาโอกาสในการ outsource	7	30.43	14	60.87
การวางแผนในการร่วมทุน	6	26.09	14	60.87
การศึกษาภาวะเปรียบเทียบข้อบังคับของ AEC	4	17.39	17	73.91
การหาตลาดใหม่	2	8.70	19	82.61

จากตารางที่ 5.37 ความก้าวหน้าของแผนการ โลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ AEC โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่า แผนการ โลจิสติกส์ที่สำเร็จแล้วมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ การวางแผนโลจิสติกส์/ซัพพลายเชน การสร้างความตระหนักในด้าน AEC ให้แก่พนักงานการพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ และการจัดเตรียมเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนแผนการที่อยู่ในระหว่างดำเนินงานมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ การลดต้นทุน การมองหาโอกาสในการ outsource การวางแผนในการร่วมทุนการศึกษาภาวะเปรียบเทียบข้อบังคับของ AEC การหาตลาดใหม่ รายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.37

5.3 วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

ในส่วนนี้แสดงการวิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาใน 3 ส่วน ได้แก่ วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาจากมุมมองของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา จากมุมมองของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชาวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

5.3.1 วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาจากมุมมองของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา

โดยจะทำการแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาจากมุมมองของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา ใน 5 มิติของการวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL ได้แก่

รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ และด้านย่อยในแต่ละมิติ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.38 การรับรู้บริการและความคาดหวังโดยรวมของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

คุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
1.รูปลักษณ์ทางกายภาพ	2.90	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง
2.ความน่าเชื่อถือ	2.84	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
3.การตอบสนองต่อลูกค้า	3.21	ปานกลาง	3.45	มาก
4.การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	3.04	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง
5.การดูแลเอาใจใส่	3.10	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
รวม	3.02	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.39 การรับรู้บริการและความคาดหวังโดยรวมของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าในภาพรวมทั้ง 5 ด้านของระดับการรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.02 และ 3.21 ตามลำดับ) โดยระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางในทั้ง 5 ด้าน เมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่งเมื่อพิจารณาความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับความคาดหวังจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้าน การตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

ตารางที่ 5.39 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านรูปลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการ
โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

1. ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ (Tangible)	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความ คาดหวัง	ระดับ
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	2.96	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอ ของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	2.96	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	2.83	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	2.87	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
1.5 พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมี ความเป็นมืออาชีพ	2.91	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.39 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านรูปลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการ
โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่าง
ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพ
บริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ลักษณะที่ปรากฏ 2) ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอ
ของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ 3) พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพซึ่งเมื่อ
พิจารณาความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับความคาดหวัง
จากมากไปน้อย 2 อันดับแรก ได้แก่ 1) พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ 2) ระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

ตารางที่ 5.40 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการของ
 ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
 กัมพูชา

2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ระดับ
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็ม คำสั่งซื้อการส่งมอบสินค้า	2.78	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	2.65	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	3.22	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
2.4 เวลา เช่นการส่งมอบสินค้าตรง ต่อเวลา	3.00	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
2.5 มีมาตรการด้านความปลอดภัย ของการส่งสินค้าโดยรวม	2.57	น้อย	3.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.40 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านรูปลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการ
 โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่าง
 ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพ
 บริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน 2) เวลา เช่นการส่ง
 มอบสินค้าตรงต่อเวลา 3) บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อการส่งมอบสินค้า ลำดับค่าเฉลี่ย
 ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน
 2) เวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา 3) บริการทั่วไปและบริการเพิ่มมูลค่า

ตารางที่ 5.41 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ระดับ
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อน การให้บริการ	2.91	ปานกลาง	3.43	มาก
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่าย และรวดเร็ว	3.17	ปานกลาง	3.35	ปาน กลาง
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร	3.17	ปานกลาง	3.39	ปาน กลาง
3.4 ความรวดเร็วในกระบวนการ ดำเนินงาน	3.35	ปานกลาง	3.57	มาก
3.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อ คำร้องเรียนของลูกค้า	3.43	มาก	3.52	มาก

จากตารางที่ 5.41 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการตอบสนองต่อผู้ลูกค้าของผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่าง
ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพ
บริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า
2) ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน 3) กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่ายและรวดเร็วและ
ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสารลำดับความคาดหวังคุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก
ได้แก่ 1) ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน 2) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียน
ของลูกค้า 3) การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ

ตารางที่ 5.42 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า(Assurance)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
4.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.26	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	2.91	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน	2.83	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า	3.13	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	2.86	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ	3.22	ปานกลาง	3.48	มาก

จากตารางที่ 5.42 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ 2) พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ 3) มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าลำดับความคาดหวังคุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ 2) ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน 3) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.43 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	3.00	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า	3.13	ปานกลาง	3.43	มาก
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	2.96	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้	3.22	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต	3.17	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.43 การรับรู้บริการและความคาดหวัง ด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ ประเทศกัมพูชา ที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ 2) ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต 3) ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้าลำดับความคาดหวังคุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า 2) ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า 3) ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า

ตารางที่ 5.44 การรับรู้คุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์
ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

คุณภาพบริการมากที่สุด 3 อันดับแรก	ค่าเฉลี่ยการรับรู้ บริการ	ระดับ
1.ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียน	3.43	มาก
2.ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน	3.35	ปานกลาง
3.ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.26	ปานกลาง
คุณภาพบริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย	ค่าเฉลี่ยการรับรู้ บริการ	ระดับ
บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อการส่งมอบสินค้า	2.78	ปานกลาง
บริการเพิ่มมูลค่า	2.65	ปานกลาง
มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	2.57	น้อย

จากตารางที่ 5.44 การรับรู้คุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้าย ของผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์กัมพูชา พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการอันดับ 1 อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้คุณภาพบริการ
น้อยที่สุด อยู่ในระดับน้อยแสดงว่าในมุมมองของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา ระดับการรับรู้คุณภาพ
บริการอยู่ในช่วงมากไปจนถึงน้อย

ตารางที่ 5.45 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ใช้บริการ
โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

คุณภาพบริการมากที่สุด 3 อันดับแรก	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
1.ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน	3.57	มาก
2.ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียน	3.52	มาก
3.พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการ ให้บริการ	3.48	มาก
คุณภาพบริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
ลักษณะที่ปรากฏ	2.91	ปานกลาง
ความพร้อมจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	2.91	ปานกลาง
การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	2.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.45 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีต่อคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาพบว่า ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอันดับอยู่ในระดับมาก ส่วนความคาดหวังต่อคุณภาพบริการน้อยที่สุด อยู่ในปานกลาง แสดงว่าในมุมมองของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในช่วงมากไปจนถึงปานกลาง

5.3.2 วิเคราะห์คุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาจากมุมมองของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา

ตารางที่ 5.46 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการโดยรวมของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

คุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
1.รูปลักษณ์ทางกายภาพ	3.80	มาก	3.54	มาก
2.ความน่าเชื่อถือ	3.88	มาก	3.62	มาก
3.การตอบสนองต่อลูกค้า	3.56	มาก	3.27	ปานกลาง
4.การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	3.53	มาก	3.36	ปานกลาง
5.การดูแลเอาใจใส่	3.27	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
รวม	3.61	มาก	3.38	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.46 การรับรู้และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของลูกค้าโดยรวมในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าในภาพรวมระดับการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.61)และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.38) เมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ และการตอบสนองต่อลูกค้าและเรียงลำดับความคาดหวังคุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านการสร้าง ความมั่นใจให้กับลูกค้า

ตารางที่ 5.47 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	3.95	มาก	3.81	มาก
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	3.91	มาก	3.75	มาก
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	3.71	มาก	3.35	ปานกลาง
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	3.50	มาก	3.24	ปานกลาง
1.5 พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ	3.91	มาก	3.57	มาก

จากตารางที่ 5.47 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ลักษณะที่ปรากฏ 2) ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ 3) พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ

ตารางที่ 5.48 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็ม คำสั่งซื้อ	4.29	มากที่สุด	4.00	มาก
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	3.52	มาก	3.30	ปานกลาง
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	3.40	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง
2.4 เวลา เช่นการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา	3.81	มาก	3.67	มาก
2.5 มีมาตรการด้านความปลอดภัย ของการส่งสินค้าโดยรวม	4.38	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 5.48 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้าโดยรวม 2) บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้า 3) เวลา เช่นการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลาและเรียงลำดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้าโดยรวม 2) บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อการส่งมอบสินค้า 3) เวลา เช่นการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา

ตารางที่ 5.49 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความ คาดหวัง	ระดับ
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการ ให้บริการ	3.95	มาก	3.41	มาก
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่าย และรวดเร็ว	3.64	มาก	3.29	ปานกลาง
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร	3.23	ปาน กลาง	3.29	ปานกลาง
3.4 ความรวดเร็วในกระบวนการ ดำเนินงาน	3.52	มาก	3.24	ปานกลาง
3.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อ คำร้องเรียนของลูกค้า	3.48	มาก	3.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.49 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ 2) กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่ายและรวดเร็ว 3) ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงานและเรียงลำดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ

จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ 2) กระบวนการตั้งชื่อสินค้าบริการง่ายและรวดเร็วและความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร

ตารางที่ 5.50 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า(Assurance)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
4.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.14	มาก	3.81	มาก
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	3.50	มาก	3.23	ปานกลาง
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน	3.27	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า	2.86	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	3.68	มาก	3.64	มาก
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ	3.73	มาก	3.64	มาก

จากตารางที่ 5.50 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ 2) พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ 3) ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงานและเรียงลำดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ 2) ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ

ตารางที่ 5.51 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา

5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	ค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ	ระดับ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	3.57	มาก	3.00	ปานกลาง
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า	3.09	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.29	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้	3.18	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต	3.24	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.51 การรับรู้บริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ทั้งหมดจำนวน 23 ราย พบว่าเมื่อเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย 2) ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3) ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคตและเรียงลำดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ จากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต 2) สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ 3) ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 5.52 การรับรู้คุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
กัมพูชา

คุณภาพบริการมากที่สุด 3 อันดับแรก	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ
1.มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้าโดยรวม	4.38	มากที่สุด
2.บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อการส่งมอบ	4.29	มากที่สุด
3.ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.14	มาก
คุณภาพบริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย	ค่าเฉลี่ยการ รับรู้บริการ	ระดับ
สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้	3.18	ปานกลาง
ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า	3.09	ปานกลาง
มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า	2.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.52 การรับรู้คุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์กัมพูชา พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการอันดับอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการรับรู้คุณภาพ
บริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้ค่าเฉลี่ยคะแนนการรับรู้
คุณภาพบริการน้อยที่สุดแล้วยังอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าในมุมมองของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
กัมพูชานั้นระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาอยู่ในช่วงมากที่สุดไป
จนถึงปานกลาง

ตารางที่ 5.53 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ให้บริการ
โลจิสติกส์กัมพูชา

คุณภาพบริการมากที่สุด 3 อันดับแรก	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
1.มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้าโดยรวม	4.30	มากที่สุด
2.บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ, การส่งมอบ สินค้า	4.00	มาก
3.ลักษณะที่ปรากฏ	3.81	มาก

ตารางที่ 5.53 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา (ต่อ)

คุณภาพบริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ระดับ
ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า	2.95	ปานกลาง
มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	2.84	ปานกลาง
มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า	2.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.53 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ 3 อันดับแรกและ 3 อันดับสุดท้ายของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา พบว่าความคาดหวังคุณภาพบริการอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความคาดหวังคุณภาพบริการน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้ค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังคุณภาพบริการน้อยที่สุดแล้วยังอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าในมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชานั้นระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา อยู่ในช่วงมากที่สุดไปจนถึงปานกลาง

5.3.3 วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา

ส่วนนี้จะแสดงผลการดำเนินงานวิจัย เป็นการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา 3 ช่องว่าง ได้แก่ ช่องว่างที่ 1 ช่องว่างที่ 3 และช่องว่างที่ 5 โดยแสดงไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.54 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 1		
	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมอง LSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1
1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)			
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	3.81	2.91	0.90

ตารางที่ 5.54 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 1		
	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ จากมุมมอง LSPs	ความคาดหวัง คุณภาพ บริการจาก Users	ช่องว่าง ที่ 1
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	3.75	2.91	0.84
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	3.35	2.91	0.44
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	3.24	3.00	0.24
1.5 พนักงาน มีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ	3.57	3.30	0.27
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	3.01	0.54
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)			
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อการส่ง มอบสินค้า	4.00	3.09	0.91
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	3.30	3.09	0.21
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	2.84	3.35	-0.51
2.4 เวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา	3.67	3.30	0.36
2.5 มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้า โดยรวม	4.30	3.00	1.30
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	3.17	0.46
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	3.17	0.46
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)			
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ	3.41	3.43	-0.03
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า/บริการง่ายและรวดเร็ว	3.29	3.35	-0.06
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร	3.29	3.39	-0.11
3.4 ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน	3.24	3.57	-0.33

ตารางที่ 5.54 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 1		
	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ จากมุมมอง LSPs	ความคาดหวัง คุณภาพ บริการจาก Users	ช่องว่าง ที่ 1
3.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียน ของลูกค้า	3.14	3.52	-0.38
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	3.45	-0.18
4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)			
4.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.81	3.17	0.64
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	3.23	3.13	0.10
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการ รับประกันที่ชัดเจน	3.05	3.09	-0.04
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ ให้บริการกับลูกค้า	2.82	3.09	-0.27
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	3.64	3.26	0.38
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ	3.64	3.48	0.16
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36	3.20	0.16
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)			
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละ ราย	3.00	3.09	-0.09
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษ ของลูกค้า	2.95	3.43	-0.48
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	3.05	3.17	-0.13
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ ละรายได้	3.14	3.26	-0.12

ตารางที่ 5.54 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 1		
	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ จากมุมมอง LSPs	ความคาดหวัง คุณภาพ บริการจาก Users	ช่องว่าง ที่ 1
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าใน อนาคต	3.29	3.22	0.07
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08	3.23	-0.15

จากตารางที่ 5.54 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชายังไม่สามารถเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าได้ทุกด้าน โดยด้านที่ช่องว่างที่ 1 มีค่าเป็นลบ แสดงว่า ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา มีความเข้าใจที่คาดเคลื่อนเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชา ได้แก่ เอกสารประกอบการดำเนินงาน การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่ายและรวดเร็ว ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน การประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า และความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ ซึ่งด้านที่ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาไม่เข้าใจความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด 3 ด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าที่ติดลบมากที่สุด ได้แก่ การมีเอกสารประกอบการดำเนินงาน ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า และความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า

ตารางที่ 5.55 ช่องว่างที่ 3 (Gap 3)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 3		
	การรับรู้คุณภาพ บริการมุมมอง LSPs	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ มุมมองLSPs	ช่องว่างที่ 3
1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)			
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	3.95	3.81	0.15
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของ สถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	3.91	3.75	0.16
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	3.71	3.35	0.36
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	3.50	3.24	0.26
1.5 พนักงาน มีจำนวนเพียงพอและมีความเป็น มืออาชีพ	3.91	3.57	0.34
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	3.54	0.25
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)			
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ การ ส่งมอบสินค้า	4.29	4.00	0.29
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	3.52	3.30	0.22
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	3.40	2.84	0.56
2.4 เวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา	3.81	3.67	0.14
2.5 มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่ง สินค้าโดยรวม	4.38	4.30	0.08
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	3.62	0.26
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)			
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ	3.95	3.41	0.55
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า/บริการง่ายและ รวดเร็ว	3.64	3.29	0.35

ตารางที่ 5.55 ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 3		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการ มุมมองLSPs	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ มุมมองLSPs	ช่องว่างที่ 3
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร	3.23	3.29	-0.06
3.4 ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน	3.52	3.24	0.29
3.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียน ของลูกค้า	3.48	3.14	0.33
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56	3.27	0.29
4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)			
4.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.14	3.81	0.33
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	3.50	3.23	0.27
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการ รับประกันที่ชัดเจน	3.27	3.05	0.23
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ ให้บริการกับลูกค้า	2.86	2.82	0.05
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	3.68	3.64	0.05
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ	3.73	3.64	0.09
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	3.36	0.17
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)			
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละ ราย	3.57	3.00	0.57
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษ ของลูกค้า	3.09	2.95	0.14
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	3.29	3.05	0.24

ตารางที่ 5.55 ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 3		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการ มุมมองLSPs	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ มุมมองLSPs	ช่องว่างที่ 3
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้	3.18	3.14	0.05
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต	3.24	3.29	-0.05
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	3.08	0.19

จากตารางที่ 5.55 ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) พบว่าในภาพรวมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ให้บริการเป็นไปตามข้อกำหนดด้านคุณภาพนโยบายที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้ เนื่องจากช่องว่างที่ 3 มีค่าเป็นบวกอย่างไรก็ตามมี 2 ด้านที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชายังไม่สามารถให้บริการเป็นไปตามข้อกำหนดด้านคุณภาพนโยบายที่คาดหวังไว้ได้แก่ ความรวดเร็วในการทำเอกสาร และผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคต

ตารางที่ 5.56 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 5		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ ของUsers	ช่องว่าง ที่ 5
1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)			
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	2.96	2.91	0.04
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะและเครื่องมือ	2.96	2.91	0.04
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	2.83	2.91	-0.09

ตารางที่ 5.56 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 5		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ ของUsers	ช่องว่าง ที่ 5
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	2.87	3.00	-0.13
1.5 พนักงาน มีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ	2.91	3.30	-0.39
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90	3.01	-0.10
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)			
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ, การส่งมอบสินค้า	2.78	3.09	-0.30
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	2.65	3.09	-0.43
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	3.22	3.35	-0.13
2.4 เวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา	3.00	3.30	-0.30
2.5 มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการส่งสินค้าโดยรวม	2.57	3.00	-0.43
ค่าเฉลี่ยรวม	2.84	3.17	-0.32
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)			
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ	2.91	3.43	-0.52
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า/บริการง่ายและรวดเร็ว	3.17	3.35	-0.17
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร	3.17	3.39	-0.22
3.4 ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน	3.35	3.57	-0.22
3.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า	3.43	3.52	-0.09
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21	3.45	-0.24
4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)			
4.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.26	3.17	0.09

ตารางที่ 5.56 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	ช่องว่างที่ 5		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ ของUsers	ช่องว่าง ที่ 5
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	2.91	3.13	-0.22
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการ รับประกันที่ชัดเจน	2.83	3.09	-0.26
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ ให้บริการกับลูกค้า	3.13	3.09	0.04
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	2.86	3.26	-0.40
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ	3.22	3.48	-0.26
ค่าเฉลี่ยรวม	3.04	3.20	-0.17
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)			0.00
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	3.00	3.09	-0.09
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของ ลูกค้า	3.13	3.43	-0.30
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	2.96	3.17	-0.22
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้า แต่ละรายได้	3.22	3.26	-0.04
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าใน อนาคต	3.17	3.22	-0.04
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10	3.23	-0.14

จากตารางที่ 5.56 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่าทั้ง 5 มิติของคุณภาพบริการ SERVQUAL ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ยังไม่สามารถให้บริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าได้ ด้ได้จากค่าเฉลี่ยรวมของช่องว่างที่ 5 ในทุกมิติล้วนเป็นค่าลบ โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปน้อยทั้ง 5 อันดับ (ติดลบน้อยสุดไปมากที่สุด) ได้ดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ทาง

กายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และเมื่อพิจารณามิตี้อยู่ 3 อันดับที่สูงที่สุด ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยไม่สามารถให้บริการได้ตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์มากที่สุด (ช่องว่างที่ 5 ติดลบมากที่สุด) ได้แก่ การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ บริการเพิ่มมูลค่า มีมาตรการด้านความปลอดภัยของการขนส่งสินค้าโดยรวม และพนักงานมีจำนวนเพียงพอและเป็นมืออาชีพ

5.4 เปรียบเทียบคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยและ

5.4.1 วิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบค่าเฉลี่ย 2 ประชากรที่สุ่มตัวอย่างอย่างเป็นอิสระกันและไม่ทราบค่าแปรปรวนจะทำการทดสอบแบบสองทาง เนื่องจากการเก็บข้อมูลเป็นการสุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยและกัมพูชาอย่างเป็นอิสระกัน ไม่มีการควบคุมปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น อายุ ระดับการศึกษา และขนาดตัวอย่างไม่เท่ากัน โดยผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยจำนวน 102 ราย และผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยจำนวน 23 ราย

1. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ต้องการทดสอบคือ คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเท่ากับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยใน 5 มิติของ SERVQUAL คู่กับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยไม่เท่ากับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทย ใน 5 มิติของ SERVQUAL ในระดับนัยสำคัญ = 0.05

เขียนเป็นสมมติฐานได้ว่า

$$H_0: \mu_{\text{คุณภาพบริการเฉลี่ยของLSPsไทย}} = \mu_{\text{คุณภาพบริการเฉลี่ยของLSPsกัมพูชา}}$$

$$H_1: \mu_{\text{คุณภาพบริการเฉลี่ยของLSPsไทย}} \neq \mu_{\text{คุณภาพบริการเฉลี่ยของLSPsกัมพูชา}}$$

พิจารณาทั้ง 5 มิติของคุณภาพบริการ SERVQUAL จากตารางที่ 5.58 ผลทดสอบคุณภาพบริการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยและกัมพูชา จากการวัดค่าการรับรู้บริการ (Perception) สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

มิติที่ 1 ด้านรูปปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจาก Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านรูปปลักษณ์ทางกายภาพ คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยไม่เท่ากับ คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มิติที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจาก Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านความน่าเชื่อถือ คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยไม่เท่ากับคุณภาพ บริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มิติที่ 3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจาก Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยไม่เท่ากับ คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มิติที่ 4 ด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจาก Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านการสร้าง ความมั่นใจให้กับลูกค้า คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทย ไม่เท่ากับคุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มิติที่ 5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจาก Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านการดูแลเอาใจใส่ คุณภาพบริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเท่ากับคุณภาพ บริการเฉลี่ยของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 5.57 ผลการทดสอบคุณภาพบริการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทยจากการ วัดค่าการรับรู้บริการ (Perception) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์

มิติคุณภาพบริการ	ประเทศ	ค่าเฉลี่ย	Sig. (2-tailed)	ระดับคุณภาพบริการ
SERVQUAL				
1.ด้านรูปปลักษณ์ทางกายภาพ	กัมพูชา	2.90	0.000	ปานกลาง
	ไทย	3.58		

ตารางที่ 5.57 ผลการทดสอบคุณภาพบริการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทยจากการวัดค่าการรับรู้บริการ (Perception) ของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์

มิติคุณภาพบริการ SERVQUAL	ประเทศ	ค่าเฉลี่ย	Sig. (2-tailed)	ระดับคุณภาพบริการ
2.ด้านความ น่าเชื่อถือ	กัมพูชา	2.84	0.000	ปานกลาง มาก
	ไทย	3.64		
3.ด้านการ ตอบสนองต่อ ลูกค้า	กัมพูชา	3.21	0.027	ปานกลาง มาก
	ไทย	3.52		
4.ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้กับ ลูกค้า	กัมพูชา	2.98	0.000	ปานกลาง มาก
	ไทย	3.59		
5.ด้านการดูแลเอา ใจใส่	กัมพูชา	3.10	0.002	ปานกลาง มาก
	ไทย	3.49		

จากตารางที่ 5.57 ผลการทดสอบคุณภาพบริการผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทยจากการวัดค่าการรับรู้บริการ (Perception) พบว่า ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาและไทยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ โดยผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้บริการ(Perception) มากกว่าผู้ให้บริการ โลจิสติกส์กัมพูชาในทุกมิติ และระดับคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยอยู่ในระดับมาก แต่คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาอยู่ในระดับปานกลาง

5.4.2 วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) คุณภาพบริการ Gap 1 และ Gap 5 ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย

ในส่วนนี้จะเปรียบเทียบช่องว่างที่ 1 และช่องว่างที่ 5 ระหว่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย โดยข้อมูลของประเทศไทยอ้างอิงจากงานวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศมาเลเซียและไทย (อุษณี กองรักษเวช, 2556) ดังแสดงข้อมูลไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.58 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมอง LSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมอง LSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1
1. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible)						
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	3.81	2.91	0.90	4.16	4.06	0.10
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่เพียงพอของสถานที่ พาหนะ และเครื่องมือ	3.75	2.91	0.84	4.43	4.10	0.33
1.3 การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มี	3.35	2.91	0.44	4.13	3.97	0.16
1.4 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	3.24	3.00	0.24	4.05	3.88	0.17
1.5 พนักงาน มีจำนวนเพียงพอและมีความเป็นมืออาชีพ	3.57	3.30	0.27	4.41	4.16	0.24
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	3.01	0.54	4.23	4.03	0.20
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
2.1 บริการทั่วไป เช่น การเติมเต็มคำสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้า	4.00	3.09	0.91	4.49	4.07	0.42
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	3.30	3.09	0.21	3.89	3.71	0.17
2.3 มีเอกสารประกอบการดำเนินงาน	2.84	3.35	-0.51	4.34	4.06	0.27
2.4 เวลา เช่น การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา	3.67	3.30	0.36	4.52	4.24	0.28

ตารางที่ 5.58 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย (ต่อ)

		กัมพูชา			ไทย	
มิติคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ จากมุมมอง LSPs	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการ จากUsers	ช่องว่าง ที่ 1	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการจาก มุมมองLSPs	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการจาก Users	ช่องว่าง ที่ 1
2.5 มีมาตรการด้านความ ปลอดภัยของการส่ง สินค้าโดยรวม	4.30	3.00	1.30	4.55	4.28	0.27
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	3.17	0.46	4.36	4.07	0.28
3. ด้านการตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsiveness)						
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ ลูกค้าก่อนการให้บริการ	3.41	3.43	-0.03	4.46	3.99	0.47
3.2 กระบวนการสั่งซื้อ สินค้า/บริการง่ายและ รวดเร็ว	3.29	3.35	-0.06	4.33	4.01	0.32
3.3 ความรวดเร็วในการ จัดทำเอกสาร	3.29	3.39	-0.11	4.33	4.09	0.24
3.4 ความรวดเร็วใน กระบวนการดำเนินงาน	3.24	3.57	-0.33	4.33	3.89	0.43
3.5 ความรวดเร็วในการ ตอบสนองต่อคำ ร้องเรียนของลูกค้า	3.14	3.52	-0.38	4.32	3.98	0.34
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	3.45	-0.18	4.35	3.99	0.36
4. ด้านการสร้างความ มั่นใจให้กับลูกค้า (Assurance)						
4.1 ชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือของ ผู้ ให้บริการ	3.81	3.17	0.64	4.36	4.09	0.26

ตารางที่ 5.58 ช่องว่างที่ 1(Gap 1) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมองLSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมองLSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1
4.2 มาตรฐานและการรับรอง	3.23	3.13	0.10	4.02	3.91	0.11
4.3 ผู้ให้บริการมีการนำเสนอนโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน	3.05	3.09	-0.04	4.28	4.13	0.16
4.4 มีการประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า	2.82	3.09	-0.27	4.10	3.86	0.24
4.5 ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน	3.64	3.26	0.38	4.12	4.06	0.06
4.6 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ ในการให้บริการ	3.64	3.48	0.16	4.44	4.16	0.28
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36	3.20	0.16	4.22	4.04	0.18
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)						
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	3.00	3.09	-0.09	4.48	4.12	0.36
5.2 ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า	2.95	3.43	-0.48	4.33	3.85	0.48
5.3 ความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.05	3.17	-0.13	4.19	4.00	0.19

ตารางที่ 5.58 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมองLSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1	ความคาดหวังคุณภาพบริการจากมุมมองLSPs	ความคาดหวังคุณภาพบริการจาก Users	ช่องว่างที่ 1
5.4 สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้	3.14	3.26	-0.12	4.40	3.99	0.41
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในอนาคค	3.29	3.22	0.07	4.35	4.08	0.28
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08	3.23	-0.15	4.35	4.01	0.34

จากตารางที่ 5.58 ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย พบว่าผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ยังไม่สามารถเข้าใจความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการได้ทั้งหมด ในด้านต่อไปนี้เป็นด้านที่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชาไม่เข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เอกสารประกอบการดำเนินงาน การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการง่ายและรวดเร็ว ความรวดเร็วในการจัดทำเอกสาร ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า ผู้ให้บริการมีการนำเสนอ นโยบายด้านการรับประกันที่ชัดเจน การประเมินประสิทธิภาพบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษของลูกค้า และความยืดหยุ่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ เนื่องจากด้านที่กล่าวมานั้นช่องว่างที่ 1 มีค่าเป็นลบ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทย พบว่ามีความเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าในทุกๆ มิติของเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL โดยดูได้จากช่องว่างที่ 1 ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเป็นค่าบวกทุกค่า

ตารางที่ 5.59 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทย

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users	ช่องว่าง ที่ 5	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการ ของ Users	ช่องว่าง ที่ 5
1. ด้านรูปลักษณะทางกายภาพ (Tangible)						
1.1 ลักษณะที่ปรากฏ	2.96	2.91	0.04	3.56	4.06	-0.50
1.2 ความพร้อมและจำนวนที่ เพียงพอของสถานที่ พาหนะ และเครื่องมือ	2.96	2.91	0.04	3.66	4.10	-0.44
1.3 การใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรที่มี	2.83	2.91	-0.09	3.58	3.97	-0.39
1.4 ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ (IT)	2.87	3.00	-0.13	3.40	3.88	-0.47
1.5 พนักงาน มีจำนวน เพียงพอและมีความเป็นมือ อาชีพ	2.91	3.30	-0.39	3.56	4.16	-0.60
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90	3.01	-0.10	3.56	4.03	-0.48
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
2.1 บริการทั่วไป เช่น การ เติมเต็มคำสั่งซื้อ การส่ง มอบสินค้า	2.78	3.09	-0.30	3.64	4.07	-0.44
2.2 บริการเพิ่มมูลค่า	2.65	3.09	-0.43	3.36	3.71	-0.36
2.3 มีเอกสารประกอบการ ดำเนินงาน	3.22	3.35	-0.13	3.63	4.06	-0.43

ตารางที่ 5.59 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทย (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users	ช่องว่าง ที่ 5	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการ ของUsers	ช่องว่าง ที่ 5
2.4 เวลา เช่น การส่งมอบ สินค้าตรงต่อเวลา	3.00	3.30	-0.30	3.80	4.24	-0.44
2.5 มีมาตรการด้านความ ปลอดภัยของการส่งสินค้า โดยรวม	2.57	3.00	-0.43	3.79	4.28	-0.49
ค่าเฉลี่ยรวม	2.84	3.17	-0.32	3.64	4.07	-0.43
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)						
3.1 การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้า ก่อนการให้บริการ	2.91	3.43	-0.52	3.49	3.99	-0.50
3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า/ บริการง่ายและรวดเร็ว	3.17	3.35	-0.17	3.58	4.01	-0.43
3.3 ความรวดเร็วในการจัดทำ เอกสาร	3.17	3.39	-0.22	3.61	4.09	-0.49
3.4 ความรวดเร็วใน กระบวนการดำเนินงาน	3.35	3.57	-0.22	3.54	3.89	-0.36
3.5 ความรวดเร็วในการ ตอบสนองต่อคำร้องเรียนของ ลูกค้า	3.43	3.52	-0.09	3.41	3.98	-0.56
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21	3.45	-0.24	3.52	3.99	-0.47
4. ด้านการสร้างความมั่นใจ ให้กับลูกค้า						
4.1 ชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	3.26	3.17	0.09	3.77	4.09	-0.33
4.2 มาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO	2.91	3.13	-0.22	3.58	3.91	-0.32

ตารางที่ 5.59 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทย (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	กัมพูชา	ช่องว่าง ที่ 5	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ไทย	ช่องว่าง ที่ 5
		ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users			ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users	
4.3 ผู้ให้บริการมีการ นำเสนอนโยบายด้านการ รับประกันที่ชัดเจน	2.83	3.09	-0.26	3.62	4.13	-0.50
4.4 มีการประเมิน ประสิทธิภาพบริการ ระหว่างผู้ให้บริการกับ ลูกค้า	3.13	3.09	0.04	3.54	3.86	-0.32
4.5 ความสามารถเชิง สมรรถนะของพนักงาน	2.86	3.26	-0.40	3.42	4.06	-0.64
4.6 พนักงานมีความเป็น มืออาชีพ	3.22	3.48	-0.26	3.59	4.16	-0.57
ค่าเฉลี่ยรวม	3.04	3.20	-0.17	3.59	4.04	-0.45
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)						
5.1 ผู้ให้บริการเข้าใจ ใจความต้องการของลูกค้า แต่ละราย	3.00	3.09	-0.09	3.45	4.12	-0.67
5.2 ความสามารถในการ รองรับความต้องการพิเศษ ของลูกค้า	3.13	3.43	-0.30	3.43	3.85	-0.42
5.3 ความยืดหยุ่นในการ บริการเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า	2.96	3.17	-0.22	3.59	4.00	-0.41
5.4 สามารถให้บริการตาม ความต้องการของลูกค้า แต่ละรายได้	3.22	3.26	-0.04	3.54	3.99	-0.45

ตารางที่ 5.59 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทย (ต่อ)

มิติคุณภาพบริการ	กัมพูชา			ไทย		
	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความคาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users	ช่องว่าง ที่ 5	การรับรู้ คุณภาพ บริการของ Users	ความ คาดหวัง คุณภาพ บริการของ Users	ช่องว่าง ที่ 5
5.5 ผู้ให้บริการเข้าถึงความ ต้องการของลูกค้าใน อนาคต	3.17	3.22	-0.04	3.45	4.08	-0.63
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10	3.23	-0.14	3.49	4.01	-0.51

จากตารางที่ 5.59 ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชากับไทย พบว่า ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ทั้งสองประเทศยังไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพจนลูกค้าพอใจได้ เพราะ ช่องว่างที่ 5 ของทั้งสองประเทศเป็นค่าลบทั้งหมดทั้ง 5 มิติ โดยค่าช่องว่างที่ 5 ของกัมพูชามีค่าน้อยกว่าไทยในทุกมิติ อย่างไรก็ตามค่าการรับรู้คุณภาพบริการและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของ ไทยสูงกว่ากัมพูชาในทุกมิติ จึงสรุปได้ว่าผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยมีคุณภาพบริการดีกว่า ไทย เพราะค่าการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทยมากกว่ากัมพูชาใน 5 มิติ และด้านย่อย พิจารณาภาพรวมช่องว่างที่ 5 ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยที่ติดลบมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการสร้างความมั่นใจ ให้กับลูกค้า เมื่อพิจารณามิติย่อยช่องว่างที่ 5 ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่ติดลบมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน พนักงานมีจำนวนเพียงพอและมีความ เป็นมืออาชีพ และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยยังไม่สามารถให้บริการ ที่มีคุณภาพจนลูกค้าพอใจได้ในด้านที่กล่าวมา และดังแสดงไว้ในตารางที่ 5.60

5.4.3 วิเคราะห์การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของกัมพูชาและไทยด้วย Logistics Scorecards

ตารางที่ 5.60 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของกัมพูชาและไทยด้วย Logistics Scorecards

ขอบเขตการประเมิน	ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ กัมพูชา	ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทย	ผลต่าง
1. กลยุทธ์ของสถานประกอบการ	2.53	3.26	0.73
2. การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน	2.70	3.05	0.36
3. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์	2.73	2.90	0.17
4. ระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี	2.73	2.66	-0.07
5. ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ	2.73	2.84	0.10

จากตารางที่ 5.60 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของกัมพูชาและไทยด้วย Logistics Scorecards พบว่าผู้ให้บริการไทยมีศักยภาพด้านโลจิสติกส์ที่สูงกว่ากัมพูชาใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ กลยุทธ์ของสถานประกอบการ การวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ และความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ มีเพียงด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีที่กัมพูชาทำได้ดีกว่าไทย ซึ่งในด้านนี้มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าไทย 0.07 อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาประเมินตนเองในด้านระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสูงเกินไป อย่างไรก็ตามจากการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ด้วย Logistics Scorecards ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยยังขาดศักยภาพด้านระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ซึ่งมีคะแนนต่ำที่สุดใน 5 ด้าน รองลงมาเป็นความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ และประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ ตามลำดับ

5.4.4 วิเคราะห์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics performance Index : LPI) ของประเทศกัมพูชาและไทย

ตารางที่ 5.61 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics performance Index : LPI) ของประเทศกัมพูชาและไทย

Country	Year	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infrastructure	International Shipments	Logistics Competence	Tracking & Tracing	Timeliness
Cambodia	2007	81	2.5	2.19	2.3	2.47	2.47	2.53	3.05
Thailand	2007	31	3.31	3.03	3.16	3.24	3.31	3.25	3.91
Cambodia	2010	129	2.37	2.28	2.12	2.19	2.29	2.5	2.84
Thailand	2010	35	3.29	3.02	3.16	3.27	3.16	3.41	3.73
Cambodia	2012	129	2.37	2.28	2.12	2.19	2.29	2.5	2.84
Thailand	2012	38	3.18	2.96	3.08	3.21	2.98	3.18	3.63

ที่มา : The International Bank for Reconstruction and Development and The World Bank (2012)

จากตารางที่ 5.61 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics performance Index : LPI) ของประเทศกัมพูชาและไทย พบว่าใน 3 ปี ได้แก่ ปีค.ศ. 2007, 2010 และ 2012 ประเทศไทยมีอันดับและคะแนนตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์สูงกว่ากัมพูชาในทุกๆด้าน แสดงให้เห็นว่าศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของประเทศไทยเหนือกว่ากัมพูชา

5.5 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศ กัมพูชา

จากการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ วารสารวิชาการ เว็บไซต์ที่เชื่อถือได้และข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา ผู้วิจัยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ได้ดังนี้

5.5.1 จุดแข็ง

1. ด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้ง ที่ตั้งของประเทศกัมพูชาสามารถเชื่อมโยงการขนส่งกับประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวก มีชายแดนติดต่อกับไทย ลาว เวียดนาม (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556) เนื่องจากกัมพูชาใช้รูปแบบการขนส่งทางถนนเพื่อขนส่งภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านเป็นอันดับหนึ่ง (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 2.2 และ 2.3) ด้วยภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยของกัมพูชาจึงสามารถให้การขนส่งทางถนนเชื่อมต่อไปยังประเทศที่มีพรมแดนเชื่อมต่อดังกล่าวได้
2. ด้านค่าจ้างแรงงาน ประเทศกัมพูชามีค่าจ้างแรงงานถูก และมีแรงงานจำนวนมาก (สำนักพัฒนาการตลาดต่างประเทศ, 2555)

5.5.2 จุดอ่อน

1. ขาดแคลนรถขนส่งสินค้าที่อยู่ในสภาพดี (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก) และ (สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย, 2556)
2. ด้านทักษะแรงงาน ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ไร้ฝีมือ ระดับการศึกษาไม่สูง และขาดบุคลากรที่มีความรู้ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ข้อที่ 1.5) และ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)
3. ด้านเทคโนโลยี ขาดแคลนเทคโนโลยีที่ใช้ในงาน โลจิสติกส์ เนื่องจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและเงินลงทุนไม่มาก จึงยังไม่ได้พัฒนาในด้านเทคโนโลยีเพื่อใช้ในงานขนส่งสินค้าเท่าที่ควร (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ข้อที่ 1.8) และ (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก)
4. ด้านความร่วมมือและเครือข่ายโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่ไม่มีเครือข่ายโลจิสติกส์นอกประเทศ ทำให้ไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ครบวงจร เนื่องจากเครือข่ายโลจิสติกส์ไม่กว้างขวางและแข็งแกร่งเท่าบริษัท โลจิสติกส์ข้ามชาติที่มีขนาดใหญ่ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 1.3, 1.5, 1.9, 1.15 และ 2.1)

5.5.3 โอกาส

1. ด้านรัฐบาล นโยบายและกฎหมาย

1) นโยบายของรัฐบาลมีความต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ เนื่องจากมีนายกรัฐมนตรี คือ สมเด็จพระอัครมหาเสนาบดีเตโชสุน เช่น ดำรงตำแหน่งแต่เพียงผู้เดียวอย่างต่อเนื่อง (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556)

2) ประเทศกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษทางการค้ามากมายจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากเป็นประเทศด้อยพัฒนา เช่น สิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากร จากประเทศญี่ปุ่น สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวียและแคนาดา ทำให้การส่งออกสินค้าของกัมพูชาได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีศุลกากร (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

3) รัฐบาลกัมพูชานับสนุนและส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เช่น นักลงทุนในกัมพูชาสามารถโอนเงินไปต่างประเทศได้อย่างเสรี รัฐบาลมีนโยบายเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี ไม่แทรกแซงราคาบริการหรือสินค้า โดยปล่อยให้ไปตามกลไกของตลาด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

2. ด้านการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเข้าเป็นสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงิน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรีมากขึ้นเป็นโอกาสต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชาในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 3.1) และ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

3. ด้านความร่วมมือทางโลจิสติกส์ระหว่างกัมพูชาและไทย ประเทศกัมพูชาและไทยมีความร่วมมือด้านโลจิสติกส์ร่วมกัน ได้แก่ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region: GMS) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง กัมพูชา-ลาว-พม่า-ไทย (Ayeyawady - Chao Praya - Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) ซึ่งภายใต้กรอบความร่วมมือเหล่านี้ ทำให้เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงระหว่างประเทศโดยเฉพาะรูปแบบการขนส่งทางถนน มีการพัฒนาเส้นทางต่างๆ เช่น ถนนสาย 48 ตราด – เกาะกง – สแรมบ็อบ เส้นทาง R1 ถนนสายกรุงเทพฯ – พนมเปญ – โสจิมันต์ซิติ - วังเตา เป็นต้น ทำให้การขนส่งสินค้าระหว่างสองประเทศสะดวกยิ่งขึ้น (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2556)

5.5.4 อุปสรรค

1. ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานไม่ดี เช่น ระบบโทรคมนาคมและขนส่งยังอยู่ระหว่างการพัฒนา (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2556) และระบบสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ ค่าไฟฟ้าแพง (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556)
2. ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับกัมพูชาไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากกรณีพิพาทเรื่องเขาพระวิหารทำให้ต้องชะลอกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุมของพาณิชย์จังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)
3. การมีค่าสินบน และการคอร์รัปชันสูง โดยเฉพาะการขนส่งทางถนน กัมพูชาจะมีการตั้งด่าน เพื่อเก็บเงินสินบน ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก) และ (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2556)
4. ระบบการเงิน ธนาคาร ศาลและระบบภาษี ไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556)
5. ด้านการแข่งขันที่สูงขึ้น เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชามีคู่แข่งมากขึ้นจากทั้งในอาเซียนและนอกอาเซียน (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 3.1)
6. พวงมาลัยรถไม่อยู่ข้างเดียวกัน โดยพวงมาลัยรถของกัมพูชาอยู่ทางด้านซ้าย ในขณะที่พวงมาลัยรถของไทยอยู่ด้านขวา ซึ่งไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้าและบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย โดยไทยเสียเปรียบประเทศเวียดนามและลาวที่ใช้รถพวงมาลัยซ้าย เช่นเดียวกับกัมพูชา

5.6 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ วารสารวิชาการ เว็บไซต์ที่เชื่อถือได้และข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ผู้วิจัยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทย ได้ดังนี้

5.6.1 จุดแข็ง

1. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยเชี่ยวชาญการให้บริการขนส่งทางถนน เนื่องจากเป็นรูปแบบการขนส่งอันดับหนึ่งที่ใช้ในไทย และการขนส่งทางถนนของไทยสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงเวียดนามและจีน (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 1.8, 2.2) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)
2. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยมีข้อได้เปรียบด้านที่ตั้งของประเทศไทย เนื่องจากตั้งอยู่ใจกลางของภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และภูมิภาคอินโดจีน ตลอดจนมีชายแดนติดต่อกับประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และมาเลเซีย (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)
3. รถที่ใช้เพื่อการขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยมีจำนวนมากว่า และอยู่ในสภาพการใช้งานได้ดีกว่ารถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก) และ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 1.8)

5.6.2 จุดอ่อน

1. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและเครือข่ายโลจิสติกส์มีไม่เพียงพอ และส่วนใหญ่บริษัทที่มีเครือข่ายจะมีเครือข่ายรวมกันในประเทศไทยไม่ค่อยมีเครือข่ายโลจิสติกส์ในต่างประเทศ จึงไม่สามารถให้บริการกิจกรรมทางโลจิสติกส์ให้ครบรูปแบบได้ เนื่องจากมีเครือข่ายพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจที่ไม่กว้างขวางเท่าผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จากต่างชาติที่มีขนาดใหญ่และมีพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่ง (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ข้อที่ 1.3, 1.5, 1.9, 1.15 และ 2.1) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)
2. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยส่วนใหญ่ ยังคงขาดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้กับกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ทันสมัย และขาดการเก็บฐานข้อมูลในระบบเพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และการพยากรณ์ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ข้อที่ 1.8) และ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)
3. บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของไทย ยังขาดความรู้ด้านโลจิสติกส์โดยตรง และขาดความรู้ด้านภาษาการสื่อสารระหว่างประเทศ (กรมอุตสาหกรรมและการเหมืองแร่, 2556)

5.6.3 โอกาส

1. การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้มีความต้องการใช้สินค้าและบริการภายในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น ตลอดจนสามารถเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน รวมถึงแรงงานที่มีฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น จึงเป็น โอกาสในการขยายตลาดของผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ไทย (จากแบบสอบถาม ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 3.1) และ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)
2. ประเทศไทยเป็นคู่ค้าอันดับที่ 2 ของกัมพูชา รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา ข้อมูลการค้าไทย-กัมพูชา ปีพ.ศ. 2554 ในขณะที่กัมพูชาเป็นคู่ค้าอันดับที่ 27 ของไทย ซึ่งสินค้าส่งออกที่ไทยส่งไป กัมพูชา 3 อันดับแรก ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย และเครื่องดัดม สินค้าที่ไทยนำเข้าจากกัมพูชา ที่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผักผลไม้และสินค้าปรุงแต่งที่ทำมาจากผัก ผลไม้ สินแร่ โลหะอื่นๆและเศษ โลหะ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555) และไทยได้ดูแลการค้า กับกัมพูชา
3. บริการหรือสินค้าจากประเทศไทย ได้รับการยอมรับจากชาวกัมพูชาว่าเป็นสินค้าหรือบริการที่มี คุณภาพ ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทยที่จะเข้าไปขยายตลาดในประเทศกัมพูชา อย่างไรก็ตามชาวกัมพูชามีรายได้เฉลี่ยต่อหัวค่อนข้างต่ำ ทำให้มีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้าหรือ บริการ จึงควรวางกลยุทธ์ในการบุกตลาดกัมพูชาเป็นอย่างดี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)
4. ด้านความร่วมมือทางโลจิสติกส์ระหว่างกัมพูชาและไทย ประเทศกัมพูชาและไทยมีความร่วมมือ ด้าน โลจิสติกส์ร่วมกัน ได้แก่ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region: GMS) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง กัมพูชา-ลาว-พม่า-ไทย (Ayeyawady - Chao Praya - Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) ซึ่งภายใต้กรอบความร่วมมือ เหล่านี้ ทำให้เป็น โอกาสสำหรับผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ประเทศไทย ในการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานเชื่อมโยงระหว่างประเทศโดยเฉพาะรูปแบบการขนส่งทางถนน มีการพัฒนาเส้นทางต่างๆ เช่น ถนนสาย 48 ตราด – เกาะกง – สแรมอัมเบิล เส้นทาง R1 ถนนสายกรุงเทพฯ – พนมเปญ - โฮจิมินห์ซิตี้ - วังเตา เป็นต้น ทำให้การขนส่งสินค้าระหว่างสองประเทศสะดวกยิ่งขึ้น (สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2556)

5.6.4 อุปสรรค

1. การแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ซึ่งอาจมีบริษัทผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ข้ามชาติที่มีเครือข่ายโลจิสติกส์ดีมาก มีสามารถให้บริการ โลจิสติกส์อย่างครบวงจร อาจเข้ามาแย่ง ลुकค้า และเป็นคู่แข่งทางธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ ซึ่งคู่แข่งเหล่านี้มีทั้งประเทศในอาเซียนและ

นอกอาเซียน (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 3.1) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)

2. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น และสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย ทำให้ต้นทุนของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทยสูงขึ้น (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)

3. กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับด้านโลจิสติกส์บางข้อยังไม่เอื้ออำนวยต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เช่น กฎหมายจำกัดน้ำหนักบรรทุกและความสูงของรถบรรทุก รถบรรทุก 10 ล้อห้ามบรรทุกน้ำหนักรวมเกิน 21 ตัน และจำกัดความสูงไม่เกิน 4 เมตร ซึ่งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต้องการให้แก้ไขข้อกฎหมายนี้ เพื่อให้เพิ่มความสูงและน้ำหนักรวมในการบรรทุกสินค้า ทำให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าลดลง เป็นต้น (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 3.2 โดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยเลือกกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆมาเป็นอันดับ 1 เป็นสิ่งที่ต้องการจากภาครัฐ) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)

4. การขนส่งทางรางด้วยรถไฟไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทำให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไม่สามารถใช้รูปแบบการขนส่งนี้ได้เต็มที่ (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ข้อที่ 1.8, 2.2, 3.2) และ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)

5. บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์โดยตรงมีไม่เพียงพอ ทำให้ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในด้านโลจิสติกส์ ที่มีความรู้ความชำนาญในการวางกลยุทธ์บริหารจัดการให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยสามารถแข่งขันกับบริษัทโลจิสติกส์ข้ามชาติ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2553)

6. การเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งจากรูปแบบหนึ่งไปสู่รูปแบบหนึ่งยังไม่ดี เช่น การขนส่งทางรถไฟเชื่อมโยงด้วยการขนส่งทางถนน

7. การจราจรของประเทศไทยที่คับคั่งส่งผลต่อต้นทุนการขนส่งสินค้าที่สูงขึ้นและเป็นอุปสรรคต่อการทำลดเวลาในการขนส่งให้รวดเร็ว (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)

8. ด้านพิธีการศุลกากร และระบบสารสนเทศ ยังไม่เอื้ออำนวยต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ พิธีการศุลกากรบางครั้งยังล่าช้าอยู่ และมีการเก็บค่าสินบนหากต้องการให้กระบวนการรวดเร็วขึ้นซึ่งทำให้

ต้นทุนของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์เพิ่มขึ้น (จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ ข้อที่ 3.2 และ (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาเชิงลึก)

9. รถขนส่งสินค้าของไทยเป็นพวงมาลัยขวา แต่ประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนามใช้รถพวงมาลัยซ้าย ทำให้เป็นอุปสรรคต่อผู้ขนส่งของไทย โดยไทยเสียเปรียบประเทศเวียดนามและลาวที่ใช้รถพวงมาลัยซ้ายเช่นเดียวกับกัมพูชา

5.7 กลยุทธ์สำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทย

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาและไทยแล้ว สามารถนำมาวางแผนเพื่อพัฒนากลยุทธ์สำหรับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทย ดังนี้

5.7.1 กลยุทธ์ SO เป็นกลยุทธ์เชิงรุก

1. นำรถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเข้าไปให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชา
2. ขยายตลาดการธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ของไทยไปประเทศกัมพูชา โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ ให้ชาวกัมพูชารู้จักและชักชวนให้ใช้บริการ โลจิสติกส์ไทย

5.7.2 กลยุทธ์ ST เป็นกลยุทธ์เชิงรับ

1. สร้างความร่วมมือแบบพันธมิตรกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา ลาว เวียดนาม เมียนมาร์
2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจ โลจิสติกส์ในกัมพูชา ศึกษาตลาด วิเคราะห์คู่แข่ง เส้นทาง การขนส่ง กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับทางการค้าระหว่างประเทศ คู่ค้าและความต้องการของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ในกัมพูชาอย่างละเอียด

5.7.3 กลยุทธ์ WO เป็นกลยุทธ์เพื่อพัฒนาจุดอ่อน โดยใช้โอกาสที่มีอยู่

1. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับ โลจิสติกส์และการสื่อสาร เพื่อลดต้นทุนด้าน โลจิสติกส์ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ภาครัฐบาลของประเทศไทย และกัมพูชา รวมถึงผู้เกี่ยวข้องควรทำข้อตกลงในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้มีความมาตรฐานเดียวกัน เช่น น้ำหนักบรรทุก การขนส่งสินค้าด้วยพวงมาลัยทางเดียวกัน เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างไทย-กัมพูชา

5.7.4 กลยุทธ์ WT เป็นกลยุทธ์เพื่อกำจัดจุดอ่อน และหลีกเลี่ยงอุปสรรค

1. ฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้าน โลจิสติกส์ไทยให้มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญทางด้าน โลจิสติกส์สูงขึ้น และพัฒนาด้านภาษาให้สามารถติดต่อสื่อสารทำธุรกิจกับต่างประเทศไทยดีขึ้น
2. ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ไทยต้องปรับตัว เพื่อหาทางลดต้นทุนการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะค่าน้ำมันที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง และปรับตัวเพื่อลดต้นทุนในการบริหารจัดการให้ได้

5.8 แนวทางเพื่อพัฒนากลยุทธ์นำรถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ประเทศไทยเข้าไปให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศกัมพูชา

เนื่องจากจากการศึกษาพบว่า รถที่ใช้เพื่อการขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศกัมพูชาที่มีสภาพการใช้งานได้ดี มีไม่เพียงพอ จึงขอเสนอกลยุทธ์นำรถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยเข้าไปให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อให้กลยุทธ์นี้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางให้ภาคเอกชนและภาครัฐบาล ดังนี้

5.8.1 ภาคเอกชน

1. ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ประเทศไทยควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจบริการขนส่งสินค้าในประเทศกัมพูชา เช่น ศึกษาตลาด วิเคราะห์คู่แข่ง เส้นทางการขนส่ง การค้าการลงทุน การทำสัญญาและความต้องการของผู้ใช้บริการ โลจิสติกส์ในกัมพูชาอย่างละเอียด รวมถึงต้องศึกษากฎหมายระเบียบ พิธีการศุลกากร อัตราภาษี ข้อบังคับทางการค้าระหว่างประเทศคู่ค้าด้วย ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา โดยเฉพาะกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region: GMS) เนื่องจากความร่วมมือ GMS มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการจ้างงาน ส่งเสริมการขยายตัวทางการค้า การลงทุนของอุตสาหกรรม การบริการ การเกษตร ยกกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น ส่งเสริม พัฒนาความร่วมมือทางการศึกษาและเทคโนโลยีระหว่างกัน ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนส่งเสริมเพิ่มขีดความสามารถ และโอกาสในการค้าโลก (กองส่งเสริมเศรษฐกิจ

สัมพันธและความร่วมมือ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2550) เพื่อให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยจะได้มีข้อมูลเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถวางแผนประกอบการทำธุรกิจการให้บริการโลจิสติกส์ด้วยรถขนส่งสินค้าของไทยได้อย่างราบรื่น นำไปสู่การประสบความสำเร็จ

2. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยควรศึกษาความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในเขตอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งข้อตกลงนี้ใช้สำหรับเส้นทางรถขนส่งข้ามพรมแดน ณ จุดผ่านแดนอรัญประเทศ – ปอยเปต (กรมการขนส่งทางบก, 2556) โดยมีรายละเอียดที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

1) ผู้ประกอบการขนส่งต้องได้รับอนุญาตให้ประกอบการขนส่งระหว่างประเทศจากประเทศผู้ส่ง และต้องไม่เป็นผู้ที่ตัดสินว่ากระทำความผิดร้ายแรงตามกฎหมาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ส่ง ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย และคุณสมบัติพื้นฐานอื่นที่ระบุไว้ในความตกลง

2) พาหนะที่ใช้ในการขนส่งข้ามพรมแดนผ่านจุดผ่านแดนอรัญประเทศ – ปอยเปตต้องเป็นรถยนต์ โดยเป็นได้ทั้งรถขนส่งสินค้าหรือผู้โดยสาร ประเภทของรถขนส่งที่ให้อำนาจผ่านแดนได้ ได้แก่ รถเดี่ยว รถพ่วง รถกึ่งพ่วง รถที่ห้ามขนส่งผ่านพรมแดนอรัญประเทศ- ปอยเปต ได้แก่ รถแทรกเตอร์เพื่อการเกษตร เครื่องมือในการสร้างถนน พาหนะขนส่งทางรถไฟ รถจักรยานยนต์ขนาดเล็กและรถจักรยานยนต์

3) พาหนะที่ใช้ในการขนส่งสินค้าต้องถูกต้องตามลักษณะที่กำหนดไว้ในความตกลง เช่น ความยาวสูงสุดของรถ ความยาวสูงสุดของพาหนะที่มีการพ่วง ความกว้างสูงสุด ความสูงสูงสุด ส่วนยื่นท้าย และน้ำหนักที่อนุญาตสูงสุด เป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบภายในที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้รับ โดยต้องแจ้งต่อหน่วยงานที่มีอำนาจเกี่ยวข้องของทั้งสองประเทศ นอกจากนี้ยังต้องทราบรายละเอียดอื่นๆ ดังปรากฏอยู่ในภาคผนวก ค บันทึกความเข้าใจระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยและรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรกัมพูชา ว่าด้วยการแลกเปลี่ยนสิทธิการจราจรสำหรับการขนส่งข้ามพรมแดน ณ จุดผ่านแดนอรัญประเทศ – ปอยเปต

3. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยต้องตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์กัมพูชาให้ได้ จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา พบว่า ความคาดหวัง (Expectation) ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กัมพูชา 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในกระบวนการดำเนินงาน ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า และพนักงานมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยควรให้บริการขนส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว และจัดการแก้ไขคำร้องเรียนของลูกค้าอย่างรวดเร็วไม่เพิกเฉยต่อคำร้องเรียน และให้บริการอย่างมืออาชีพ ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นที่จะใช้บริการขนส่งสินค้ากับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทย

นอกจากนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ควรให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ กัมพูชาพอใจต่อบริการ ด้วยการลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้คุณภาพบริการ จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของงานวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาความการรับรู้และความคาดหวังของผู้ใช้บริการกัมพูชา ช่องว่างที่ 5 มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ การจัดหาข้อมูลให้ลูกค้าก่อนการให้บริการ บริการเพิ่มมูลค่า และ มาตรการด้านความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบัน ผู้ให้บริการกัมพูชายังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมาได้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยต้องการเข้าไปให้บริการขนส่งสินค้าในประเทศกัมพูชาโดยใช้รถขนส่งสินค้าของไทยให้ประสบความสำเร็จ ควรปิดช่องว่างดังกล่าวให้ได้ ด้วยการให้บริการข้อมูลที่ลูกค้าต้องการก่อนให้บริการอย่างรวดเร็ว ครบถ้วน สามารถตอบข้อซักถามที่ลูกค้าสงสัยได้ มีบริการเพิ่มมูลค่านำเสนอให้กับลูกค้า เช่น บริการให้คำปรึกษา บริการติดตามและบรรจุหีบห่อ การจัดซื้อวัตถุดิบ สินค้า บริการจัดทำเอกสารทางราชการ และ บริการตรวจสอบและติดตามสินค้า เป็นต้น และ ด้านมาตรการความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า ต้องขนส่งสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล มีการทำประกันสินค้า ใช้อุปกรณ์รัดสินค้าให้อยู่ในสภาพดี ไม่เสียหายเนื่องจากการขนส่ง เป็นต้น

4. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยควรเตรียมรถขนส่งสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนดูแลสภาพของรถขนส่งสินค้าให้เป็นไปตามความตกลงของการแลกเปลี่ยนสิทธิการจราจรสำหรับการขนส่งข้ามพรมแดน ณ จุดผ่านแดนอรัญประเทศ – ปอยเปต เพื่อให้ถูกต้องตามข้อกำหนด กฎระเบียบ และเป็นการสร้างรูปลักษณ์ทางกายภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์

5. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยควรร่วมมือกันทางธุรกิจ สร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม เพื่อร่วมกันขนส่งสินค้าไปยังประเทศกัมพูชา ซึ่งมีพรมแดนติดต่อกัน เป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจบริการโลจิสติกส์ไทยให้สามารถรุกไปให้บริการขนส่งสินค้ากลุ่มประเทศ CLMV มากขึ้นโดยใช้ความร่วมมือทางธุรกิจสร้างเป็นพันธมิตร เพื่อ เตรียมพร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยไม่ให้สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับบริษัทโลจิสติกส์ข้ามชาติ หรือบริษัทคู่แข่งในประเทศที่มีศักยภาพด้านโลจิสติกส์สูงกว่าไทย เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์

6. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาในการขนส่ง เช่น ระบบระบุตำแหน่งบนพื้นโลก (GPS) เพื่อติดตามสถานะการขนส่งสินค้าและแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบได้ทันถ่วงที ระบบบริหารจัดการการขนส่งสินค้า (Transportation management system : TMS) เพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพในการขนส่ง และลดต้นทุน โลจิสติกส์ เนื่องจากTMSเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนการขนส่ง ช่วยตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดเส้นทางภายใต้ข้อจำกัดต่างๆให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การจัดการรถ การจัดสินค้าขึ้นรถแต่ละคัน ซึ่งทำให้เกิดข้อดีต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ คือ สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรถบรรทุก พนักงาน สินค้าในรูปแบบฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สามารถบันทึกแสดงประวัติ และรายงานต่างๆ เช่น จำนวนค่าใช้จ่ายน้ำมัน ระยะเวลาการขนส่ง รวมถึงติดตามสถานะการขนส่งสินค้าได้อีกด้วย ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและช่วยในการบริหารจัดการรถขนส่งสินค้าของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

7. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยควรใช้การขนส่งสินค้าทั้งเที่ยวไปและกลับ (Backhuling management) (ในกรณีที่สามารถทำได้) เพื่อลดการขนส่งเที่ยวเปล่า โดยไม่มีสินค้าบนรถ เนื่องจากสินค้าที่ชาวักัมพูชานิยมนำเข้าจากไทย ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค และประเทศักัมพูชามีผลไม้ และพืชผลทางการเกษตรที่ส่งออกมาประเทศไทย ดังนั้นหากเส้นทางรถสามารถทำการขนส่งทั้งขาไปและกลับ โดยไม่มีการวิ่งรถเที่ยวเปล่าได้จะช่วยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ประเทศไทยประหยัดต้นทุนการขนส่งได้ หรือนำไปปรับใช้กับสินค้าอื่นๆแล้วแต่ความเหมาะสม

8. ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเทศไทยต้องปรับตัวในด้านการลดต้นทุนการขนส่งสินค้าอย่างมาก เนื่องจากสินค้าจากเวียดนามและจีนที่ขนส่งไปยังักัมพูชามีราคาต่ำกว่าสินค้าจากไทย และชาวักัมพูชามีความอ่อนไหวต่อราคาเพราะค่าครองชีพไม่สูง ยิ่งไปกว่านั้นสินค้าจากมาเลเซียสามารถขนส่งทางทะเลโดยไม่ผ่านไทยยังทำเรือสี่หนุวิลส์ได้โดยตรง อีกทั้งยังสามารถขนส่งผ่านักัมพูชาไปสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้ได้ ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าของประเทศเพื่อนบ้านนี้ต่ำกว่าไทย ดังนั้นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยควรลดต้นทุนการขนส่งสินค้า หรือต้นทุนการบริหารจัดการให้ได้ทั้งนี้จะได้สามารถรับมือและพร้อมที่จะแข่งขันกับคู่แข่งประเทศเพื่อนบ้านได้

9. ให้ความรู้และความเข้าใจต่อพนักงานในองค์กร เพื่อให้มีความตระหนักต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หากไม่พัฒนาตนเองอาจมีคู่แข่งจากประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนมาแย่งอาชีพในสายงานโลจิสติกส์ ซึ่งแนวทางในการปฏิบัติในด้านนี้ คือ จัดการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการบริการโลจิสติกส์ให้กับพนักงาน รวมถึงภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษากัมพูชา ภาษาจีน เวียดนาม หรือภาษาอื่นๆที่ใช้ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเตรียมความพร้อมด้านพนักงานให้สามารถทำงานร่วมกับชาติอื่นในอาเซียนได้

5.8.2 ภาครัฐบาล

1. ควรสร้างความสัมพันธ์อันดีทางการเมือง การค้า การลงทุน โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกัน เช่น กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เพื่อให้เน้นความสัมพันธ์กันแบบความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจหรือการร่วมลงทุนด้วยกันตามกรอบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบโทรคมนาคมให้ทันสมัย และราคาบริการสมเหตุสมผล
3. มีหน่วยงานกลางของรัฐที่เป็นศูนย์กลางให้ความช่วยเหลือ พัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยเพื่อลงทุนในประเทศกัมพูชา รวมถึงลาว เวียดนาม และเมียนมาร์โดยตรง ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบเพียงหน่วยงานเดียวอย่างเป็นระบบและครบวงจร เพื่อป้องกันการดำเนินงานซ้ำซ้อน คาบเกี่ยวหน้าที่กัน
4. ภาครัฐควรให้ความรู้ด้านการลงทุนและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยเห็นข้อดีในการลงทุนในประเทศกัมพูชาและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม และเมียนมาร์ เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้นักลงทุนไปลงทุนในประเทศดังกล่าวมากขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงิน การลงทุน และแรงงาน มีฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น
5. ภาครัฐควรหารือกับรัฐบาลประเทศเพื่อนบ้านเพื่อหาแนวทางปรับปรุง แก้ไข กฎหมายขนส่งระหว่างประเทศ เช่น เรื่องน้ำหนักบรรทุกและความสูงของรถบรรทุกโดยขอความร่วมมือจากประเทศคู่ค้าเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม เมียนมาร์ ให้ออกกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับมาตรฐาน ขนส่ง โดยเฉพาะการขนส่งทางถนนให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อความต่อเนื่องและการเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้โดยสะดวก เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายสินค้า และบริการที่จะมีมากขึ้นเมื่อทำการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
6. รัฐบาลควรเพิ่มจุดผ่านแดนถาวรระหว่างไทยกับกัมพูชาให้มากขึ้น จากเดิมที่มีอยู่แล้ว 6 แห่ง 5 จังหวัด ได้แก่ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว ตราด และจันทบุรี มีจุดผ่อนปรนเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณเส้นทางขึ้นเขาพระวิหาร และจุดผ่อนปรน 9 แห่ง และจากข้อมูลการค้าไทย - กัมพูชาปีพ.ศ. 2554 ประเทศไทยเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 2 ของกัมพูชา (สำนักอาเซียน, 2553) แนวโน้มชาวกัมพูชาต้องการสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นรัฐบาลไทยและกัมพูชาควรหาข้อตกลงร่วมกันเพื่อเพิ่มจุดผ่านแดนถาวรให้มากขึ้น รองรับปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น