

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลจากการสำรวจข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์และมาตรฐานในการประเมินและคัดเลือกสายเรือ ครอบคลุมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ ปัญหา และอุปสรรคในการประเมินและคัดเลือกสายเรือของแต่ละบริษัท ตลอดจนปัจจัยที่ใช้ในการกระบวนการประเมินคัดเลือกสายเรือของบริษัทในเครือในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทผู้ผลิตเม็ดพลาสติก 2 บริษัท และตัวแทนจำหน่าย 1 บริษัท ทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายมีแนวคิดในการกระบวนการคัดเลือกสายเรือในแนวทางใกล้เคียงกัน โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้น เพื่อจัดโครงสร้างแบบ AHP และทำการวิเคราะห์คัดเลือกลายเรือ โดยใช้วิธี AHP รวมถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องการคัดเลือกสายเรือของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งผลการศึกษากออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์เบื้องต้นและการสัมภาษณ์เชิงลึก
2. เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์ในการคัดเลือกลายเรือจากกลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายโดยภาพรวม ซึ่งมี 4 ขั้นตอนคือ การเปรียบเทียบน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลัก, การเปรียบเทียบน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยรองจากปัจจัยหลัก การวิเคราะห์ระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือ (Rating Scale) ในแต่ละเกณฑ์ปัจจัยรอง (ดี, ดีมาก, ปานกลาง, พอใช้ และต้องปรับปรุง) และการประเมินสายเรือแบบ Rating Scale (ดี, ดีมาก, ปานกลาง, พอใช้ และต้องปรับปรุง) โดยใช้วิธี AHP รวมถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องการคัดเลือกสายเรือของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นและผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลของการวิเคราะห์เบื้องต้น จากการวิเคราะห์และกำหนดวัตถุประสงค์ของปัญหาในการตัดสินใจเลือกลายเรือ ศึกษางานวิจัยและบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการใช้งานจริงนั้น สามารถนำมาสรุปและออกแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกได้ทั้งหมด 13 คำถาม แล้วนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทผู้ผลิตเม็ดพลาสติก และบริษัทตัวแทนจำหน่ายจำนวน 3 บริษัทนั้น ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น สามารถนำมาสรุปและนำมาจัดโครงสร้างปัจจัยแบบ AHP ซึ่งสรุปปัจจัยหลักเพื่อเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกได้ 3 ปัจจัย โดยที่แต่ละปัจจัยหลักมีจำนวนปัจจัยรอง 5 ปัจจัย และได้สายเรือที่ทางกลุ่มบริษัทผู้ผลิตและบริษัท

ตัวแทนจำหน่ายรู้จักเป็นอย่างดีและใช้บริการอยู่แล้วเป็นประจำ แต่ไม่มีการพัฒนาการคัดเลือก
อย่างมีหลักการจำนวน 10 สายเรือ

ตารางที่ 10 บทสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
1. บริษัท เอโอเอ็ม สำนักงานใหญ่ มีมุมมอง และแนวคิดอย่างไรต่อกระบวนการคัดเลือก สายเรือแบบภูมิภาค เพื่อที่จะนำไปพิจารณา ใช้ในบริษัทในเครือ	- เนื่องจากสายเรือที่ให้บริการทั่วโลกมีจำนวน ไม่มาก และสามารถที่จะเจรจากันในระดับโลก และรวบรวมจำนวนในการใช้บริการได้ จะทำ ให้บริษัทเพิ่มอำนาจในการต่อรองในการเจรจา กับสายเรือและเพิ่มศักยภาพในด้านการจัดหา จัดจ้างของโลจิสติกส์ ก่อให้เกิดการลดต้นทุน มาจากการเลือกสายเรือที่มีประสิทธิภาพ และ ใช้บริการเฉพาะสายเรือหลักผลประโยชน์ที่ได้ คือ การบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ต่อลูกค้า และเพื่อให้มั่นใจว่าระบบการคัดเลือก มีความถูกต้องและนำมาใช้กับบริษัทต่าง ๆ ใน เครือ ซึ่งจะก่อให้เกิดกิจกรรมทางโลจิสติกส์ ที่โปร่งใส
2. กลยุทธ์ใดที่จะสามารถนำมาใช้ในกระบวนการ การคัดเลือกสายเรือ	- การพิจารณาระยะเวลาของการขนส่งและ ความน่าเชื่อถือของระยะเวลาการขนส่ง มาเป็น ส่วนสำคัญ ซึ่งผลกระทบของพิจารณาระยะ เวลาของการขนส่งและความน่าเชื่อถือของระยะ เวลาการขนส่งนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนทั้งหมด ของสินค้าหลังการส่งของ ดังนั้นบริษัทควรจะ ใช้ระยะเวลาของการขนส่งมาเป็นเกณฑ์สำคัญ - การดำเนินการเรื่องการเคลมและแก้ไขปัญหา รวมถึงการดำเนินการเรื่องข้อร้องเรียนของลูกค้า ภายนอก - พิจารณาสายเรือที่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพ และแข่งขันได้ ซึ่งสามารถพัฒนาการเป็นพันธมิตร ระยะยาวได้ในอนาคต

ตารางที่ 10 (ต่อ)

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
3. ในการพิจารณาสายเรือแบบภูมิภาค บริษัทควรมีข้อกำหนดหรือข้อพิจารณาเกี่ยวกับจำนวนของสายเรือทั้งหมดที่จะจัดหาจัดจ้างหรือไม่ เพราะอะไร	- ควรมี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริการที่สายเรือจะสามารถให้ได้ แต่ต้องลดจำนวนของสายเรือที่ถูกคัดเลือกให้ครอบคลุมกับความต้องการของแต่ละบริษัทได้ทั้งหมด
4. ท่านคิดว่าการคัดเลือกสายเรือแบบภูมิภาคมีข้อดีและข้อเสียอย่างไร	ข้อดี 1. มีความสะดวกในการให้บริการ 2. มีการปรับปรุงระบบการดำเนินงาน 3. มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น 4. ลดต้นทุนในการดำเนินงาน 5. สรรหาการขนส่งที่เหมาะสมในการที่จะนำมาซึ่งการลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า 6. เพิ่มระดับความพอใจของลูกค้า เรื่องเวลาในการขนส่ง 7. รวบรวมปริมาณสินค้าเพื่อการต่อรองที่ดีขึ้น รวมถึงราคาและการบริการที่ดีกว่าเดิม 8. พัฒนาเครือข่ายการติดต่อกับสายเรือ ในระดับภูมิภาค 9. ระบบเครือข่ายการทำงานระหว่างภูมิภาค มีความสมบูรณ์มากขึ้น ในเรื่องของความช่วยเหลือกันเกี่ยวกับคอนเทนเนอร์และระวางเรือ 10 มีการแบ่งปันความรู้แก่กันในห้อง ข้อเสีย 1. มีการใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานระยะยาว และมีความยุ่งยากและซับซ้อนในการจัดการข้อมูล

ตารางที่ 10 (ต่อ)

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
5. ปัจจัยที่นำมาประกอบการพิจารณาในกระบวนการคัดเลือกสายเรือ มีอะไรบ้าง และปัจจัยใดมีความสำคัญมากที่สุด	เนื่องจากต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและขั้นตอนการตัดสินใจ - ความต้องการของแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน - มีผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก ในการสำรวจความต้องการและประเมินผล - ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อบังคับด้าน การขนส่งของแต่ละประเทศ - ขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการ - ความน่าเชื่อถือ - ระบบสารสนเทศและการค้นหาข้อมูล - ความสะดวกในการระวางเรือและตู้คอนเทนเนอร์ - ความถี่ในการให้บริการ ระยะเวลาการเดินทางและวันที่เรือให้บริการ - ชื่อเสียงของบริษัท - สถานที่ตั้ง - สถานภาพทางการเงิน - จำนวนเรือที่ให้บริการ - จำนวนของพันธมิตรทางธุรกิจ - ลูกค้าที่อ้างถึง - พิจารณาระยะเวลาของการขนส่งและความน่าเชื่อถือของระยะเวลาการขนส่ง - การบริการและประสานงานในเรื่องของเคลมและข้อร้องเรียนจากลูกค้าภายนอก - ระบบการจัดการทางด้านความปลอดภัยและด้านคุณภาพ

ตารางที่ 10 (ต่อ)

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
	15 รายละเอียดทั่วไปของบริษัท
	16. เส้นทางเดินเรือสายตรง/ถ่ายลำ
	17. ข้อตกลงเรื่องระวางและตู้คอนเทนเนอร์
	18. ราคา
	19. การประสานงาน บริการลูกค้าและเอกสาร
	20. การพัฒนาขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
	ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด คือ คุณภาพของการบริการระดับสูง ราคา ระยะเวลาของการขนส่ง และความน่าเชื่อถือของระยะเวลาการขนส่ง
6. ข้อมูลของบริษัทที่ใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อนำไปเจรจากับสายเรือ มีอะไรบ้าง	1. จำนวนสินค้าที่ส่งออก
	2. ปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ที่ต้องการ
	3. เงื่อนไขการพัสดุคอนเทนเนอร์ไว้ที่คลังสินค้า
	4. ที่ตั้งของบริษัทลูกค้า เพื่อพิจารณาเส้นทางเดินเรือที่เหมาะสม
7. ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานมีอะไรบ้าง	1. การส่งสินค้าตรงเวลา
	2. ความถูกต้องของเอกสารที่ใช้เก็บเงิน (Invoice)
	3. การสะดวกในการจองระวางเรือ
	4. การบริการและประสานงานและระยะเวลาในการดำเนินการตรวจสอบข้อร้องเรียนของลูกค้า
	5. การส่งเอกสารตรงเวลาความถูกต้องของเอกสาร
	6. การส่งรายงานตรงเวลา
	7. ระยะเวลาของการขนส่งและความน่าเชื่อถือของระยะเวลาการขนส่ง

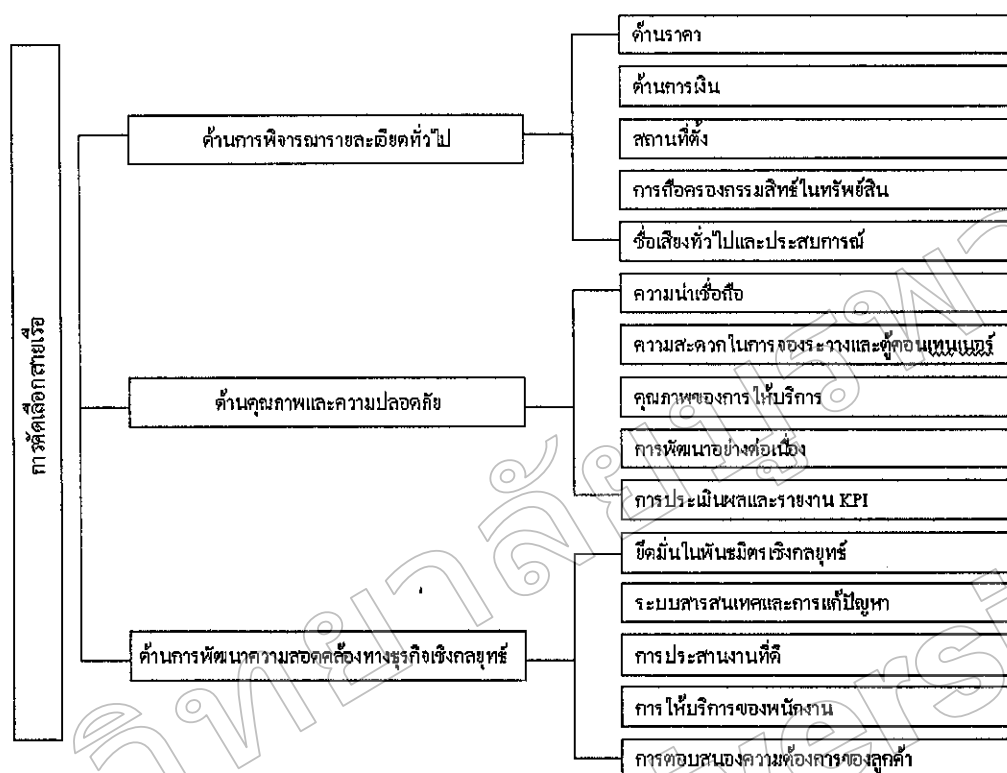
ตารางที่ 10 (ต่อ)

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
8. กระบวนการเปรียบเทียบอัตราตลาดของค่าระวางสินค้ากับบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ	- ใช้บริการบริษัทที่ทำการสำรวจอัตราค่าระวางของแต่ละบริษัทคู่แข่ง - การขอข้อมูลของอัตราค่าระวางจากบริษัทที่ทำการขนส่งให้กับบริษัทคู่แข่ง
9. อุปสรรคและข้อจำกัดในกระบวนการคัดเลือกสายเรือ	1. ความร่วมมือของแต่ละประเทศในกระบวนการรวบรวมข้อมูล 2. ความยุ่งยากและซับซ้อนในการจัดการข้อมูล
10. บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งรูปแบบอื่นแบบภูมิภาคอีกหรือไม่	- มี คือ ทางด้านส่งของทางบริการเอ็กซ์เพรส เซอร์วิสและการขนส่งทางเรือแบบ LCL
11. แนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกทางเรือ เมื่อเทียบกับการขนส่งรูปแบบอื่นในอนาคต	แนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกทางเรือ มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากราคาค่าขนส่งต่ำกว่าการขนส่งประเภทอื่น และสามารถที่จะส่งสินค้าได้ที่เป็นจำนวนมากต่อครั้ง ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมากในตลาดเกี่ยวกับราคาค่าขนส่ง ดังนั้นในส่วนของผู้ให้บริการจึงจะได้ผลประโยชน์มากขึ้นทั้งทางด้านราคาและคุณภาพของการบริการ และอาจจะมีการขยายตัวในอีก 5 ปีข้างหน้าในการเข้าร่วมในด้าน E-Logistics มากขึ้น
12. แนวโน้มการเติบโตของตลาดเม็ดพลาสติกในอนาคต	แนวโน้มของการส่งออกเม็ดพลาสติกทางเรือ มีแนวโน้มสูงขึ้นต่อไปในอนาคต ความต้องการของตลาดโลกจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่สินค้าที่ได้อาจจะไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากต้องใช้การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต และการค้นคว้า, นวัตกรรมเทคโนโลยี จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาในส่วนนี้

ตารางที่ 10 (ต่อ)

หัวข้อของบทสัมภาษณ์	ผลของการสัมภาษณ์
13. กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านราคา, ด้านผลิตภัณฑ์และอื่นกับบริษัทคู่แข่งมีอะไรบ้าง	1. กลยุทธ์ทางด้านราคา คือ มีราคาที่เหมาะสม 2. กลยุทธ์ทางด้านสินค้า คือ สินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าใหม่สู่ตลาด 3. กลยุทธ์ทางด้านสถานที่ คือ การคงไว้ซึ่งลูกค้าในตลาดเดิมและเพิ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดใหม่ๆ กลยุทธ์ทางการกระจายสินค้า คือ พัฒนาระบบการบริหารจัดการคลังสินค้า ปรับปรุงบริการด้านการขนส่ง และพัฒนาการจัดการด้านซัพพลายเชน

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปแนวคิดและวิธีการประเมินสายเรือจากการกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 บริษัท ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์และมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการตัดสินใจคัดเลือกสายเรือมีแนวคิดและวิธีการเป็นไปในทางเดียวกัน ในขั้นตอนนี้สามารถสรุปโครงสร้างปัจจัยสำคัญที่นำมาใช้ในกระบวนการประเมินสายเรือ โดยใช้เทคนิค AHP ซึ่งนำไปใช้ในการออกแบบสอบถาม สามารถแสดงโครงสร้างปัจจัยแบบ AHP ได้ดังนี้



ภาพที่ 5 โครงสร้างแผนภูมิลำดับชั้นในกระบวนการวิเคราะห์คัดเลือกลำดับสายเรือ

จากภาพที่ 5 นั้น สามารถกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์เลือกลำดับสายเรือจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์ในการพิจารณา โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ด้านการพิจารณารายละเอียดทั่วไป เป็นการพิจารณาที่มาและข้อมูลพื้นฐานของสายเรือต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการประเมินคัดเลือกลำดับของบริษัต่าง ๆ ในเครือ ซึ่งมีปัจจัยรองดังนี้

1.1 ราคา เป็นค่าขนส่งจากท่าเรือต้นทางไปยังท่าเรือปลายทางที่บริษัทลูกค้าตั้งอยู่ และเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการใช้พิจารณา เนื่องจากสามารถนำมาเปรียบเทียบกับสายเรือต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนที่สุด

1.2 การเงิน สถานภาพทางการเงินเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องคำนึงถึง เนื่องจากเป็นหลักประกันว่าสายเรื่อนั้น ๆ มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือเพียงใด โดยพิจารณาจากทุนการจดทะเบียนบริษัท เป็นต้น

1.3 สถานที่ตั้ง เป็นส่วนประกอบหนึ่งในการพิจารณา เนื่องจากสถานที่ตั้งของสายเรือควรอยู่ในสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการเดินทาง

1.4 การถือครองกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน โดยพิจารณาจากจำนวนเรือที่ให้บริการว่าแต่ละสายเรือมีเรือเป็นของตนเองมากน้อยเพียงใด โดยที่จะสืบเนื่องกับเส้นทางในการให้บริการของแต่ละสายเรือ

1.5 ชื่อเสียงทั่วไปและประสบการณ์ เป็นส่วนที่ใช้พิจารณาเช่นเดียวกัน โดยจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานและเป็นที่รู้จักในการส่งออก

2. ด้านคุณภาพและความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเช่นกัน โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ความเสี่ยงที่จะให้บริการ และความรับผิดชอบต่อผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นว่ามีการจัดการได้ดีเพียงใด และมีคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร ตลอดจนมีการวัดผลการดำเนินงานโดยมีดัชนีชี้วัด ซึ่งมีปัจจัยรองดังนี้

2.1 ความน่าเชื่อถือ พิจารณาจากการดำเนินกิจการของสายเรือ จำนวนลูกค้าที่ให้บริการและความรับผิดชอบต่อหน้าที่และการให้บริการ

2.2 ความสะดวกในการจองระวางและผู้คอนเทนเนอร์ สามารถที่จะรับจองและจัดผู้คอนเทนเนอร์ภายในเวลาที่มีขีดจำกัดได้

2.3 คุณภาพของการให้บริการ พิจารณาจากคุณภาพในการจัดส่งสินค้า โดยไม่ทำให้สินค้าเสียหายและส่งสินค้าทันตามเวลาที่กำหนด

2.4 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยเกี่ยวกับด้านบริการ พิจารณาจากปัญหาที่เกิดขึ้นว่ามีการตามแก้ปัญหาระหว่างการดำเนินงาน และมีการให้ข้อมูลข่าวสาร และคำแนะนำที่ดีเพื่อให้ผู้ใช้บริการมั่นใจ และเอาปัญหาที่ได้รับมาแก้ไข และมีการชี้แจง และวางแผนปรับปรุง และพัฒนาต่อไป

2.5 การประเมินผลและรายงาน KPI พิจารณาว่าแต่ละสายเรือมีดัชนีวัดผลการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสมเหตุสมผล เพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

3. ด้านการพัฒนาความสอดคล้องทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ สามารถพิจารณาได้จากความสอดคล้องกันทางการดำเนินว่า จะสามารถทำงานด้วยกันได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ โดยมีความเข้าใจและมีเป้าหมายในการทำงานอย่างเดียวกัน และมุ่งไปสู่เป้าหมายสูงสุดของการทำงานร่วมกัน โดยเป็นพันธมิตรกันทางธุรกิจ ซึ่งมีปัจจัยรองดังนี้คือ

3.1 ยึดมั่นในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ พิจารณาจากการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีการให้คำแนะนำในรายละเอียดในเรื่องต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ

3.2 ระบบสารสนเทศและการแก้ปัญหา มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัยและระบบการหาข้อมูลที่รวดเร็ว มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตลอดจนการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในกรอบเวลาที่กำหนดได้

3.3 การประสานงานที่ดี ให้ความสำคัญในการให้ความร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มใจและอย่างมีหลักการและเหตุผล

3.4 การให้บริการของพนักงาน พิจารณาจากความสุภาพในการให้บริการ การตามงานในการแก้ปัญหาที่ต้องมีการแก้ไข

3.5 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า พิจารณาจากการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า และการให้คำแนะนำในทุก ๆ ด้านของการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลัก

ผลของการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายนั้น สามารถแสดงผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญได้ 4 มุมมองแยกตามพื้นที่ ได้ดังนี้คือ 1) ในมุมมองเฉลี่ยของทั้งภูมิภาค 2) ในมุมมองของประเทศไทย 3) ในมุมมองของประเทศจีน 4) ในมุมมองของประเทศฮ่องกง เพื่อแสดงถึงการให้น้ำหนักปัจจัยหลักของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคของกลุ่มบริษัทเอโอเอ็มกรุ๊ป ว่าจะมีความเห็นในการให้น้ำหนักเป็นเช่นไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์น้ำหนักของปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก			
	โดยรวม	ไทย	จีน	ฮ่องกง
การพิจารณารายละเอียดทั่วไป	0.0913	0.0936	0.0885	0.0923
คุณภาพและความปลอดภัย	0.6250	0.6197	0.6164	0.6373
การพัฒนาความสอดคล้อง	0.2837	0.2867	0.2951	0.2705
ทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์				

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่าผลของการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายนั้น มีผลแสดงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลักที่เหมือนกัน ซึ่งอาจจะแตกต่างกันบ้างในการให้คะแนนแบบสอบถามก่อนที่จะนำมา

ประเมินผลการวิเคราะห์ ผลน้ำหนักได้อันดับความสำคัญ 1 ถึง 3 คือ ด้านคุณภาพและความปลอดภัย, ด้านการพัฒนาความสอดคล้องทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ และด้านการพิจารณารายละเอียดทั่วไป ตามลำดับ โดยมีค่าแตกต่างกันไม่มาก

ตารางที่ 12 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ความสอดคล้อง	น้ำหนัก			
	โดยรวม	ไทย	จีน	ฮ่องกง
CI/RI	0.0431	0.0125	0.0682	0.0630

กล่าวโดยสรุปได้ว่าสัดส่วนที่ได้จากการเปรียบเทียบ CI/RI นั้น ทั้งโดยรวม และแต่ละพื้นที่ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีค่าน้อยกว่า 0.10 ทุกพื้นที่ แสดงว่าข้อมูลหรือผลลัพธ์ที่เปรียบเทียบได้จากวิธี Pairwise Comparison นี้มีความสอดคล้องของข้อมูลสูง และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจต่อไปได้

ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลัก

ผลของการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายนั้น สามารถแสดงผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญได้ 4 มุมมอง แยกตามพื้นที่ ได้ดังนี้คือ 1) ในมุมมองเฉลี่ยของทั้งภูมิภาค 2) ในมุมมองของประเทศไทย 3) ในมุมมองของประเทศจีน 4) ในมุมมองของประเทศฮ่องกง เพื่อแสดงถึงการให้น้ำหนักปัจจัยรองของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคของกลุ่มบริษัทเอโอเอ็มกรุ๊ป ว่าจะมีความเห็นในการให้น้ำหนักเป็นเช่นไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกัน

ขั้นตอนการศึกษานั้น จะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์น้ำหนักปัจจัยรองของแต่ละปัจจัยหลักทั้งหมดเสียก่อนเสียก่อน ซึ่งทั้งหมด 30 คู่ โดยแบ่งแยกออกตามปัจจัยหลัก ปัจจัยละ 10 คู่ เมื่อได้ผลของน้ำหนักแล้วจึงต้องนำมาคูณกับน้ำหนักปัจจัยหลักอีกครั้งหนึ่ง จึงจะได้ผลลัพธ์ของค่าเฉลี่ยปัจจัยรองของแต่ละปัจจัยหลัก ซึ่งจะต้องนำค่านี้ไปประมวลผลในขั้นตอนต่อไป

สูตรการคำนวณค่าเฉลี่ยปัจจัยรองคือ

ค่าเฉลี่ยปัจจัยรอง = น้ำหนักเฉลี่ยปัจจัยหลัก $\times$ น้ำหนักเฉลี่ยปัจจัยรองที่อยู่ภายใต้ปัจจัยหลักนั้น

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์น้ำหนักของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างบริษัท
ผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยรอง	น้ำหนักความสำคัญ							
	โดยรวม	อันดับ	ไทย	อันดับ	จีน	อันดับ	ฮ่องกง	อันดับ
ราคา	0.0380	10	0.0383	10	0.0355	10	0.0386	9
การเงิน	0.0152	12	0.0144	12	0.0172	12	0.0133	12
สถานที่ตั้ง	0.0055	15	0.0074	14	0.0044	15	0.0056	15
การถือครองกรรมสิทธิ์ใน ทรัพย์สิน	0.0093	14	0.0071	15	0.0100	14	0.0114	14
ชื่อเสียงทั่วไปและ ประสิทธิภาพ	0.0234	11	0.0264	11	0.0213	11	0.0234	11
ความน่าเชื่อถือ	0.0599	6	0.0398	8	0.1031	3	0.0585	7
ความสะดวกในการจอง	0.2027	2	0.1603	2	0.2325	1	0.1969	2
ระหว่างและคู่คอนเทนเนอร์								
คุณภาพของการให้บริการ	0.2035	1	0.2351	1	0.1515	2	0.2085	1
การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	0.1176	3	0.1461	3	0.0862	5	0.1322	3
การประเมินผลและรายงาน	0.0414	9	0.0384	9	0.0431	9	0.0412	8
KPI								
ยึดมั่นในพันธกิจเชิงกล ยุทธ์	0.0139	13	0.0140	13	0.0168	13	0.0126	13
ระบบสารสนเทศและการ แก้ปัญหา	0.0496	8	0.0502	7	0.0746	6	0.0253	10
การประสานงานที่ดี	0.0849	4	0.0858	4	0.0908	4	0.0919	4
การให้บริการของพนักงาน	0.0775	5	0.0783	5	0.0657	7	0.0769	5
การตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	0.0578	7	0.0584	6	0.0473	8	0.0637	6

สรุปได้ว่าผลของการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลักของ
กลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายโดยรวมนั้น สามารถจัดลำดับความสำคัญ

ได้ดังนี้ คือ 1) คุณภาพของการให้บริการ 2) ความสะดวกในการจองระหว่างและตู้คอนเทนเนอร์ 3) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 4) การประสานงานที่ดี 5) การให้บริการของพนักงาน 6) ความน่าเชื่อถือ 7) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า 8) ระบบสารสนเทศและการแก้ปัญหา 9) การประเมินผล และรายงาน KPI 10) ราคา 11) ชื่อเสียงทั่วไปและประสบการณ์ 12) การเงิน 13) ยึดมั่นในพันธมิตร์เชิงกลยุทธ์ 14) การถือครองกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน และ 15) สถานที่ตั้ง ซึ่งผลที่วิเคราะห์มาได้นี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้นำน้ำหนักความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการมาเป็นหนึ่งในการจัดระดับความสำคัญของปัจจัย

กล่าวโดยสรุปได้ว่าน้ำหนักความแตกต่างของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่าง บริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่แล้วมีผลที่ไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นในประเทศจีน ซึ่งมีการให้น้ำหนักของปัจจัยรองที่มีความแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ บ้างในส่วนชองน้ำหนักในช่วงต้น ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้บริการของสายเรือที่แตกต่างกัน เช่น เส้นทางของการให้บริการ หรือความถี่ในการให้บริการ เป็นต้น

ตารางที่ 14 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยรองในแต่ละปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่าง บริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ความสอดคล้อง	น้ำหนัก			
	โดยรวม	ไทย	จีน	ฮ่องกง
CI/RI	0.0643	0.0682	0.0935	0.0976
	0.0267	0.0785	0.0935	0.0975
	0.0247	0.0250	0.0169	0.0983

กล่าวโดยสรุปได้ว่าสัดส่วนที่ได้จากการเปรียบเทียบ CI/ RI นั้น ทั้งโดยรวม และแต่ละพื้นที่ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีค่าน้อยกว่า 0.10 ทุกพื้นที่ แสดงว่าข้อมูลหรือผลลัพธ์ที่เปรียบเทียบได้จากวิธี Pairwise Comparison นี้ มีความสอดคล้องของข้อมูลสูง และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจต่อไปได้

ผลการวิเคราะห์น้ำหนักของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือ

ผลการวิเคราะห์น้ำหนักของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือในแต่ละเกณฑ์ปัจจัยรองนั้น จะนำระดับที่ใช้ในการคัดเลือกทั้ง 5 ระดับ คือ ดีมาก, ดี, ปานกลาง, พอใช้ และต้องปรับปรุง

มาประเมินค่า โดยมีสมมติฐานว่าทุกปัจจัยจะต้องมีค่าประเมินเท่ากัน โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการเปรียบเทียบและให้คะแนนของระดับความสำคัญ 1-9 ของแบบสอบถามจำนวน 10 คู่ เพื่อลดจำนวนการตอบแบบสอบถาม และป้องกันความสับสนในการกรอกข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์น้ำหนักของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัย	น้ำหนัก
ดีมาก	0.3818
ดี	0.2462
ปานกลาง	0.1587
พอใช้	0.1346
ต้องปรับปรุง	0.0787

ตารางที่ 16 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ความสอดคล้อง	น้ำหนัก
CI/RI	0.0992

จากตารางที่ 16 ค่า $CI/RI = 0.0992$ แสดงว่าผลที่ได้มีความสอดคล้องของข้อมูลสูง ผลของการวิเคราะห์น้ำหนักของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือในแต่ละเกณฑ์ปัจจัยของ กลุ่มตัวอย่างทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่ายโดยภาพรวมนั้น ผลจากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นความแตกต่างของระดับที่ใช้ในการประเมิน โดยที่ความแตกต่างระหว่าง “ดีมาก” กับ “ดี” จะมีค่าไม่เท่ากับกับความแตกต่างระหว่าง “ดี” กับ “ปานกลาง” และมีค่าไม่เท่ากันเลยในทุกคู่ โดยพบว่าระดับปานกลางมีค่าน้ำหนักสูงกว่าพอใช้เพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้ประเมินคิดว่าระดับปานกลางกับพอใช้ มีค่าไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก

ผลการประเมินสายเรือแบบ Rating Scale

เป็นการประเมินคุณสมบัติของสายเรือในแต่ละปัจจัยรอง จากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น สามารถคัดเลือกสายเรือที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่เหมือนกัน มาจำนวน 10 สายเรือ และนำมาสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินคุณสมบัติของสายเรือในแต่ละปัจจัยรอง โดยมีระดับคะแนนความสำคัญ 5 ระดับคือ ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ และต้องปรับปรุง

ตารางที่ 17 ตัวอย่างการเปรียบเทียบที่นำน้ำหนักความสำคัญของแต่ละสาขามาเรียงโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ราคา	การเงิน	ที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	ข้อเสีย	นำ	สะดวก	คุณภาพ	พัฒนา	KPI	ยึดมั่น	IT	ประสาน	บริการ	ตอบสนอง
รอง															
สาย A	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดี	ดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
สาย B	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี
สาย C	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
สาย D	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดี	ดี
สาย E	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สาย F	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	พอใช้	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	พอใช้	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สาย G	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สาย H	ปานกลาง	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สาย I	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 แสดงตัวอย่างตัวอย่างการเปรียบเทียบน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์ปัจจัยรองของแต่ละสายเรือโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย (รายละเอียดการคำนวณ ดูภาคผนวก ข) ทั้งหมดจำนวน 15 ปัจจัย แล้วนำผลการวิเคราะห์น้ำหนักของระดับที่ใช้ในการประเมินสายเรือในแต่ละเกณฑ์ปัจจัยรอง จากตารางที่ 17 มาแทนค่าเพื่อให้ได้มาซึ่งค่าเฉลี่ยของเกณฑ์ปัจจัยรอง โดยที่ระดับดีมาก มีค่าเท่ากับ 0.3818, ดี มีค่าเท่ากับ 0.2462, ปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.1587, พอใช้ มีค่าเท่ากับ 0.1346 และต้องปรับปรุง มีค่าเท่ากับ 0.0787

ตารางที่ 18 สรุปผลค่าเฉลี่ยเกณฑ์ปัจจัยรองของแต่ละสายเรือโดยภาพรวมทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยรอง	ราคา	การเงิน	ที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	ข้อเสีย	น้ำหนัก	สะดวก	คุณภาพ	พัฒนา	KPI	ยึดมั่น	IT	ประสานงาน	บริการ	ตอบ
															สนอง
สาย A	0.2316	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.2688	0.2688	0.2768	0.2688	0.2462	0.2462	0.2914	0.2914	0.2914	0.2768
สาย B	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2025	0.2331	0.1879	0.1733	0.2025	0.2025	0.1587	0.2170	0.2170	0.1879
สาย C	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.2622	0.2477	0.2477	0.2025	0.2462	0.2331	0.2768	0.2622	0.2477
สาย D	0.2316	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2477	0.2768	0.2170	0.2170	0.2316	0.2170	0.2914	0.2316	0.2170
สาย E	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2688	0.2462	0.2914	0.2622	0.2542	0.2542	0.2542	0.2542	0.2251	0.2251	0.2025
สาย F	0.1587	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.1507	0.1587	0.1587	0.1587	0.2025	0.1507	0.1879	0.1879	0.1587
สาย G	0.1587	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.1587	0.2025	0.2025	0.1879	0.2316	0.2025	0.1879	0.2025	0.1587
สาย H	0.1733	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.1733	0.1733	0.2025	0.1733	0.2316	0.2025	0.2170	0.2025	0.1587
สาย I	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2170	0.1587	0.1587	0.2462	0.1587	0.2462	0.2462	0.1879

จากตารางที่ 18 แสดงผลของผลการคำนวณเกณฑ์ปัจจัยรองของแต่ละสายเรือ จากการแทนค่าระดับความสำคัญแทนค่าน้ำหนักของการคำนวณปัจจัยรองของแต่ละสายเรือ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะได้ค่าเกณฑ์ความสำคัญของแต่ละปัจจัยรอง ซึ่งจะต้องนำไปใช้ในการคำนวณขั้นต่อไป

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 19 ผลการคำนวณเกณฑ์ปัจจัยรองของแต่ละสายเรือ โดยภาพรวมทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัยรอง	ราคา	การเงิน	ที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	ชื่อเสียง	นำเชือถือ	สะดวก	คุณภาพ	พัฒนา	KPI	ยึดมั่น	IT	ประสาน	บริการ	ตอบ
													งาน		สนอง
น้ำหนัก	0.0380	0.0152	0.0055	0.0093	0.0234	0.0599	0.2027	0.2035	0.1176	0.0414	0.0139	0.0496	0.0849	0.0775	0.0578
สาย A	0.2316	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.2688	0.2688	0.2768	0.2688	0.2462	0.2462	0.2914	0.2914	0.2914	0.2768
สาย B	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2025	0.2331	0.1879	0.1733	0.2025	0.2025	0.1587	0.2170	0.2170	0.1879
สาย C	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.2622	0.2477	0.2477	0.2025	0.2462	0.2331	0.2768	0.2622	0.2477
สาย D	0.2316	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2477	0.2768	0.2170	0.2170	0.2316	0.2170	0.2914	0.2316	0.2170
สาย E	0.2316	0.2462	0.2462	0.2462	0.2688	0.2462	0.2914	0.2622	0.2542	0.2542	0.2542	0.2542	0.2251	0.2251	0.2025
สาย F	0.1587	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.1507	0.1587	0.1587	0.1587	0.2025	0.1507	0.1879	0.1879	0.1587
สาย G	0.1587	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.1587	0.2025	0.2025	0.1879	0.2316	0.2025	0.1879	0.2025	0.1587
สาย H	0.1879	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.1733	0.1733	0.2025	0.1733	0.2316	0.2025	0.2170	0.2025	0.1587
สาย I	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2170	0.1587	0.1587	0.2462	0.1587	0.2462	0.2462	0.1879
สาย J	0.2052	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2462	0.2316	0.2462	0.1733	0.1733	0.2462	0.1587	0.2462	0.2462	0.2025

จากตารางที่ 19 แสดงผลการคำนวณเกณฑ์ปัจจัยรองของแต่ละสายเรือ โดยภาพรวม ทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย โดยที่นำค่าที่ได้จากการแทนค่าระดับระดับที่ใช้ในการ ประเมินสายเรือในแต่ละเกณฑ์ปัจจัยรอง มาคูณกับค่าเฉลี่ยปัจจัยรอง 15 ปัจจัย เพื่อให้ได้ค่าผลรวม ของน้ำหนักปัจจัยรองโดยภาพรวมของแต่ละสายเรือ เพื่อนำไปจัดลำดับการประเมินสายเรือต่อไป

ตารางที่ 20 สรุปการคำนวณการจัดลำดับสายเรือโดยภาพรวมทั้งบริษัทผู้ผลิตและบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ปัจจัย	ราคา	การเงิน	ที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	ข้อเสีย	น้ำเชื้อ	สะดวก	คุณภาพ	พัฒนา	KPI	ยึดมั่น	IT		บริการ	ตอบ	ผลรวม	อันดับที่
												งาน	สนอง				
สาย A	0.0088	0.0037	0.0014	0.0021	0.0058	0.0161	0.0545	0.0563	0.0316	0.0102	0.0034	0.0145	0.0247	0.0226	0.0160	0.2717	1
สาย B	0.0093	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0121	0.0472	0.0382	0.0204	0.0084	0.0028	0.0079	0.0184	0.0168	0.0109	0.2056	7
สาย C	0.0093	0.0037	0.0014	0.0023	0.0054	0.0148	0.0532	0.0504	0.0291	0.0084	0.0034	0.0116	0.0235	0.0203	0.0143	0.2510	3
สาย D	0.0088	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0148	0.0502	0.0563	0.0255	0.0090	0.0032	0.0108	0.0247	0.0180	0.0125	0.2469	4
สาย E	0.0088	0.0037	0.0014	0.0023	0.0063	0.0148	0.0591	0.0534	0.0299	0.0105	0.0035	0.0126	0.0191	0.0174	0.0117	0.2544	2
สาย F	0.0060	0.0037	0.0014	0.0023	0.0054	0.0148	0.0305	0.0323	0.0187	0.0066	0.0028	0.0075	0.0159	0.0146	0.0092	0.1716	10
สาย G	0.0060	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0139	0.0322	0.0412	0.0238	0.0078	0.0032	0.0100	0.0159	0.0157	0.0092	0.1920	9
สาย H	0.0071	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0148	0.0351	0.0353	0.0238	0.0072	0.0032	0.0100	0.0184	0.0157	0.0092	0.1929	8
สาย I	0.0093	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0148	0.0469	0.0442	0.0187	0.0066	0.0034	0.0079	0.0209	0.0191	0.0109	0.2157	6
สาย J	0.0078	0.0037	0.0014	0.0023	0.0058	0.0148	0.0469	0.0501	0.0204	0.0072	0.0034	0.0079	0.0209	0.0191	0.0117	0.2232	5

ผลการศึกษาการจัดลำดับสายเรื่อนั้น สามารถจัดอันดับจากค่าของผลรวมที่ได้ของแต่ละสายเรือ ได้ดังนี้คือ

อันดับที่ 1 สายเรือ A

อันดับที่ 2 สายเรือ E

อันดับที่ 3 สายเรือ C

อันดับที่ 4 สายเรือ D

อันดับที่ 5 สายเรือ J

อันดับที่ 6 สายเรือ I

อันดับที่ 7 สายเรือ B

อันดับที่ 8 สายเรือ H

อันดับที่ 9 สายเรือ G

อันดับที่ 10 สายเรือ F

กล่าวโดยสรุปได้ว่าผลของการจัดลำดับความคัดเลือกมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจเนื่องมาจากความแตกต่างของจำนวนสินค้า ภูมิประเทศ หรือปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพราะสายเรือแต่ละสายนั้นต่างก็มีการบริการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสายเรื่อนั้นๆ ซึ่งแต่ละพื้นที่ก็ต้องเลือกสายเรือที่มีประสิทธิภาพและการให้บริการที่เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของตนเอง

เมื่อทำการพิจารณาแยกออกเป็น 4 กรณี (โดยภาพรวม ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศฮ่องกง) จะได้ผลการประเมินสายเรือดังนี้

ตารางที่ 21 ผลการประเมินสายเรือ โดยแยกเป็นแบบภาพรวม ประเทศไทย ประเทศจีน และ
ประเทศฮ่องกง

สายเรือ	น้ำหนัก							
	ภาพรวม	อันดับที่	ไทย	อันดับที่	จีน	อันดับที่	ฮ่องกง	อันดับที่
A	0.2717	1	0.3382	2	0.2462	1	0.2326	2
B	0.2056	7	0.2473	4	0.1849	9	0.1825	8
C	0.2510	3	0.3566	1	0.2102	5	0.1908	7
D	0.2469	4	0.3115	3	0.2295	2	0.1991	6
E	0.2544	2	0.2062	7	0.2291	3	0.3269	1
F	0.1716	10	0.1619	9	0.1790	10	0.1770	9
G	0.1920	9	0.2094	6	0.1972	7	0.1739	10
H	0.1929	8	0.1854	8	0.1936	8	0.2033	5
I	0.2157	6	0.2206	5	0.2074	6	0.2169	4
J	0.2232	5	0.2206	5	0.2218	4	0.2288	3

ผลสรุปของการประเมินสายเรือของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายนั้น ทั้งโดยภาพรวมและแยกตามประเทศแล้วนั้น มีความแตกต่างกันบ้างพอสมควร โดยที่ประเทศไทยมีการประเมินสายเรือแตกต่างกับประเทศอื่น ๆ ในช่วงอันดับต้น ๆ ซึ่งอาจจะเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น สายเรือ C ที่ได้อันดับหนึ่ง อาจจะมีการให้บริการที่ดี เช่น เส้นทางเดินเรือที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าของประเทศไทย มากกว่ากลุ่มลูกค้าของจีนและฮ่องกง หรือว่าสายเรือ E อาจจะมีการให้บริการที่เหมาะสมกับกลุ่มประเทศจีนและฮ่องกงมากกว่าประเทศไทย เป็นต้น ส่วนผลการประเมินของประเทศจีนและฮ่องกง มีความใกล้เคียงกันมาก เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าที่ใกล้เคียงกัน และมีประมาณการส่งออกสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่าผลของการประเมินสายเรือของกลุ่มตัวอย่างบริษัทผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกในเครือบริษัทเอโอเอ็ม กรุ๊ป ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ทั้งโดยภาพรวมหรือแยกเป็นแต่ละประเทศนั้น ทำให้ผลของการประเมินสายเรือมีความแตกต่างกันบ้าง เนื่องจากความแตกต่างของจำนวนสินค้าและพื้นฐานทางการส่งออกสินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่คนละตลาด เนื่องจากบริษัทแม่มีการขยายตลาดส่งออก จึงทำให้ในแต่ละประเทศจะไม่มีลูกค้าในกลุ่มเดียวกัน เพื่อป้องกันปัญหาด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ปัญหามิประเทศ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งขึ้นอยู่กับสายเรือแต่ละสายนั้นต่างก็มีการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละพื้นที่ก็ต้องเลือกสายเรือที่มีประสิทธิภาพและการให้บริการที่เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของตนเอง ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงต้องคัดเลือกสายเรือที่ให้บริการที่เหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการของตนเองให้มากที่สุด

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University