

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การเพิ่มจำนวนลูกค้าในการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการใช้บริการการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มของลูกค้าหลังการนำกลยุทธ์การจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี มาใช้
3. เพื่อเป็นแนวทางการนำกลยุทธ์สำหรับการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล

โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่องความต้องการในการเข้าใช้บริการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยการส่งแบบสอบถามไปยังลูกค้าจำนวน 137 ราย และได้แบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 126 ราย คิดเฉลี่ยเป็นร้อยละ 91.98 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 137 ชุด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้ตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ เพื่อพรรณนาลักษณะข้อมูลทั่วไป ความต้องการรวบรวมปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ลูกค้าเก่า จำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นลูกค้าที่มียอดการจองระหว่างสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เพื่อทราบเหตุผลการใช้บริการ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการจองระหว่างสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเรือ จำนวน 4 สายการบินเรือ รวมทั้งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อนำมาคิดค้นเป็นกลยุทธ์ และได้เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของสายการบินเรือและลูกค้าเมื่อต้องการใช้บริการจองระหว่างสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นจำนวน 3 กลยุทธ์ได้นำกลับไปใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเดิมอีกครั้งหนึ่ง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกกลยุทธ์ที่ 2 มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.47 โดยมีสาเหตุจากต้องการที่ว่าง บนระวางเรือและต้องการตู้สินค้าแน่นอนเพื่อรับรองการมีที่ว่างบนระวางเรือ และตู้สินค้า เนื่องจากปัจจุบันสายการบินเรือมีการย้ายเรือบ่อย และไม่ได้แจ้ง

ล่วงหน้า ทำให้ผู้สินค้าถึงปลายทางช้ากว่าที่กำหนดไว้ทำให้ลูกค้าบางรายต้องเสียค่าปรับต่อผู้ซื้อสินค้า ซึ่งบางครั้งมากจนเท่า ๆ กับราคาสินค้าเลยทีเดียว สำหรับปัญหาผู้สินค้า ถ้าไม่มีการรับประกันความเพียงพอ บางครั้งการมีที่ว่าง บนระวางเรือก็ไม่สามารถช่วยได้ เพราะผู้สินค้าไม่มีแต่มีที่ว่างบนระวางเรือไปก็เปล่าประโยชน์

รองลงมาคือ กลยุทธ์ที่ 1 มีจำนวนทั้งสิ้น 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.13 โดยมีสาเหตุจากต้องการเวลาให้บริการเพิ่มขึ้นเพราะมีเวลาปิดทำการช้ากว่าสายการบินเรือ ต้องการความรวดเร็วในการทำงานเพื่อจะสามารถแข่งขันได้กับคู่แข่ง (กรณีของตัวแทนขนส่งสินค้า) และต้องการประสานงานไม่ให้ค้างข้ามวัน รวมทั้งกลุ่มลูกค้าบางรายต้องการเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัทเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ นำเข้ามาร่วมใช้กับกลยุทธ์นี้ พร้อมทั้งลูกค้าต้องการบริการที่รวดเร็ว ในเวลาที่ยืดหยุ่นได้ ซึ่งลูกค้าที่ขาดสภาพคล่องสามารถยอมรับสภาพได้ เป็นข้อดีสำหรับลูกค้าที่เปิดบริการไม่นาน ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าที่เป็นตัวแทนขนส่งสินค้ารายเล็ก ๆ สนใจมาก

และสุดท้ายเลือกกลยุทธ์ที่ 3 มีจำนวนทั้งสิ้น 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.40 โดยมีสาเหตุจากลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนสินค้าที่ผลิตและต้องส่งออกมากต้องมีที่เก็บสินค้า (Inventory) เช่น สินค้าทางการเกษตร เช่น แป้งมัน น้ำตาลทราย หรือสำหรับลูกค้าที่มีความสามารถผลิตสินค้าได้คราวละมาก ๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ เม็ดพลาสติก เมื่อมีการส่งออกมากจะต้องใช้พื้นที่วางสินค้าในโรงงานของตน การมีระยะเวลาการบรรจุและทยอยการส่งผู้สินค้าขึ้นออกคราวละมาก ๆ ทำให้ไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม รวมทั้งสนใจการได้ลดค่าใบตราส่ง (Bill of lading) ในกรณีที่แยกใบตราส่งต่อผู้สินค้า สามารถลดค่าใช้จ่ายได้อย่างมาก

โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 126 ราย ที่ตอบแบบสอบถามว่าสนใจใช้บริการของระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 89 ราย จากการตอบแบบสอบถามชุดที่ 1 เมื่อได้ตอบแบบสอบถามชุดที่ 4 โดยนำกลยุทธ์มาใช้ควบคู่กันไป ตอบแบบสอบถามว่ามีความมั่นใจให้บริการของระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจให้บริการเพิ่มขึ้นมีจำนวนทั้งสิ้น 112 ราย โดยสามารถแยกระดับได้ดังนี้ ใช้บริการทุกครั้ง จำนวน 22 ราย ใช้บริการมาก จำนวน 35 ราย ใช้บริการปานกลางจำนวน 32 ราย ใช้บริการน้อย จำนวน 15 ราย และใช้บริการน้อยที่สุด จำนวน 8 ราย ทั้งนี้เป็นการยืนยันการตอบรับความมั่นใจให้บริการอีกครั้งหนึ่ง จากลูกค้าโดยสายการบินเรือสามารถนำระดับความมั่นใจให้บริการนี้ไปเตรียมความพร้อมของตนเองเพื่อรองรับการบริการที่เพิ่มขึ้นให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้และยังสามารถคาดการณ์ตัวเลขการเข้าใช้บริการของลูกค้าที่ตอบคำถามได้อีกด้วย

สรุปว่า การนำกลยุทธ์ทั้ง 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การขยายเวลาให้บริการ การให้เครดิตกับลูกค้า ตอบกลับการจองระวางสินค้าอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์ที่ 2 มีที่ว่างบนระวางเรือ

แน่นอนและการให้บริการสู่สินค้าที่สะอาดเพียงพอต่อความต้องการ และกลยุทธ์ที่ 3 การขยายตำแหน่งเหนือผู้และการลดราคาค่าใบตราส่ง เข้ามาใช้ในการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลูกค้าสนใจและต้องการเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

สำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามไม่สนใจ ในแบบสอบถามชุดที่ 1 และชุดที่ 4 แล้วยังตอบแบบสอบถามว่าไม่ต้องการใช้บริการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน 11 ราย มีเหตุผลดังนี้

1. เป็นลูกค้าที่อยู่ในระดับที่สำคัญ (VIP) ไม่สามารถโน้มน้าวได้เนื่องจากได้อภิสิทธิ์มากอยู่แล้ว เช่น ใช้ E-Mail ได้ตอบกับทางพนักงานที่ได้รับมอบหมายเป็นกรณีพิเศษ เป็นซึ่งจะได้รับการตอบกลับการจอร์วางสินค้ารวดเร็ว ได้รับสิทธิค่าเหนือผู้มากกว่า 10 วันอยู่แล้ว มีจำนวน 6 ราย

2. ไม่มีระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ มีจำนวน 3 ราย

3. เป็นบริษัทที่มีบริษัทแม่อยู่ที่ต่างประเทศ และเป็นผู้ตัดสินใจ ดังนั้น บริษัทลูกที่เป็นเครือข่าย ไม่สามารถตัดสินใจได้ เนื่องจากข้อมูลค่อนข้างเป็นความลับมาก มีจำนวน 2 ราย นอกจากนี้ยังมีอีกหลายวิธีที่นอกเหนือจากการนำกลยุทธ์มาใช้แล้วสิ่งเหล่านี้มักจะถูกมองข้ามซึ่งอยู่ภายในองค์กรเองโดยจะช่วยให้การจอร์วางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์นิยมแพร่หลายมากและไม่ต้องเพิ่มต้นทุนอีกด้วย เช่น

1. การเอาใจใส่ลูกค้า การดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง การเข้าไปสอบถามถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ลูกค้าพบ เช่น การตั้งศูนย์บริการลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด โดยจัดการฝึกอบรมทันที

2. ให้การรับประกันความลับ จากข้อมูลที่ได้มา ความปลอดภัยของข้อมูลที่ถูกค้านำมาให้เป็นความลับอย่างสูงเนื่องจากการแข่งขันมีมาก เพราะการขยายตัวจอร์วางกับลูกค้ารายเดียวกันมักพบกันบ่อย ขึ้นันว่าต้องไม่มีการขายทับเส้นทางกันเอง

3. การดูแลลูกค้าเก่าที่ใช้บริการอยู่เดิม ให้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสามารถเพิ่มจำนวนการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น

4. การพัฒนาเว็บไซต์ให้ใช้ง่าย และคุ้นเคย ง่ายต่อการใช้งาน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น Freight Forwarder จึงไม่สามารถได้ข้อมูลที่ลึกได้ เช่น ชนิดของสินค้าหรือเส้นทางการขนส่ง สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปสามารถเก็บข้อมูลได้จากลูกค้าที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรงจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น

2. ปัจจุบันหลังจากการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ถูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่สามารถควบคุมการแก้ไขรายละเอียดการจอร์วางสินค้าได้ ถ้าสามารถควบคุมได้ในอนาคตก็จะทำให้งานวิจัยครั้งต่อไปมีความแม่นยำมากขึ้น โดยมีสาเหตุดังนี้

2.1 มีการแก้ไขการจอร์วางเดิม เช่น เปลี่ยนวันลากตู้ เปลี่ยนเมืองปลายทาง เลื่อนเรือลดตู้สินค้า เพิ่มตู้สินค้า แยกตู้สินค้าจากหมายเลขอ้างอิงเดิม แยกสถานที่การคืนตู้สินค้าเนื่องจากไปไม่ทันกำหนดเวลา

2.2 ค่าใช้จ่ายผิด เกิดจากลูกค้าบอกสินค้าผิดชนิด หรือบอกเลขที่สัญญาผิด

2.3 บรรจุสินค้าไม่ได้ เกิดจาก ลูกค้าติดต่อที่ลานบรรจุสินค้าหรือขนาดของตู้สินค้าไม่ตรงกับการจอร์วางเรือในครั้งแรก หมายเลขอ้างอิงผิดเพี้ยนไป หรือไปก่อน หรือหลังกำหนดเวลา โดยไม่ทำการแจ้งล่วงหน้า สินค้ามาไม่ครบ สินค้ามาเกินกำหนด

2.4 ลากตู้ไม่ได้ เกิดจากหัวลากไม่มีข้อมูลการขอลากตู้สินค้าออกจากสถานที่ปล่อยตู้สินค้า หมายเลขอ้างอิงผิดเพี้ยนไป หรือไปก่อนหรือหลังกำหนดเวลา โดยไม่ทำการแจ้งล่วงหน้า

2.5 คืนตู้ไม่ได้ เกิดจาก ลูกค้าติดต่อหมายเลขอ้างอิงผิดเพี้ยนไป หรือไปก่อนหรือหลังกำหนดเวลาที่สามารถคืนตู้สินค้าได้ เรือในระบบไม่ตรงกับใบกำกับตู้สินค้า นำเบอร์ตู้ไปสลับหมายเลขอ้างอิงโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า

2.6 ขกเลิกการจอร์วาง เกิดจากเกิดการยกเลิกคำสั่งซื้อกระทันหัน ของตู้สินค้าไว้ล่วงหน้าโดยยังไม่มีสินค้า ขั้วสายการเดินเรือ เลื่อนการส่งออกไปโดยไม่มีกำหนด

3. สำหรับสายการเดินเรือเองก็จำเป็นต้องมีการโทรศัพท์ออกหาลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาภายในองค์กร ถ้าสามารถควบคุมได้ในอนาคตก็จะทำให้งานวิจัยครั้งต่อไปมีความแม่นยำมากขึ้น ปัญหาต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

3.1 ตารางเรือเลื่อนเข้า – ออก เกิดจากเรือเดินทางเร็วหรือช้ากว่ากำหนด ทำให้จะต้องรับแจ้งลูกค้าทุกรายที่ใช้เรือลำนั้นในการขนส่งสินค้า เพื่อให้ตรงกับเลขที่ใบขนของลูกค้านำเข้าอ้างอิงกับศุลกากร

3.2 เรือเต็มต้องย้ายเรือ เมื่อเกิดการลดลงของพื้นที่บนระวางเรือกะทันหัน จะต้องเปลี่ยนแปลงกับลูกค้าทันที เพื่อการเดินเอกสารส่งออกให้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง

3.3 รายละเอียดการจอร์วางไม่ครบ เกิดจากลูกค้ายังไม่เข้าใจการกรอกข้อมูลที่ต้องจึงต้องโทรศัพท์กลับไปอธิบายขั้นตอนอยู่เสมอ

3.4 เปลี่ยนชื่อเรือ มักเกิดจากเรือเสียกะทันหัน ไม่มีความสามารถเดินทางได้ตามกำหนด เวลาเข้าออก หรือเรือจำกัดน้ำหนักไม่สามารถขนตู้สินค้าได้เพิ่มอีกต่อไป การเปลี่ยนเรือจึงเป็นวิถีทางที่ดีที่สุด