

ปัญหาและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทย กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Problems and Behavior of Using International Goods and Parcels Service Delivery Between Thailand
and Lao People's Democratic Republic

วรรณสิทธิ์ สุวรรณ¹ ธเนศ วัฒนกุล² มานิตย์ ฝัฒขาว และ John Murphy⁴
Wanasith Suwan¹ Thanet Wattanakul² Manit Phiukhao³ John Murphy⁴

Received : March 7, 2023 / Revised : November 19, 2023 / Accepted : December 20, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อทราบพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อทราบปัญหาในการใช้บริการ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาความแตกต่างของปัญหาระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่า ปัญหาการไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าและพัสดุที่อยู่ระหว่างขนส่ง ปัญหาสินค้าและพัสดุชำรุดเสียหาย ปัญหาการไม่สามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินที่ถือครอง และปัญหาการได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน ต่างกัน ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งเพิ่มกระบวนการให้บริการ คือ 1) เพิ่มเติมและปรับปรุงระบบติดตามการจัดส่งแบบเรียลไทม์แก่ผู้ใช้บริการ 2) เสนอตัวเลือกการสั่งซื้อโดยตรงผ่านหลายแพลตฟอร์มเพื่อให้กระบวนการสั่งซื้อและจัดส่งสะดวกยิ่งขึ้น 3) ใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นซึ่งตอบสนองต่อความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อลดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ 4) ปรับปรุงคุณภาพของบริการเพื่อลดความเสียหายและการสูญเสียของสินค้าและพัสดุ 5) เพิ่มช่องทางและรูปแบบการชำระเงินเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถชำระเงินได้ง่ายขึ้น และลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน 6) เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้ใช้ที่แตกต่างกัน (B2B, B2C และ C2C) ผู้ประกอบการควรมีกระบวนการให้บริการแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

คำสำคัญ: ผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการ การขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสปป. ลาว

¹ นักศึกษาสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Email: wansithway@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Email: thanet@kku.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Email: manitph@kku.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Email: jnmjmlatbush@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is 1) to understand the behavior of using international Delivery and postal services between Thailand and the Lao People's Democratic Republic, 2) to identify the problems in the use of services, 3) to examine the relationship between the problems in service usage of B2B, B2C, and C2C user groups. The data will be analyzed using average, percentage and the Chi-Square Test. The data will be collected from a sample group of 250 samples.

The study results indicate differences in issues among user groups. It was found that problems such as the inability to track the status of products and parcels during transportation, issues with damaged or lost goods, difficulties in making payments with the preferred currency, and impacts from exchange rate fluctuations vary among users. Based on research findings, users of the transportation service require the following improvements from the service providers: 1) Enhance delivery tracking systems to provide real-time information to customers, so they can easily track the status of their deliveries. 2) Offer direct ordering options through multiple platforms to make the process more convenient for customers. 3) Adopt flexible pricing policies that are responsive to exchange rate fluctuations to minimize the impact on customers. 4) Improve the quality of services to minimize the damage and loss of goods. 5) Making it easier for customers to make payments and minimize the impact of exchange rate fluctuations. 6) Offer different solutions for different user groups (B2B, B2C, and C2C) to address their unique needs and requirements.

Keywords: Users, Service Provider, International Delivery and Postal Services between Thailand and the Lao PDR.

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้การค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวมากขึ้น โดยแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่นิยมในประเทศสมาชิกอาเซียน สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือแพลตฟอร์มที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งภูมิภาค และแพลตฟอร์มท้องถิ่นที่ให้บริการเฉพาะในแต่ละประเทศ สำหรับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและโครงข่าย Internet ตลอดจนการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone ที่ทำให้ผู้คนเข้าถึงสิ่งใหม่ ๆ ได้ง่ายประกอบกับความสะดวกสบายในการใช้เทคโนโลยี สมัยใหม่ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการใช้สื่อ Social media สำหรับการแชร์ Lifestyle การดำเนินชีวิตจนเป็นช่องทางหนึ่งที่ร้านค้าต่าง ๆ ใน สปป.ลาว เล็งเห็นและเริ่มใช้เป็นช่องทางการตลาด ในการประชาสัมพันธ์ร้านค้า จนเริ่มเป็นการค้าออนไลน์ที่สร้างมูลค่าให้กับร้านค้าจำนวนมาก ประกอบกับรัฐบาลลาวยังไม่มีกฎหมายเก็บภาษีสำหรับการค้าออนไลน์จึงเป็นผลดีกับผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในสปป.ลาว (บทสรุปผู้บริหาร, ข้อมูลการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2563) ขณะเดียวกันการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross Border e-Commerce) ระหว่างไทยและ สปป.ลาว มีปริมาณเพิ่มขึ้นเนื่องจาก 2 ปัจจัยที่สำคัญ ปัจจัยแรกคือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้รัฐบาลไทยและสปป.ลาว ต้องออกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โดยการปิดประเทศควบคุมการเดินทางเข้า-ออกของประชากร ปัจจัยที่สอง คือ ธรรมเนียมการบริโภคของคนลาวที่นิยมบริโภคสินค้าไทย ประกอบกับการได้รับอิทธิพลจากสื่อทำให้สินค้าไทยเข้าถึงคนลาวได้ง่าย โดยในปัจจุบัน สปป.ลาว ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการค้าออนไลน์จึงยังไม่มี Online Platform ยอดนิยมมากนักและในอนาคตอันใกล้คาดว่าจะมีผู้สนใจเริ่มพัฒนา Online Platform ที่เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของคนลาว ซึ่งจะเป็นช่องทางการค้ารูปแบบของร้านค้าออนไลน์ที่เติบโตขึ้น จนนำไปสู่การพัฒนา Platform ที่มีมาตรฐานซึ่งนั่นจะเป็นโอกาสไปสู่การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2563. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

เมื่อการค้าออนไลน์เข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน กระบวนการขนส่งสินค้าหรือการส่งมอบสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจำเป็นต้องใช้โลจิสติกส์เป็นพาร์ทเนอร์ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีเครื่องมือและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ กระบวนการขนส่งสินค้า แต่ก็ยังพบปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า อาทิ สินค้าเกิดสูญหายระหว่างการส่งมอบ สินค้าเกิดความเสียหายไม่อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ สินค้าส่งผิด จุดหมายปลายทาง ไม่สามารถติดตามสินค้าที่อยู่ระหว่างขนส่งได้ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ซื้อและผู้ขาย ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ คือ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพ ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบโลจิสติกส์ส่งผลให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงานและมีเสถียรภาพมากขึ้นการนำ

logistics Platform เข้ามาช่วยให้อุปกรณ์สามารถเปรียบเทียบประสิทธิภาพและเลือกผู้ให้บริการขนส่งได้อย่างเหมาะสม แม้ปัจจุบันจะมีอุปสรรคสำคัญ คือ ช่องทางการชำระเงินที่มีอย่างจำกัด เนื่องจากประชาชนส่วนมากไม่สามารถชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เพราะไม่มีบัญชีเงินฝากหรือบัตรเครดิต ทำให้การเก็บเงินปลายทางได้รับความนิยมสูงสุด โดยมี Facebook เป็นแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญในการทำการขายผ่านรูปแบบไลฟ์สดโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาช่วยประชาสัมพันธ์การขายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (กรกวิฑ์ ชุณหะวัณ, 2562)

จากข้อจำกัดดังกล่าวจึงเป็นช่องว่างที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจบริการขนส่งแบบถึงมือผู้รับ (Door to Door Service) เข้ามามีบทบาทเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้การที่ผู้ขายสินค้าหลายรายเริ่มทำกลยุทธ์การตลาดด้วยการขายสินค้าพร้อมฟังก์ชันการให้บริการส่งสินค้าถึงมือผู้รับ เพื่อเป็นจุดขายแก่ลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายล้วนมีส่วนช่วยให้ธุรกิจดังกล่าวมีแนวโน้มเติบโตและเป็นโอกาสที่น่าสนใจของผู้ประกอบการไทย อาทิ ผู้ประกอบการขนส่งอาจขยายขอบเขตการให้บริการครอบคลุมไปจนถึงการขนส่งสินค้าถึงมือผู้รับขณะที่ผู้ส่งออกไทยก็ควรคำนึงถึงไลฟ์สไตล์ของชาวลาวที่เริ่มให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการรับสินค้าจึงอาจทำโปรโมชั่นฟังก์ชันการให้บริการขนส่งถึงมือผู้รับเพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นยอดขาย

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้มีความสนใจในการศึกษา ปัญหาและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในอุตสาหกรรมขนส่ง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัทขนส่งและเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งนำไปสู่การวางกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในการส่งมอบพัสดุให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนขยายบริการให้ครบวงจร อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจ และยังเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับหน่วยงานภาครัฐไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อใช้ในการออกนโยบาย การปรับปรุงรูปแบบการขนย้ายสินค้าและการปรับปรุงกฎระเบียบวิธีการทางศุลกากร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อทราบปัญหาในการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การเลือกใช้ และการประเมินผลในสินค้าหรือบริการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ โดยคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ๆ ได้โดยการแสดงออกเหล่านี้เกิดจากการมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นมากระตุ้นให้เกิดความต้องการจากนั้นจะความต้องการจะถูกป้อนเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิด ซึ่งมีอิทธิพลให้เกิดการตอบสนองหรือเกิดการตัดสินใจ โดยเรียกตัวแบบนี้ว่า สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ “อีคอมเมิร์ซ” หรือ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ย่อมาจาก Electronic Commerce เป็นการทำธุรกรรม ทางเศรษฐกิจที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการการโฆษณาสินค้า การโอนเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ หรือเป็นดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2542)

3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation)

ค่านาย อภิปรีญาสกุล (2546) ได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่ง การพัฒนาการขนส่งนั้นมุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และประสิทธิภาพมากที่สุด นำมาซึ่งการใช้ระยะเวลาในการขนส่งสินค้า ซึ่งตามหลักของการขนส่ง แล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้ ความรวดเร็ว (Speed) การประหยัด (Economy) ความปลอดภัย (Safety) ความสะดวกสบาย/ความพร้อมของยานพาหนะและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการขนส่ง (Comfortable) 5. ความตรงต่อเวลา (Punctuality)

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสามารถจำแนกและจัดกลุ่มปัญหาออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ปัญหาจากการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่ พักส่งผิดจุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับ นาฎยา โพธิมาภูณ และ อรไท ชั่วเจริญ (2556) การไม่สามารถติดตามสินค้าที่อยู่ระหว่างขนส่งได้ สอดคล้องกับ กัลยกร เทียนชัย และ สุชาติณี สุศิวัช (2564) สินค้าและพัสดุของท่านชำรุดเสียหาย ไม่ได้รับสินค้าและพัสดุตามระยะเวลาที่กำหนด ปัญหาจากการให้บริการของพนักงาน สอดคล้องกับ ปริญานูх ศิริไพบุลย์ทรัพย์, (2560)

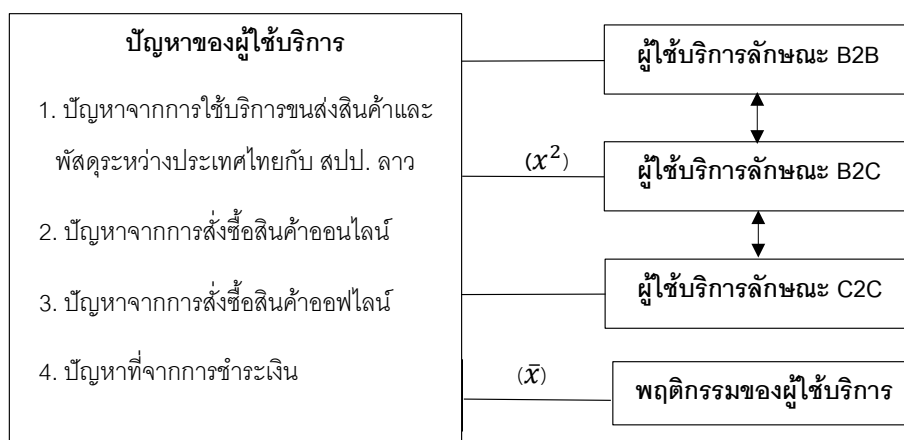
2. ปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าออฟไลน์ (Offline) ได้แก่ การไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ท่านต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ผู้ขายสินค้าส่งสินค้าไม่ครบถ้วน ส่งสินค้าไม่ตรงคุณสมบัติ หรือไม่ส่งสินค้าให้ท่าน ผู้ขายสินค้าไม่รับประกันสินค้าผู้ขายสินค้าไม่มีบริการหลังการขาย สอดคล้องกับ กาญจนา โชคถาวร (2544)

3. ปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (Online) ได้แก่ การไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจาก Platform Online ที่ท่านต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ส่งสินค้าไม่ครบถ้วน ส่งสินค้าไม่ตรง

คุณสมบัติ หรือไม่ส่งสินค้าให้ท่าน ผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ไม่รับประกันสินค้า ผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ไม่มีบริการหลังการขาย สอดคล้องกับ กนิดา วงศ์อ้วนฤมล (2563)

4. ปัญหาจากการชำระเงิน ได้แก่ ไม่สามารถชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ไม่สามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินของท่านได้ ได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน สอดคล้องกับ ดวงสมร ดวงแก้ว (2550), วีรณัฐ ธรรมศักดิ์ (2564) และ กาญจนา โชคถาวร (2544)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม 1 ชุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นลักษณะคำถามปลายปิด ประกอบด้วย 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นลักษณะคำถามปลายปิด ประกอบด้วย (1) ประเภทของธุรกิจที่ทำในปัจจุบัน (2)

วิธีการสั่งซื้อสินค้าและพัสดุจากประเทศไทย ลาว (3) ผู้ให้บริการขนส่งที่เลือกใช้บริการในปัจจุบัน (4) รูปแบบบริการขนส่งที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน (5) ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า (6) ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้า (7) ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับ – ส่งสินค้าและพัสดุในแต่ละครั้ง (9) ปริมาณของสินค้าในการส่งแต่ละครั้ง (10) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการขนส่งสินค้า

ส่วนที่ 3 การคัดเลือกประเด็นปัญหา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการเลือกปัญหาโดยสามารถแบ่งประเด็นปัญหา ดังนี้ ด้านที่ 1 ปัญหาจากการใช้บริการขนส่งสินค้าพัสดุนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านที่ 2 ปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์ และแบบออนไลน์ ด้านที่ 3 ปัญหาจากการชำระเงิน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากการสอบถามผู้ประกอบการขนส่งสินค้าและพัสดุนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในจังหวัดหนองคาย ได้แก่ หจก. 5ป. ขนส่ง หจก. ด่วนหนองคาย บริษัท โอแอนดีโอเทรตติ้ง จำกัด และรุ่งอรุณขนส่ง พบว่า สัดส่วนผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคใน สปป.ลาว ประมาณ 80% และจำนวนผู้ใช้บริการที่ส่งสินค้าจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวไปยังประเทศไทย ประมาณ 20% (ที่มา: จากการสำรวจ) ดังนั้น ผู้วิจัยจะทำการเก็บแบบสอบถามโดยแบ่งตามสัดส่วนผู้ใช้บริการ คือผู้บริโภคในสปป.ลาว ซึ่งเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าหรือส่งพัสดุจากประเทศไทย 80% และผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ที่สั่งซื้อสินค้าหรือส่งพัสดุจากสปป.ลาว 20%

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าพัสดุนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรด้วยการใช้สูตรการคำนวณของในกรณีไม่ทราบขนาดประชากรโดย กำหนดสัดส่วนประชากร 0.2 (Zikmund, 2003, p.427) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณผู้วิจัยจึงจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 245 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลทั้งหมด 250 ตัวอย่างเพื่อความแม่นยำที่มากขึ้น โดยจะใช้การสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการเก็บข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ โดยการสร้างแบบสอบถามบนเว็บไซต์ Google Form และนำ URL ของแบบสอบถามไปกระจายผ่านกลุ่มชุมชน ผู้สั่งซื้อสินค้าระหว่างประเทศไทย - สปป. ลาว และส่งสินค้าไทย-ลาว-ไทย บนเว็บไซต์ Facebook ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้กระจายตัวตรงตามกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่ง โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 **เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2** ปัญหาในการใช้บริการจะทำการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากส่วนที่ 3 มาทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) **เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัญหาในการใช้บริการขนส่ง ระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2)

สมมุติฐานการวิจัย

H_0 : ปัญหาจากการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัญหาจากการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C แตกต่างกัน

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว

สภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56 มีช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 36.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 47.6 ผู้ใช้บริการที่มีภูมิลำเนาในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ร้อยละ 80.4 ส่วนใหญ่อยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ คิดเป็นร้อยละ 52.4 และผู้ใช้บริการที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทย ร้อยละ 19.6 ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดหนองคาย คิดเป็นร้อยละ 6.4

2. พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว

พฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจ (เป็นผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ) คิดเป็นร้อยละ 42.6 เลือกใช้บริการส่งสินค้าที่สำนักงานของผู้ให้บริการ แบบธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 30.7 โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของ เงินูช ขนส่ง ร้อยละ 20.6 ความถี่ในการใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.2 เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีระยะเวลาในการรอรับ – ส่ง สินค้าและพัสดุ 3-4 วัน ร้อยละ 49.6 มีปริมาณการส่งสินค้าและพัสดุ 1-5 กล่อง ร้อยละ 34.4 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไม่เกิน 1,000 บาท ต่อเดือนร้อยละ 41.6

3. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ด้านประสิทธิภาพการขนส่ง พบมากที่สุดคือ ปัญหาไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าและพัสดุ ที่อยู่ระหว่างขนส่งได้ ร้อยละ 33.9 ด้านวิธีการสั่งซื้อแบบปกติ หรือออฟไลน์ พบมากที่สุดคือ ปัญหาไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ร้อยละ 29.7 ด้านวิธีการสั่งซื้อแบบออนไลน์ พบมากที่สุดคือ ปัญหาไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจาก Platform Online ที่ต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ร้อยละ 26.8 ด้านการชำระเงินของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบมากที่สุดคือ ปัญหาการได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 51.7

4. วิเคราะห์ความแตกต่างของปัญหา ของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ความแตกต่างของปัญหาด้านประสิทธิภาพการขนส่ง ของผู้ใช้บริการที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

Delivery Efficiency Issues			
Pearson Chi-Square	Value	df	Asymp. Sig.
Delivering goods and parcels to the wrong destination	2.194	2	0.334
Tracking the status of goods and parcels in transit	10.076	2	0.006
Damaged or lost goods and parcels	11.800	2	0.003
Not receiving within the specified time frame	4.691	2	0.096
Issues with the service provided by transportation personnel	1.590	2	0.452

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าและพัสดุที่อยู่ระหว่างขนส่ง ปัญหาสินค้าและพัสดุชำรุดเสียหาย แตกต่างกัน และพบปัญหาสินค้าและพัสดุส่งผิดจุดหมายปลายทาง ปัญหาการไม่ได้รับสินค้าและพัสดุตามระยะเวลาที่กำหนด ปัญหาจากการให้บริการของพนักงานให้บริการขนส่ง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ความแตกต่างของปัญหาด้านการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์และออฟไลน์ ของผู้ใช้บริการที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

Ordering issues			
Pearson Chi-Square	Value	df	Asymp. Sig.
Unable to order products directly from desired shops	2.179	2	0.336
Seller delivers incomplete or unsuitable products or fails to deliver products	3.328	2	0.189
Seller does not provide product warranty	0.484	2	0.785
Seller does not offer after-sales service	3.364	2	0.186
Unable to order products directly from desired platforms online			
Seller from online platforms delivers incomplete or unsuitable products or fails to deliver products	2.829	2	0.243
Seller from online platforms does not provide product warranty	1.105	2	0.575
Unable to order products directly from desired platforms online	3.495	2	0.174
Sellers on online platforms do not provide after-sales service	1.155	2	0.561

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ปัญหาผู้ขายสินค้า ส่งสินค้าไม่ครบถ้วนส่งสินค้าไม่ตรงคุณสมบัติ หรือไม่ส่งสินค้า ปัญหาผู้ขายสินค้าไม่รับประกันสินค้า และปัญหาผู้ขายสินค้าไม่มีบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าจาก Platform Online ที่ต้องการจะสั่งซื้อได้โดยตรง ปัญหาผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ส่งสินค้าไม่ครบถ้วนส่งสินค้าไม่ตรงคุณสมบัติ หรือไม่ส่งสินค้า ปัญหาผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ไม่รับประกันสินค้า และปัญหาผู้ขายสินค้าจาก Platform Online ไม่มีบริการหลังการขาย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ความแตกต่างของปัญหาด้านการชำระเงิน ของผู้ใช้บริการที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

Problems related to payment			
Pearson Chi-Square	Value	df	Asymp. Sig.
Inability to make online payments	3.050	2	0.218
Inability to make payments with certain currencies	7.547	2	0.023
impact of exchange rates	10.030	2	0.007

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินที่ถือครอง และปัญหาการได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนแตกต่างกัน และพบปัญหาการไม่สามารถชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

การขนส่งระหว่างไทยและ สปป. ลาวมีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากทั้งสองประเทศมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกัน ธุรกิจและผู้บริโภคในทั้งสองประเทศได้รับประโยชน์จากการเชื่อมโยงการขนส่งที่พัฒนาขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการขนส่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ B2B (ธุรกิจกับธุรกิจ), B2C (ธุรกิจกับผู้บริโภค) และ C2C (ผู้บริโภคกับผู้บริโภค) สำหรับการขนส่งแบบ B2B จะอยู่ในรูปแบบการขนส่งสินค้าจากธุรกิจหนึ่งไปยังอีกธุรกิจหนึ่ง การขนส่งประเภทนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าจากไทยและลาว การเชื่อมโยงการขนส่ง ที่พัฒนาขึ้นระหว่างทั้งสองประเทศช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้ได้รับสินค้าได้ง่ายขึ้นในเวลาที่เหมาะสมและประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้การเติบโตของอีคอมเมิร์ซได้สร้างกระแสในการขนส่งแบบ B2B เนื่องจากธุรกิจต่างๆ หันมาใช้บริการขายและการจัดจำหน่ายทางออนไลน์มากขึ้น สำหรับการขนส่งแบบ B2C คือการขนส่งสินค้าจากธุรกิจไปยังผู้บริโภค การขนส่งประเภทนี้เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากการช้อปปิ้งออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้บริโภคในลาวสามารถซื้อสินค้าจากไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้แล้ว และบริษัทขนส่งก็ตอบสนองด้วยการเสนอทางเลือกในการจัดส่งที่รวดเร็วและราคาประหยัดกว่า สิ่งนี้นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนและช่วยให้ธุรกิจในประเทศไทยสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังผู้บริโภคในลาวได้ สำหรับการขนส่งแบบ C2C จะอยู่ในรูปแบบการขนส่งสินค้าจากผู้บริโภครายหนึ่งไปยังอีกรายหนึ่งการขนส่งประเภทนี้มักใช้โดยบุคคลที่ซื้อและขายสินค้าผ่านตลาดออนไลน์ ด้วยการเติบโตของอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดีย การขนส่งสินค้าและพัสดุระหว่างประเทศ ได้กลายเป็นวิธียอดนิยม

สำหรับผู้บริโภคในประเทศไทยและลาวในการซื้อและขายสินค้าระหว่างกัน บริษัทขนส่งได้ตอบสนองต่อความต้องการนี้โดยนำเสนอบริการที่ช่วยให้ ผู้ใช้บริการส่งพัสดุถึงกันได้ง่าย โดยสรุปการเติบโตของการขนส่งสินค้าระหว่างไทยและลาวได้รับแรงผลักดันจากการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและการขนส่งที่เพิ่มขึ้นระหว่างทั้งสองประเทศ ความสัมพันธ์ในการขนส่งสามประเภทหลัก ได้แก่ B2B B2C และ C2C ล้วนมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าระหว่างสองประเทศ สิ่งนี้ได้สร้างโอกาสใหม่ให้กับธุรกิจและผู้บริโภค และช่วยกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและ สปป.ลาว

1. ความแตกต่างของปัญหาด้านประสิทธิภาพการขนส่ง ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

ปัญหาด้านประสิทธิภาพการขนส่ง โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าและพัสดุที่อยู่ระหว่างขนส่ง ปัญหาสินค้าและพัสดุนชำรุดเสียหายแตกต่างกัน กล่าวคือ ปัญหาการไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าและพัสดุที่อยู่ระหว่างขนส่ง ปัญหาสินค้าและพัสดุนชำรุดเสียหาย เป็นปัญหาที่ผู้ให้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C ได้รับผลกระทบไม่เหมือนกัน เนื่องจากผู้ให้บริการลักษณะ B2B และ B2C ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งซื้อสินค้าจากร้านค้า และ Online Platform ที่เปิดให้บริการในประเทศไทย การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายไม่สามารถทำได้โดยสะดวก จึงทำให้ผู้ให้บริการลักษณะ B2B และ B2C ต้องการติดตามสถานะของสินค้าในการส่งสินค้าแต่ละครั้ง ในขณะที่ผู้ให้บริการขนส่งลักษณะ B2B มีพฤติกรรมการรับ-ส่ง สินค้าประเภทเดิมซ้ำ ๆ ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งรับรู้และสามารถให้ความระมัดระวังในกระบวนการขนส่งได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าและพัสดุนชำรุดเสียหายลดลง สำหรับผู้ให้บริการลักษณะ B2C และ C2C ที่ส่งสินค้าแตกต่างกันออกไปในแต่ละครั้ง ทั้งชนิดของสินค้า การบรรจุสินค้า หรือการห่อหุ้มสินค้าที่ต่างกัน นั้นทำให้กระบวนการขนส่งเกิดความเสียหายอยู่บ่อยครั้งซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกัลยกร เทียนชัย และ สุธาศิณี สุจิตะ (2562) ผู้ให้บริการบริษัทขนส่งสินค้า ณ บริเวณจุดผ่านแดนถาวรสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 มีความต้องการให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าดำเนินการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ มีกระบวนการทำงานที่รวดเร็วและจัดให้มี บริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ ผู้ให้บริการบริษัทขนส่งสินค้ามีพฤติกรรมทางเลือกใช้ บริการจากปัจจัยด้านราคาและการจัดให้มีบริการด้านการติดตาม (tracking)

2. ความแตกต่างของปัญหาด้านการชำระเงิน ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เป็นลักษณะ B2B B2C และ C2C

ปัญหาด้านการชำระเงิน โดยภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C พบปัญหาการไม่สามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินที่ถือครอง และปัญหาการได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน แตกต่างกัน กล่าวคือ ปัญหาการไม่สามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินที่ถือครอง และปัญหาการได้รับผลกระทบจากอัตรา

แลกเปลี่ยน เป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B B2C และ C2C ได้รับผลกระทบไม่เหมือนกัน เนื่องจากผู้ใช้บริการขนส่งลักษณะ B2B มีการสั่งซื้อสินค้าจากร้านประจำ และมีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก ผู้ใช้บริการลักษณะ B2B จึงแก้ปัญหาโดยการเปิดบัญชีในประเทศไทยเพื่อชำระค่าสินค้าให้กับร้านค้าโดยตรง ผ่านบัญชีไทย และชำระเงินด้วยสกุลเงินไทยบาท เพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้า และลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน สำหรับผู้ใช้บริการลักษณะ B2C ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมนิยมการสั่งซื้อสินค้าจากประเทศไทย แต่ร้านค้าในประเทศไทยไม่รับชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินบาท ผู้ใช้บริการจึงเลือกให้ผู้ประกอบการขนส่งเป็นผู้ชำระค่าสินค้าให้ และเลือกใช้บริการส่งสินค้าแบบเก็บเงินปลายทางเพื่อลดความเสี่ยงในการไม่ได้รับสินค้า ที่ส่งจากประเทศไทย และลดการขาดทุนจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรวิท ชูณหอญักษ์ (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่ง โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ด้านคุณภาพ ด้านการส่งมอบ ด้านสถานการณ์ทางการเงิน ด้านกำลังการผลิต และสิ่งอำนวยความสะดวกและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงสมร ดวงแก้ว (2557) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับดังนี้ คือ ความรับผิดชอบต่อความผิดพลาด หรือความเสียหายจากการขนส่ง พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสาร ประกอบการส่งออกได้อย่างถูกต้อง ทำให้การจัดส่งสินค้าไม่ล่าช้า มีบริการรับ-ส่งถึงสถานประกอบการ ให้บริการถูกต้องรวดเร็วทันเวลา สินค้าไม่เสียหาย มีการแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร มีตัวแทนแทนให้บริการในพื้นที่ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1) ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งปรับปรุงและเพิ่มช่องทางในการติดตามการจัดส่งแบบเรียลไทม์แก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้สามารถติดตามสถานะการจัดส่งได้ตลอดเวลา
- 2) ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งเพิ่มตัวเลือกการสั่งซื้อโดยตรงผ่านหลายแพลตฟอร์มเพื่อให้กระบวนการสั่งซื้อและจัดส่งสะดวกยิ่งขึ้น
- 3) ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาที่ยืดหยุ่นซึ่งตอบสนองต่อความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อลดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ
- 4) ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการขนส่งเพื่อลดความเสียหายและการสูญเสียของสินค้าและพัสดุ
- 5) ผู้ใช้บริการต้องการให้ผู้ประกอบการขนส่งเพิ่มช่องทางและรูปแบบการชำระเงินเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถชำระเงินได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

6) เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้ใช้ที่แตกต่างกัน (B2B, B2C และ C2C) ผู้ประกอบการควรมีกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการขนส่ง ศาลากร หรือ กรมการขนส่ง ควรมีการกำหนดมาตรฐาน และควบคุมปริมาณการขนส่งสินค้าและพัสดุในแต่ละครั้งของผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลดความเสียหายจากกระบวนการขนส่ง

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ขายสินค้า กรมศาลากร กรมการค้าระหว่างประเทศ หรือ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีช่องทางการช่วยเหลือ ร้องเรียนหรือแก้ไขปัญหา ในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายเกิดปัญหาระหว่างกัน หรือเกิดการเสียหายของสินค้าและพัสดุจากกระบวนการสั่งซื้อและขนส่ง

เอกสารอ้างอิง

- EXIM E-NEWS. (2560). พลิกข้อจำกัดการขนส่งใน สปป.ลาวสู่โอกาสใหม่ทางธุรกิจ ปีที่ 12 ฉบับที่ 12.
สืบค้นจาก <https://www.exim.go.th>
- EXIM E-NEWS. (2557). สะพานมิตรภาพไทย-สปป.ลาวเชื่อมโอกาสการค้าที่เติบโตไม่หยุดยั้ง ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 .
สืบค้นจาก <https://www.exim.go.th/eximinter>
- Zimund, W. G. (2003). Business Research Methods. (7th edition). Mason, Ohio: Tomson/ South-Western.
- กาญจนา โชคถาวร. (2544). ปัญหาการค้าชายแดนไทย-ลาว ในเขตภาคเหนือตอนบน. วารสาร
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 5,3 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
(กันยายน - ธันวาคม 2544), 48-81. สืบค้นจาก <https://cmudc.library.cmu.ac.th>
- กัลยกร เทียนชัย และ สุภาศิณี สุศิระ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บริการและ
พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าบริเวณจุดผ่านแดนถาวร ด่านสะพานมิตรภาพ
ไทย-ลาว 1 จังหวัดหนองคาย. Journal of Roi Kaensarn Academi Vol.7 No.2 February 2022.
มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org.th>
- ดวงสมร ดวงแก้ว. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก <http://repository.cmu.ac.th>
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
สุพีเรียนด์อิงแฮส.