

การวัดระดับการให้บริการของ **บอ** ผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs)

วิชญ์ ปรอบกระโทก

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายราย ทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่ต้องการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ ประสบปัญหาอย่างเดียวกัน คือ ไม่รู้ว่าผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) ที่ตนใช้บริการอยู่นั้นเป็นผู้ขนส่งที่ดีหรือไม่ หากจะเลือกผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง มีบริการครบวงจร ราคาที่แพง หากจะเลือกผู้ประกอบการรายใหม่ที่ราคาถูก ก็ไม่แน่ใจว่าสินค้าจะส่งถึงมือผู้บริโภคลายทางหรือไม่ การตัดสินใจเลือกบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) ให้เหมาะสมกับกิจการนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ หากแต่ในปัจจุบันการตัดสินใจเลือก ขาดเกณฑ์ที่ชัดเจนแน่นอน ผู้เขียนจึงนำเสนอแนวคิด เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือก ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท (Company Image)

1. ความมั่นคงของบริษัท (Security Company)
2. ประสบการณ์ของผู้บริหาร (Experience Executive)
3. มีการจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ (Knowledge)
4. มีธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ (Good Governance)

ด้านศักยภาพทางธุรกิจ

(Potential of Business)

1. ความสามารถในการลดต้นทุน (Cost Reduction)


2. บริการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร (Integrated Logistics Service)
3. ตรงเวลา (On Time Delivery)
4. ความยืดหยุ่นในการปรับตัวเมื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง (Flexibility)
5. ปลอดภัย (Safety)
6. ทรัพยากรที่สำคัญ (Resource Importance)
7. เชื่อถือได้ (Reliability)
8. แข่งขันได้ (Competitiveness)
9. รายชื่อลูกค้าอ้างอิง (Customer Reference)

การให้ค่าตามน้ำหนักความสำคัญ ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจ เช่น หากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จะให้ความสำคัญกับราคา หรือความสามารถในการลดต้นทุน (Cost Reduction) ของบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) มากกว่าการบริการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร (Integrated Logistics Service) จึงจำเป็นจะต้องให้น้ำหนักในด้านการลดต้นทุนมากกว่าบริการที่ครบวงจร เป็นต้น และนำข้อมูลของบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) ที่ต้องการเปรียบเทียบ (Compare) มาให้คะแนนตามข้อมูลจริงของบริษัทนั้นๆ โดยใช้การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัย (Factor Rating Method) เป็นดังนี้

ตารางที่ 1: บัญชีเปรียบเทียบในการตัดสินใจเลือกบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกบริษัท LSPs	ค่าน้ำหนัก	Score (0 – 10)			Weighted Score		
		บริษัท A	บริษัท B	บริษัท C	บริษัท A	บริษัท B	บริษัท C
ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท (Company Image)							
1. ความมั่นคงของบริษัท (Security Company)	0.10	8	6	7	0.8	0.6	0.7
2. ประสบการณ์ของผู้บริหาร (Experience Executive)	0.10	7	9	8	0.7	0.9	0.8
3. มีการจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ (Knowledge Management)	0.025	8	8	9	0.2	0.2	0.225
4. มีธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ (Good Governance)	0.025	8	7	8	0.2	0.175	0.2
ด้านศักยภาพทางธุรกิจ (Potential of Business)							
1. ความสามารถในการลดต้นทุน (Cost Reduction)	0.15	6	9	8	0.9	1.35	1.2
2. บริการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร (Integrated Logistics Service)	0.10	8	5	7	0.8	0.5	0.7
3. ตรงเวลา (On Time Delivery)	0.10	9	7	8	0.9	0.7	0.8
4. ความยืดหยุ่นในการปรับตัวเมื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง (Flexibility)	0.10	8	7	8	0.8	0.7	0.8
5. ปลอดภัย (Safety)	0.10	8	8	7	0.8	0.8	0.7
6. ทรัพยากรที่สำคัญ (Resource Importance)	0.075	9	7	8	0.675	0.525	0.6
7. เชื่อถือได้ (Reliability)	0.05	9	8	8	0.45	0.4	0.4
8. แข่งขันได้ (Competitiveness)	0.05	9	9	8	0.45	0.45	0.4
9. รายชื่อลูกค้าอ้างอิง (Customer Reference)	0.025	9	8	7	0.225	0.2	0.175
รวม	1.00				7.900	7.500	7.700

จากตารางปัจจัยเปรียบเทียบดังกล่าว จะเห็นได้ว่า บริษัท A มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) ที่ควรตัดสินใจเลือกเป็นอันดับแรก อันดับสอง คือ บริษัท C และอันดับสาม คือ บริษัท B หากพบปัญหาว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจบางข้อไม่มีความจำเป็นที่จะต้องนำมาประเมิน หรือข้อมูลน้อยจนเกินไป ปัจจัยดังกล่าวไม่จำเป็นต้องพิจารณาก็ได้ เช่น ข้อมูลของธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ (Good Governance) การจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ (Knowledge Management) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอแนวทางดังกล่าว จะเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการการขนส่ง (Logistics Service Providers: LSPs) ให้มีความชัดเจนขึ้นและเหมาะสมกับธุรกิจของตน เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจต่อไป 

อ้างอิงจาก : สำนักโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (TIFFA)



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology
泰日工業大学

TNI สร้างนวัตกรรม ผลิตนักปฏิบัติ สร้างนักประดิษฐ์ ผลิตนักบริหาร

หลักสูตร
ระดับปริญญาโท ที่ TNI

มีทุนสนับสนุนการวิจัยโครงการละ 50,000 บาท



คณะวิศวกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

- หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีวิศวกรรม (MET)
- หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ (MIT)
- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม (MIM)
- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร (EEM)

สอบถามข้อมูล Tel : 0-2763-2600 Website : www.tni.ac.th