

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DEVELOPING PROTOTYPE OF SHARING ECONOMY IN CUSTOMS BROKER BUSINESS
IN THAILAND

Miss Kanitta Chutanoparat



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Technopreneurship and Innovation

Management

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
โดย	นางสาวชนิษฐา จุฑานพรัตน์
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารทัศน์ โมกขมรรคกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรี สินธุภิญโญ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนทร ชูตินทรานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา)
.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารทัศน์ โมกขมรรคกุล)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรี สินธุภิญโญ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทินี นิภานันท์)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.ภราดร สุรีย์พงษ์)

ขนิษฐา จุฑานพรัตน์ : การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย (DEVELOPING PROTOTYPE OF SHARING ECONOMY IN CUSTOMS BROKER BUSINESS IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.ธารทัศน์ โมกขมรรคกุล, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: ผศ. ดร.สุกรี สิ้นธุภิณู, 253 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบปัญหาการดำเนินงานทางธุรกิจ และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการตัวแทนออกของจำนวน 15 รายที่ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับงานพิธีการศุลกากร การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และงานคลังสินค้า ข้อมูลทั้งหมดได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ Nvivo

ผลการศึกษาพบปัจจัยหกประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจขนส่งสินค้า ประกอบด้วย แรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ อำนาจต่อรองกับลูกค้าน้อย ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทางในด้านโลจิสติกส์ และการยอมรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระดับต่ำ การศึกษานี้จึงได้นำเสนอต้นแบบการนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการในกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม และหวังว่าต้นแบบทางเทคโนโลยีดังกล่าวจะนำไปสู่การแบ่งปันทรัพยากร การลดต้นทุน และ ความสามารถในการใช้ทรัพยากรได้อย่างเต็มศักยภาพ ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ	ลายมือชื่อนิสิต
	นวัตกรรม	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
ปีการศึกษา	2558	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5587755420 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORDS: LOGISTICS SERVICE PROVIDER / CUSTOMS BROKER / SHARING ECONOMY

KANITTA CHUTANOPARAT: DEVELOPING PROTOTYPE OF SHARING ECONOMY IN CUSTOMS BROKER BUSINESS IN THAILAND. ADVISOR: ASST. PROF.TARTAT MOKKHAMAKKUL, Ph.D., CO-ADVISOR: ASST. PROF. SUKREE SINTHUPINYO, Ph.D., 253 pp.

This study is aimed to investigate business operational problems and factors affecting competitions among customs broker Small and Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. Qualitative data were collected from 15 in-depth interviews of customs broker SMEs entrepreneurs who provide logistics services involving customs clearance, freight forwarder, transportation, and warehouse. All data were analyzed by utilizing the Nvivo qualitative data analysis software.

Results of the study revealed six factors as barriers to increasing competitive advantages among SMEs in customs broker business, especially in transportation areas. These problematic factors had to do with competitive pricing from customers and competitors, highly continuing capital and operational costs, under-utilized resource capacities, low negotiating powers with customers, lacking skilled logistics-specialized labors, and low acceptability of technological adoption. Utilizing technological management, a prototyping model of sharing economy among customs broker SMES is proposed as a significant contribution of this study. It is hoped that the proposed prototyping model of technological adoption would lead to sharing resources, reduced costs, and full capability of resource utilization in customs broker business in Thailand

Field of Study: Technopreneurship and
Innovation Management

Academic Year: 2015

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารทัศน์ โมกขมรรคกุล ที่ให้คำแนะนำ และสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ และสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรี สิญญฤทธิญาณี ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณท่าน อาจารย์ ดร.ภราดร สุรีย์พงษ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่คอยให้คำแนะนำและเสริมประเด็นในการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้อย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่าน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา ท่าน คณะกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิ นิภานันท์ และ อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอันมีคุณค่ายิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้จนสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นพิเศษสำหรับ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่ง ศรีอัษฎาพร ที่กรุณาให้คำแนะนำในแง่มุมต่างๆทางด้านวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณ ดร.ปวริน ตันตริยานนท์ ดร.ปภัสสรา ชัยวงศ์ และ คุณพิศิษฐ์ วรพฤกษ์พิสุทธิ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางด้านเทคนิคต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ คุณสมศรี สนธิสมบัติ และครอบครัวจุฑาทานพรัตน์ที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญและอยู่เคียงข้างเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยมีสุขภาพจิตและสุขภาพกายที่ดี พร้อมทั้งจะมูมานะ อดทน และพยายามตลอดระยะเวลาที่ศึกษา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีทั้งหมดให้กับคณาจารย์ ครอบครัวยุและผู้มีพระคุณทุกท่าน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาและความจำเป็นที่ต้องมีการรวมตัวกันของบริษัทตัวแทนออกของที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อ (SMEs).....	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.5 คำถามวิจัย.....	7
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.7.1 ในด้านวิชาการ	11
1.7.2 ในเชิงพาณิชย์.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 ธุรกิจตัวแทนออกของ	14
2.2 ประเภทงานบริการในตัวแทนออกของในประเทศไทย	23
2.3 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์	29
2.4 การรวมกลุ่มทางธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน.....	50

2.5	ข้อเปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์และการรวมกลุ่มแบบ เศรษฐกิจ แบ่งปัน	71
2.6	แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD - New Product Development)	72
2.7	เปรียบเทียบข้อดี และ ข้อเสีย ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 3 ทฤษฎี.....	88
2.8.	กรอบแนวคิดในการวิจัย (Framework)	91
บทที่ 3	วิธีการดำเนินวิจัย	93
3.1	ระยะที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม	96
3.2	ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	96
3.3	ระยะที่ 3 การสร้างโปรแกรมประยุกต์บนเว็บแอปพลิเคชัน	105
3.4	ระยะที่ 4 การทดลองใช้ระบบเพื่อศึกษาการยอมรับในมุมมองของผู้ประกอบการ ตัวแทนออก ของขนาด SMEs ในประเทศไทย	108
3.5	การพัฒนาระบบ BSTC ในเชิงพาณิชย์	110
3.6	สรุปภาพรวมวิธีการดำเนินงาน	112
บทที่ 4	ผลการวิจัย	114
4.1	คุณลักษณะทั่วไปและข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	114
4.2	สภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันของธุรกิจ ตัวแทน SMEs ในประเทศไทย	118
4.3	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ใน ปัจจุบัน.....	126
4.4	โอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันให้ประสบความสำเร็จ	132
4.5	ปัจจัยที่ส่งเสริมให้การรวมกลุ่มในแนวเศรษฐกิจแบ่งปันให้ประสบความสำเร็จ	144
4.6	การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะสามารถ สร้างโอกาสในการแบ่งปัน	147

4.7	ตัวแบบคุณลักษณะและประโยชน์ ของเทคโนโลยีที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)	150
4.8.	ต้นแบบโมเดลการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้วยระบบเทคโนโลยีบนแพลตฟอร์ม....	156
4.9	เปรียบเทียบราคาค่าขนส่ง ระหว่างราคาตลาด กับ ราคาของ Business sharing truck center	161
4.10	การตั้งเกณฑ์ในการทำงานสำหรับ ผู้ให้บริการ	163
บทที่ 5	การพัฒนาระบบ การทดสอบการใช้งาน และการทดสอบเชิงพาณิชย์.....	165
5.1	การพัฒนาระบบ	165
5.2	การทดสอบการใช้งาน	176
5.3	ผลการทดสอบการใช้งานของระบบเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center ...	179
5.4	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบ Business sharing truck center	198
5.5	การสำรวจแนวทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์	199
5.6	การพิจารณาด้านทรัพย์สินทางปัญญา	204
5.7	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเชิงพาณิชย์	205
5.8	ผลการทดสอบการยอมรับและแนวทางการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันในเชิงพาณิชย์.....	214
บทที่ 6	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ.....	215
6.1	สรุปผลการศึกษา	216
6.2	อภิปรายผลการวิจัย	218
6.3	ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์	232
6.4	ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย	233
6.5.	ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	233
รายการอ้างอิง	235
ภาคผนวก	242
ภาคผนวก ก	แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการในธุรกิจตัวแทนออกของ	243

ญ

หน้า

ภาคผนวก ข แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้ระบบ Business Sharing Truck Center...249	
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	253



สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1	เปรียบเทียบความสามารถการแข่งขันทางด้านโลจิสติกส์ ของประเทศในอาเซียน 2555.....	20
ตารางที่ 2.2	เปรียบเทียบสัดส่วนการขนส่งภายในประเทศ ปี 2553-2557	24
ตารางที่ 2.3	ระบบสารสนเทศเพื่อแบ่งปันข้อมูลในประเทศไทย	26
ตารางที่ 2.4	เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีต ในต่างประเทศ.....	35
ตารางที่ 2.5	เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีตในประเทศไทย.....	40
ตารางที่ 2.6	ชนิดของเศรษฐกิจแบ่งปัน.....	55
ตารางที่ 2.7	เงินกองทุนสำรองค้ำประกันความเสี่ยง Zopa.....	64
ตารางที่ 2.8	เปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่ม แบบคลัสเตอร์ และ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน.....	71
ตารางที่ 2.9	เปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ทฤษฎี.....	89
ตารางที่ 3.1	สรุปขั้นตอนและวิธีในการดำเนินการวิจัย	94
ตารางที่ 3.2	กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าของกิจการในตัวแทนออกของ SMEs.....	97
ตารางที่ 3.3	อุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs.....	98
ตารางที่ 3.4	อุปสรรคด้านทักษะในการบริการจัดการของผู้ประกอบการ SMEs.....	100
ตารางที่ 3.5	อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs.....	101
ตารางที่ 3.6	อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs.....	101
ตารางที่ 3.7	อุปสรรคทางด้านโครงสร้างองค์กร และ กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ SMEs.....	102
ตารางที่ 3.8	อุปสรรคทางด้านทักษะพนักงานของผู้ประกอบการ SMEs.....	102
ตารางที่ 4.1	ลักษณะการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง.....	115
ตารางที่ 4.2	ลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบการ	117
ตารางที่ 4.3	ประสบการณ์ในอาชีพของกลุ่มผู้ประกอบการ	118
ตารางที่ 4.4	สภาพปัญหาในปัจจุบันของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจตัวแทนออกของ	119

ตารางที่ 4.5	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้ง 6 ด้านและเหตุผล	131
ตารางที่ 4.6	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้ง 6 ด้าน และ เหตุผล	132
ตารางที่ 4.7	การรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหา ในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย	133
ตารางที่ 4.8	ปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสำเร็จ	145
ตารางที่ 4.9	การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน และ ประโยชน์ทั้งผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender)	148
ตารางที่ 4.10	คุณลักษณะของเทคโนโลยีและประโยชน์ที่ได้รับของ ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ที่จะทำให้ ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม	151
ตารางที่ 4.11	ราคากลางค่าขนส่ง	161
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบราคาต้นทุนจริง ระหว่างราคากลาง และ ราคา BSTC	162
ตารางที่ 4.13	ราคาค่าขนส่งของ Business sharing truck center	162
ตารางที่ 5.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ทดสอบ ในส่วนของ ผู้ให้บริการ (Vender)	179
ตารางที่ 5.2	ข้อมูลทั่วไปของผู้ทดสอบ ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User)	181
ตารางที่ 5.3	ผลการทดสอบในส่วนของ ผู้ให้บริการในระดับผู้บริหาร ในด้านประสิทธิภาพและ ประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	182
ตารางที่ 5.4	ผลการทดสอบในส่วนของผู้ให้บริการในระดับผู้ปฏิบัติการ ในด้านประสิทธิภาพ และประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	185
ตารางที่ 5.5	ผลการทดสอบในส่วนของผู้ให้บริการในระดับผู้บริหาร ในด้านประสิทธิภาพและ ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	189
ตารางที่ 5.6	ผลการทดสอบในส่วนของผู้ให้บริการในระดับผู้ปฏิบัติงาน ในด้านประสิทธิภาพ และประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	192
ตารางที่ 5.7	ความคิดเห็นในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชัน	195
ตารางที่ 5.8	สำรวจแนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์	196
ตารางที่ 5.9	รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม 55 แห่ง ทั่วประเทศไทย	200
ตารางที่ 5.10	ข้อดีและข้อด้อยในการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์	204

ตารางที่ 5.11	การประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้น รายได้รับและค่าใช้จ่ายต่อเดือน.....	206
ตารางที่ 5.12	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ BSTC	209
ตารางที่ 5.13	ประมาณการงบกระแสเงินสด ของโครงการ BSTC	210
ตารางที่ 6.1	ราคาต้นทุนส่งของ BSTC.....	224



สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1	การให้บริการตัวแทนออกของในอดีต.....	2
ภาพที่ 1.2	การให้บริการของตัวแทนออกของ ในปัจจุบัน.....	3
ภาพที่ 2.1	กระบวนการยื่นเอกสารพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าโดยทางอิเล็กทรอนิกส์ ...	17
ภาพที่ 2.2	กระบวนการยื่นเอกสารพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้าส่งออกโดยทางอิเล็กทรอนิกส์ ..	18
ภาพที่ 2.3	สัดส่วนธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย.....	19
ภาพที่ 2.4	ส่วนประกอบของแผนภาพคลัสเตอร์.....	46
ภาพที่ 2.5	รูปแบบการให้บริการ UberPOOL.....	58
ภาพที่ 2.6	ระบบการให้บริการของ Open Shed.....	60
ภาพที่ 2.7	ระบบการให้บริการของ ตัวแทนออกของ.....	62
ภาพที่ 2.8	แพลตฟอร์มการให้บริการของ Zopa.....	64
ภาพที่ 2.9	แพลตฟอร์มการให้บริการของ Zopa.....	65
ภาพที่ 2.10	แพลตฟอร์มการระดมเงินทุน Kickstarter.....	66
ภาพที่ 2.11	โครงการจักรยานสาธารณะโดยกรุงเทพมหานคร.....	68
ภาพที่ 2.12	เปรียบเทียบขั้นตอนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบเดิมและแบบใหม่	78
ภาพที่ 2.13	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Booz, Allen, & Hamilton.....	81
ภาพที่ 2.14	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ขั้นตอน State gate	82
ภาพที่ 2.15	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Ulrich & Eppinger, 2012.....	86
ภาพที่ 2.16	กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	92
ภาพที่ 3.1	ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยการพัฒนาด้านแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทน ออกของในประเทศไทย.....	94
ภาพที่ 3.2	ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	104
ภาพที่ 3.3	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Ulrich and Eppinger, 2012).....	105

ภาพที่ 3.4	ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Ulrich and Eppinger, 2012)	106
ภาพที่ 3.5	ขั้นตอนการพัฒนาต้นแบบระบบเว็บแอปพลิเคชัน เมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ (Ulrich and Eppinger (2012)	108
ภาพที่ 3.6	แนวคิด Technology Acceptance Model (Davis, 1989)	109
ภาพที่ 3.7	การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Business model canvas	112
ภาพที่ 4.1	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs	127
ภาพที่ 4.2	การทำงานในปัจจุบันของกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านงานบริการขนส่งสินค้า	154
ภาพที่ 4.3	ต้นแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้วยระบบเทคโนโลยีบนแพลตฟอร์ม	156
ภาพที่ 4.4	ขนาดรถบรรทุก ตู้ทึบ ที่มีขนาด กxยxส (2.20*7*2.20 เมตร)รับน้ำหนัก 5 ตัน	157
ภาพที่ 4.5	ขนาดรถสิบล้อ ตู้ทึบ ที่มีขนาด กxยxส (2.30*7*2.30 เมตร)รับน้ำหนัก 10 ตัน	157
ภาพที่ 4.6	แบบจำลองแสดงต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันของผู้ประกอบการตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย	160
ภาพที่ 5.1	การเข้าหน้าเว็บไซต์สำหรับ login เข้าสู่ระบบ USER	165
ภาพที่ 5.2	หน้าจอหลักสำหรับลงทะเบียนการใช้	166
ภาพที่ 5.3	การกรอกข้อมูลการลงทะเบียน	166
ภาพที่ 5.4	หน้าจอการกรอกประวัติสำหรับ ผู้ใช้บริการ	167
ภาพที่ 5.5	หน้าจอการเลือกประเภทรถและใส่รายละเอียดของงาน	167
ภาพที่ 5.6	เส้นทางการรับและส่งสินค้า	168
ภาพที่ 5.7	การยืนยันการรับงาน	168
ภาพที่ 5.8	สถานะการคันหารถ ไม่มีให้บริการในพื้นที่ที่ต้องการ	169
ภาพที่ 5.9	เช็คประวัติการใช้บริการ	169
ภาพที่ 5.10	รายละเอียดการทำงาน	170
ภาพที่ 5.11	หน้าจอหลักสำหรับลงทะเบียนส่วนของ ผู้ให้บริการ	171
ภาพที่ 5.12	การกรอกข้อมูลของ ผู้ให้บริการ	171

ภาพที่ 5.13 สถานะงานในแต่ละหมวด.....	172
ภาพที่ 5.14 หน้าจอการรับงานจาก ผู้ใช้บริการ ผ่านระบบ.....	172
ภาพที่ 5.15 หน้าจอแจ้งงานล่วงหน้า.....	173
ภาพที่ 5.16 ประวัติการทำงานของ BSTC.....	174
ภาพที่ 5.17 การให้คะแนนความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ.....	175
ภาพที่ 5.18 หน้าจอแสดงคะแนนความพึงพอใจ.....	175



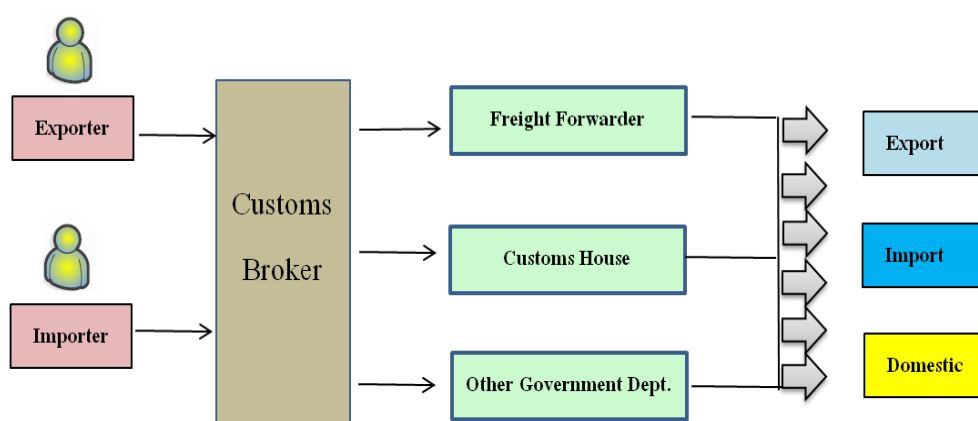
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันระหว่างประเทศ ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ปัจจัยด้านวัตถุดิบภายในประเทศที่ขาดแคลน หรือปัจจัยด้านจำนวนพลเมืองที่หนาแน่น ทำให้ผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน จึงจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเข้ามา ทำให้เกิดประโยชน์ทางการค้าและส่งผลกระทบต่อบทบาทในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าให้แก่นานาชาติประเทศทั่วทุกมุมโลก ซึ่งในปัจจุบันสถานะเศรษฐกิจทั่วโลกที่ชะลอการเติบโตลงอย่างต่อเนื่องติดต่อกันมาถึง 5 ปี (IMF, 2016) ส่งผลทำให้ในแต่ละธุรกิจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ด้วยวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่สามารถทำการค้าได้อย่างเสรีทำให้การแข่งขันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นทั่วโลก การอยู่รอดในยุคการค้าเสรีผู้ประกอบการจะต้องสร้างข้อได้เปรียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่ใหญ่ขึ้นอย่างยั่งยืน (Boonpattarakan, 2012) ประเทศไทยเองก็ต้องยอมรับว่าได้รับผลกระทบกับสถานะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอยนี้เช่นกัน จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกและนำเข้าของประเทศไทย ในปี 2015 มีมูลค่าการค้ารวม 14,134,045.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งลดลงจากปี 2014 ที่มีมูลค่าการค้ารวม 14,716,964.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558) ทำให้ผู้ประกอบการไทยในธุรกิจต่างๆ เร่งมือพัฒนาศักยภาพของธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันอยู่ในตลาดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย และผลกระทบจากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2015 โดยรัฐบาลเปิดให้บริษัทข้ามชาติสามารถดำเนินกิจการทางด้านโลจิสติกส์ได้อย่างเสรี ส่งผลทำให้ต่างชาติเริ่มมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจตัวแทนออกของ (Customs broker) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสำคัญในการเคลื่อนย้ายสินค้าให้มีความคล่องตัวในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) และมีส่วนในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมของงานทางด้านโลจิสติกส์ โดยเป็นผู้ให้บริการให้คำปรึกษาแนะนำการนำเข้าและส่งออก เพื่อให้ถูกต้องตรงตามกฎหมายของศุลกากรในแต่ละประเทศ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจตัวแทนออกของ ไม่เพียงแต่ให้คำปรึกษาทางด้านพิธีการศุลกากรอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ เช่น พิธีการศุลกากร (Customs clearance) รถขนส่งสินค้า (Transportation) โกดังสินค้า (Warehouse) ขนส่งสินค้าระหว่าง

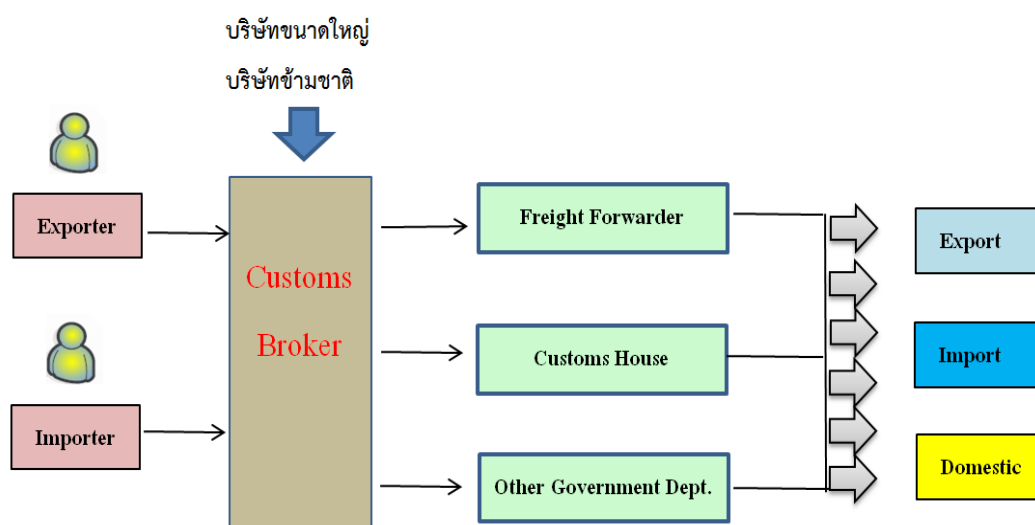
ประเทศ (Freight Forwarder) เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน ธุรกิจบริษัทตัวแทนออกของ (Customs Brokers) มีขั้นตอนในการให้บริการ โดยเริ่มตั้งแต่รับออเดอร์จากผู้นำเข้า หรือ ผู้ส่งออก จากนั้นต้องดำเนินการติดต่อประสานงานกับ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เพื่อทำการออกใบตราส่งสินค้าสำหรับสินค้าขาออก หรือรับใบส่งสินค้า (Delivery Order) ในกรณีสินค้านำเข้า และต้องติดต่อกับหน่วยงานของราชการที่กำกับและดูแลสินค้าบางชนิด เช่น หากมีการนำเข้าสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ ก็ต้องติดต่อกับกรมโรงงาน ที่กำกับดูแลสินค้าเกี่ยวกับเคมีภัณฑ์ เพื่อวิเคราะห์ในการออกใบอนุญาตนำเข้าสำหรับสินค้าที่เป็นสินค้าอันตราย หรือ ในกรณีสินค้าส่งออกที่เป็นไม้ จะต้องประสานงานกับหน่วยราชการ กรมป่าไม้ ในการออกใบสำคัญการเคลื่อนไม้ เป็นต้น จากนั้น จึงถึงขั้นตอนเตรียมเอกสารใบขนสินค้า เพื่อยื่นต่อกรมศุลกากร เมื่อเสร็จขั้นตอนพิธีการกรมศุลกากรแล้ว จึงจัดเตรียมรถขนสินค้าเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า



ภาพที่ 1. 1 การให้บริการตัวแทนออกของในอดีต

จากแผนภาพที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าผู้นำเข้าและผู้ส่งออกเลือกใช้บริการ โดยตรงกับตัวแทนออกของ (Customs Brokers) ทำให้การทำงานสะดวกและ รวดเร็ว อีกทั้งต้นทุนในการให้บริการไม่สูงมาก และเนื่องจากความเจริญเติบโตทางการค้าระหว่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ความต้องการ การเคลื่อนย้ายสินค้าเพิ่มขึ้นและประกอบกับการรองรับเพื่อการเปิดเสรีทางการค้าอันใกล้ ทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนออกของข้ามชาติตัดสินใจเข้ามาลงทุน ประกอบกิจการตัวแทนออกของกันมากขึ้น และเนื่องจากธุรกิจนี้ยังคงเป็นงานบริการเดียวที่ยังคงต้องใช้ความคุ้นเคย ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ต้องใช้ความเข้าใจในกฎระเบียบของศุลกากร ซึ่งทำให้บริษัทต่างชาติ ยังคงมีปัญหาในเรื่องของการสื่อสารและการทำความเข้าใจในตัวบทกฎหมายและระเบียบศุลกากรไทยข้อนี้ถือว่าเป็นความได้เปรียบของธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาการเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย กล่าวว่ารธุรกิจตัวแทนออกของ (Customs Broker) หลังจากเปิดการค้าเสรี ส่งผลให้กฎระเบียบด้านพิธีการศุลกากรผ่อนปรนลง และมีการนำเอา ระบบการรับส่งข้อมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) เข้ามาใช้ ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยลดลง เนื่องจากความไม่คุ้นชินกับระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ขาดระบบเครือข่าย (Network) ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการตัวแทนออกของข้ามชาติเข้ามามีบทบาทในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 1. 2 การให้บริการของตัวแทนออกของ ในปัจจุบัน

จากแผนภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นว่า บริษัทตัวแทนออกของข้ามชาติ ที่มีเงินทุน มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีระบบเครือข่ายที่ครอบคลุมการให้บริการ เข้ามามีบทบาทในธุรกิจนี้ ทำให้ตัวแทนออกของ ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ที่ยังคงประกอบกิจการเป็นแบบระบบท้องถิ่น ในขณะที่ต่างชาติเป็นระบบเครือข่ายทั่วโลก (Networking) ที่เป็นรูปแบบการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร (One stop service) ซึ่งมีความต้องการอย่างมากในปัจจุบัน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่มีเงินทุนน้อย มีเครือข่ายที่ไม่ครอบคลุมการให้บริการ เริ่มมีอุปสรรคในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการตัดราคากันอย่างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ให้บริการเข้ามาในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น เริ่มเข้าสู่ยุคของสงครามราคา (Price War) ทำให้การแข่งขันด้านราคาไม่สามารถกำหนดให้ต่ำตามผู้ให้บริการจากบริษัทข้ามชาติได้อีกทั้งผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ยังขาดความร่วมมือภายในกลุ่ม และขาดความเชื่อมโยงในต่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้ครบวงจร (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม, 2515) ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนที่มีขนาดกลาง และ

ขนาดย่อม บางส่วนต้องออกจากตลาดไป หรือ ต้องเปลี่ยนสภาพกลายเป็น ผู้รับเหมาช่วง (Sub-contract) ให้กับตัวแทนออกของที่เป็นบริษัทข้ามชาติแทน ซึ่งเป็นการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจต่อผู้ประกอบการที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม ของไทยอย่างมหาศาล ทั้งๆ ที่ประเทศไทยเป็นประตูหลักสู่อาเซียน ซึ่งมีความได้เปรียบในเชิงภูมิประเทศ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยได้ในอนาคต ซึ่งจากผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ของไทยร้อยละ 87 ของผู้ประกอบการที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม ยังไม่มีความพร้อม และ ความสามารถเพียงพอในการปรับตัวต่อการเปิดการค้าเสรี และมีปัจจัยบางประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ผู้ประกอบการตัวแทนออกของรายใหญ่ มีการปรับตัวกันเป็นพันธมิตรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งในการศึกษาที่ผ่านมาไม่ได้เจาะลึกประเด็นปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนออกของ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องปรับทิศทางเพื่อร่วมมือกันหาแนวทางในการแก้ปัญหา เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยได้มี นโยบายที่สำคัญของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ คือการส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster Development) เพราะถือว่าเป็นเครื่องมือและกลไกอันสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ และเป็นเครื่องมือที่ยืนยันการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะจะเป็นประโยชน์มากใน ธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (Zetting & Vincze, 2012)

จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การรวมกลุ่มที่ได้รับความนิยมกันมาก คือการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) และการรวมกลุ่ม แบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ซึ่งการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาให้เจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากภายในคลัสเตอร์ยังมีช่องว่างระหว่างกันและขาดความสามารถทางการสื่อสาร ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญที่จะหลายกำแพงระหว่างผู้ที่อยู่ในเครือข่ายให้มีความสนใจที่จะเข้าร่วมกลุ่ม เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน มีความสุขที่อยู่ในเครือข่ายด้วยความซื่อสัตย์อย่างยาวนาน และ มีการพัฒนาความเชื่อมโยงตลาดใหม่ๆ โดยสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อลดต้นทุน และ มีการบริหารจัดการเงินทุน พื้นฐานโครงสร้างได้ดี (Foundation for MSME Clusters, 2006) โดยการใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจ ให้เข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม ส่งผลทำให้เกิดศักยภาพภายในคลัสเตอร์ และ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่าแนวคิดในการสร้างคลัสเตอร์ ส่วนใหญ่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมผู้ผลิต แต่ยังคงมีการสร้างคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมบริการไม่มากนัก

สำหรับแนวคิดการรวมกลุ่มแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นแนวคิดรูปแบบใหม่ ที่มีทั้งสร้างกำไรและไม่ได้สร้างกำไร เป็นแนวคิดธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่โดยให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม อินเทอร์เน็ต โดยมีแนวคิดการแลกเปลี่ยนเพื่อแบ่งปันความรู้ สินค้า และบริการ เศรษฐกิจแบ่งปัน ถือเป็นหนึ่งในมาตรการในการแก้ปัญหาให้กับผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (Hong et al., 2013) ให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจได้นอกจากนี้รูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ยังสามารถกระจายอำนาจให้กับคนที่อยู่ในกลุ่มให้สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรได้ง่าย และสะดวก เศรษฐกิจแบ่งปัน ได้ดึงดูดความสนใจมากในหลายเดือนที่ผ่านมา แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ AirBNB และ Uber เป็นหนึ่งในธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตในต่างประเทศ และกำลังจะขยายความนิยมมายังประเทศไทย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบ peer-to-peer ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่อาจเกิดขึ้นสำหรับการสร้างความเคลื่อนไหวทางสังคม กลายเป็นศูนย์กลางการแบ่งปัน และความร่วมมือในการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการ นอกจากนี้งานวิจัยของ (Schor, 2014) ยังกล่าวว่า การที่เราสามารถทำให้คนเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางต่างๆ ที่มีต้นทุนที่ต่ำ ด้วยความปลอดภัย จะสามารถลดเวลาในการทำงาน เพื่อการใช้ชีวิตที่อิสระ และคุณภาพที่ดีขึ้น ดังนั้น รูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน คำตอบของรูปแบบธุรกิจใหม่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จ

จากความสำคัญที่กล่าวในข้างต้น จึงนำมาสู่ความสนใจที่จะศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในกับผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม ในธุรกิจตัวแทนออกของ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหามากกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างและนำเสนอโมเดลต้นแบบของเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อนำไปสู่การแบ่งปันทรัพยากร ลดค่าใช้จ่าย และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เต็มศักยภาพ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจของตัวแทนออกของในประเทศไทย และเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจอื่นๆ ของประเทศไทย

1.2 ปัญหาและความจำเป็นที่ต้องมีการรวมตัวกันของบริษัทตัวแทนออกของที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs)

จากประเด็นปัญหาของการที่รัฐบาลได้เปิดเศรษฐกิจเสรีทางการค้า ส่งผลทำให้บริษัทข้ามชาติสามารถดำเนินกิจการทางด้านโลจิสติกส์ได้อย่างเสรี และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเงินทุนที่แข็งแกร่ง เทคโนโลยีที่ทันสมัย เครื่องขยายในต่างประเทศครอบคลุมทั่วโลก ทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนออกของไทยซึ่งส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) มีปัญหาเรื่องของเงินทุน ความสามารถในการรับเทคโนโลยีใหม่

หรือไม่มีเครือข่ายต่างประเทศที่ครอบคลุมทั่วถึง ไม่สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุม เกิดการแข่งขันทางด้านราคา อย่างรุนแรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการ บางรายต้องผันตัวเป็นผู้รับเหมาช่วงงาน จากบริษัทข้ามชาติ หรือ บริษัทใหญ่ ส่งผลต่อราคาที่ใช้บริการซึ่งต้องเป็นราคาที่ถูกลง และเกิดการแข่งขันราคากันเองระหว่าง ตัวแทนออกของขนาดกลาง และขนาดย่อม ในที่สุดผู้ประกอบการบางรายก็ต้องถอยออกจากตลาดไป เพราะไม่สามารถต่อสู้กับการแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรงได้ ซึ่งเป็นการสูญเสียโอกาสกับผู้ประกอบการไทยอย่างมาก

กล่าวได้ว่าประเด็นปัญหาดังที่กล่าวมา ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนออกของที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม ต้องมีต้นทุนในการดำเนินงานสูง เพราะการทำงานโดยเอกเทศ ของแต่ละผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการสูญเสียทรัพยากรอย่างเปล่าประโยชน์ และจากงานวิจัยของ พอร์เตอร์ Porter กล่าวว่า การที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ จะต้องเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งหากนำเอา SMEs ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ของประเทศ มาอยู่รวมกัน โดยการนำเอาแนวคิดการรวมตัวแบบคลัสเตอร์ เข้าไปใช้กับผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม ที่สามารถทำงานเชื่อมโยงกันได้ และใช้งานทรัพยากรร่วมกันได้ จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Karaev, Koh, & Szamosi, 2007) ให้กับผู้ประกอบการตัวแทนออกของที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม ให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือบริษัทข้ามชาติ ในธุรกิจนี้ต่อไปได้

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาและความจำเป็นที่จะต้องมีการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ศึกษาโอกาสของการสร้างการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จในการสร้างการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
3. ออกแบบตัวแบบในการให้บริการด้วยการรวมกลุ่มในแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน(Sharing economy) ของตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs)

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัย การเพิ่มศักยภาพเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ที่ให้บริการด้านพิธีการศุลกากร และครอบคลุมกิจการทางด้านโลจิสติกส์อื่นๆ ด้วย เพื่อรองรับการให้บริการให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกาภิวัตน์ โดยจำกัดขอบเขตเฉพาะผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมศุลกากร และ สมาชิกสมาคมผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ ต่างๆ เช่น สมาคมผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarders Association) สมาคมตัวแทนออกของรับอนุญาตไทย (Thai Authorized Brokers Association) สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย (The Customs Broker and Transportation Association of Thailand)

1.5 คำถามวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยเป็นอย่างไรในปัจจุบัน
2. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน
3. โอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบันต้องเป็นอย่างไร และกิจกรรมใดในการให้บริการตัวแทนออกของ มีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันมากที่สุด
4. ปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้การรวมกลุ่ม ในแนวเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของตัวแทนออกของขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ประสบความสำเร็จ และตัวแบบของการสร้างบริการในกลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Services Provider: LSP) เป็นผู้ให้บริการ การเคลื่อนย้ายสินค้าในกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด เพื่อไปกระจายสินค้าตั้งแต่ขบวนการเริ่มต้นจากวัตถุดิบจนถึงสินค้าสำเร็จรูป เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์แก่ลูกค้าอย่างมี

ประสิทธิภาพ และมีค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม (Sheikh & Rana, 2014) ส่งผลทำให้เกิดการประหยัด และมีต้นทุนดำเนินการที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการดำเนินการด้วยตัวเอง (Ajakaiye, 2012) ขอบเขตของการให้บริการมักจะเน้นบางกิจกรรมของโลจิสติกส์ เช่น การให้บริการขนส่งสินค้าขาออก เฉพาะทางเรือ ให้บริการขนส่งเฉพาะในเขตเมือง ปริมาณ และในบางภาคของประเทศ หรือให้บริการรับฝากสินค้าโดยมีพื้นที่คลังสินค้าให้บริการ (Jayaram & Tan, 2010) และรวมถึงการให้บริการเป็น ตัวแทนออกของ (Customs broker) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ชิปปิ้ง ตัวแทนออกของเป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศมีส่วนเกี่ยวข้องกับต้นทุนของโลจิสติกส์ โดยมีบทบาทและหน้าที่ให้คำแนะนำเรื่องกฎระเบียบพิธีการศุลกากรให้แก่ผู้นำเข้า และ ผู้ส่งออก เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย ความยุ่งยาก ไม่สร้างปัญหาให้เป็นอุปสรรคแก่การค้าระหว่างประเทศ และรวมถึงให้บริการต่อเนื่องในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น การจองระวางเรือ เครื่องบิน จัดหารถบรรทุกสินค้า โกดังสินค้า เป็นต้น แต่สถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีแรงกดดันสูงจากลูกค้าและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นหลังเปิดการค้าเสรี ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการไทย (SMEs) ยังไม่มีความพร้อม เนื่องจากยังขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่าย สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Yuwawutto, Smitinont, Charoenanong, Yokakul, & Chatratana, 2011) ซึ่งต้องใช้เวลาเตรียมความพร้อมอีกระยะหนึ่ง

ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) หมายถึง ผู้ที่ให้บริการเป็นตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ ตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างเจ้าของสินค้า และ ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ (Sekula, 2013) ในการจองพื้นที่ระวางการขนส่งสินค้าทางเรือ ทางอากาศ และ ทางถนน รวมถึงการให้บริการทางด้านพิธีการศุลกากร สินค้านำเข้า และ ส่งออก (Saeed, 2013) การให้ประกันสินค้า การบรรจุภัณฑ์ บริการคลังสินค้า นอกจากนี้ยังเป็น ตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศทั่วโลกในระบบการขนส่งสินค้าถึงมือผู้รับปลายทาง (door-to-door services) โดยทางอากาศ ทางเรือ ทางรถ และทางรถไฟ โดยผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะนำเสนอการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพที่คำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำ เวลาที่เหมาะสม และ มีความน่าเชื่อถือได้ (Chu, 2014)

ตัวแทนออกของ (Customs broker) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการทำธุรกรรมด้านพิธีการศุลกากร ในการนำเข้า และส่งออก เกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดหมวดหมู่ประเมินมูลค่าของการชำระภาษีอากร และ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อให้ได้รับอนุญาตตามกฎหมายระเบียบของกรมศุลกากร ซึ่งสมัยก่อนใช้ชื่อเรียกว่า “ชิปปิ้ง” เป็นคำที่เรียกทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ Shipping ภายหลังกรมศุลกากรต้องการที่จะยกระดับอาชีพนี้ขึ้นมาให้มีมาตรฐานเช่นเดียวกับนานาชาติ จึงได้เรียกอาชีพนี้ว่า “ตัวแทนออกของ” ตามประกาศกรมศุลกากร 33/2529 (บุษรัตน์ ไททยะโกมล, 2556)

เครือข่ายวิสาหกิจ หรือ คลัสเตอร์ (Cluster) หมายถึง กลุ่มธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องกันมารวมตัวกันดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและส่งเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน แบ่งเป็นการเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward linkages) เป็นการเชื่อมโยงจากการที่มีการใช้สินค้าจากผู้ผลิตท้องถิ่น และการเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward linkage) เกิดขึ้นเมื่อสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทข้ามชาติ ถูกใช้เป็นวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตของผู้ผลิตไทย (ศศิเพ็ญ ภูพานิช, 2553) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ของคลัสเตอร์ร่วมกัน (Porter, 1998)

การรวมกลุ่มทางธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นการร่วมมือทางธุรกิจที่เป็นเทรนด์กลยุทธ์ใหม่ ที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเป็นการเริ่มต้นการร่วมมือกันทางธุรกิจ (Collaboration) แบบบูรณาการของกลุ่มผู้ผลิตที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แสร้งข้อมูลและสนับสนุนการดำเนินงาน ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่มีการร่วมมือกันทำงาน และพัฒนากิจกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ ในอุตสาหกรรมกล้วยไม้ในประเทศไทย (Hotrawaisaya, Chandraprakaikul, & Suthikamarunai, 2014) พบว่าการร่วมมือกันทำให้สามารถลดต้นทุน ลดเวลา และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน ต่อมาศาสตราจารย์ ลอร์เรนซ์ เลซซิง (Lawrence Lessing) แห่งมหาวิทยาลัย ฮาร์เวิร์ด (Cho et al., 1998) ได้นำเสนอแนวคิดการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันออกมาสู่สังคม ในปี 2008 ซึ่งเป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่มีการรวมกลุ่มกันแบ่งปัน แลกเปลี่ยนทักษะ หรือ ทรัพย์สินที่เป็นเจ้าของ โดยตรงกับผู้อื่นที่ต้องการ (ไทยพับลิก้า, 2558) โดยมีรูปแบบอำนวยความสะดวกบนเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็นฮับสำหรับการติดต่อ (Allen & Berg, 2014) ในการทำธุรกรรมของสินทรัพย์ท้องถิ่นที่คนอื่นเข้าถึงยาก และยังเป็นเส้นทางในอนาคตที่จะช่วยสนับสนุนชุมชน ก่อให้เกิดความร่วมมือกันทางการเงิน การสร้างผลิตภัณฑ์ และ สร้างบริการใหม่ๆ เศรษฐกิจแบ่งปันส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งชีวิตคนที่อยู่ในเมือง ยกตัวอย่าง ประเทศเกาหลีที่ต้องเผชิญกับปัญหาข้อจำกัดทางทรัพยากร ที่มีประชากรอยู่กันหนาแน่น ด้วยประเทศเกาหลีเป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและ สมาร์ทโฟน จึงได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ นำแนวคิดรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเข้ามาใช้ในประเทศจนได้รับการยอมรับจากประชาชน (B. Cohen & Kietzmann, 2014) โดย รูปแบบจะเป็นการผสมผสานโดยจัดทำเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการเจรจาต่อรองเงื่อนไขของการทำธุรกรรม (Mugar, 2013) ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ลดเวลา ลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย (Allen & Berg, 2014) ต่อมาได้มีการเพิ่มจำนวนของเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมแบบ peer-to-peer ที่สามารถทำให้คนเข้าถึง

ทรัพยากรท้องถิ่นได้ง่าย เช่น AirBNB.com ช่วยให้เจ้าของบ้านสามารถเอาห้องที่ว่างอยู่ให้นักท่องเที่ยวเช่า เพื่อได้สัมผัสกับบรรยากาศแบบท้องถิ่น ที่มีจุดกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา จนสามารถขยายบริการไปทั่วโลก และได้รับความนิยมกว้างขวาง โดยสามารถสร้างมูลค่าประมาณ 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐเพียงช่วงเวลาแค่ 7 ปีเท่านั้น หรือ zimrides.com ช่วยให้เจ้าของรถที่ต้องเดินทางไกลๆเพียงคนเดียว สามารถขายที่นั่งในรถให้กับคนที่ต้องการเดินทางไปในที่เดียวกัน เป็นการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเพื่อมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เหลือใช้ร่วมกันโดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของ มุ่งเน้นที่ต้นทุนต่ำ กำไรสูงภายใต้การใช้สินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์ ส่งผลทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าหรือบริการได้ต่ำกว่าปกติ

วิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม SMEs (Small and medium Enterprise) ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ที่มีจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือ ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม, 2543) หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุมถึง การค้า การผลิต และการบริการ โดยจำแนกประเภทของ SMEs โดยมีมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร จำแนกได้ ดังนี้

1. ด้านการผลิต วิสาหกิจขนาดเล็กมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 ล้านบาท
2. ด้านการบริการ วิสาหกิจขนาดเล็กมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางไม่เกิน 200 ล้านบาท
3. ด้านการค้า จะแบ่งเป็นอีก สองประเภท คือ ค้าส่งและ ค้าปลีก โดยค้าส่งขนาดเล็กจะไม่เกิน 50 ล้านบาท และขนาดกลางไม่เกิน 100 ล้านบาท ส่วนค้าปลีกขนาดเล็กไม่เกิน 30 ล้านบาท

เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) หมายถึง การทำงานผ่านทางโปรแกรม Browser ซึ่งอาศัยการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต กล่าวคือเพียงแค่เรามีโปรแกรม Browser ไม่ว่าจะ เป็น Internet Explorer, Fire Fox, Safari, Opera หรือ Google Chrome ก็สามารถใช้งานโปรแกรม หรือ Application ใดๆ ก็ได้

เทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) เป็นเทคโนโลยีของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นโปรแกรมประยุกต์ที่เข้าถึงด้วยการใช้เทคโนโลยีของเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เพื่อแสดงหน้าเว็บเพจ ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต หรือ อินทราเน็ต (Ali & Ahmad, 2015) เว็บแอปพลิเคชันเป็นที่นิยม เนื่องจากสามารถอัปเดต และ ดูแลโดยไม่ต้องติดตั้งซอฟต์แวร์บนเครื่องผู้ใช้ ตัวอย่างเว็บแอปพลิเคชัน ได้แก่ เว็บเมล การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ การประมูลออนไลน์ กระดานสนทนา บล็อก วิกี

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ในด้านวิชาการ

- องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาระบบด้วยเทคโนโลยี Web-based Application เพื่อสร้างเป็นต้นแบบในการให้บริการสำหรับการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในธุรกิจตัวแทนออก (Customs Brokers) สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจอื่นๆที่ใกล้เคียงในประเทศไทยต่อไป

1.7.2 ในเชิงพาณิชย์

- เพื่อทราบถึงลักษณะการให้บริการของตัวแทนออกของ (Customs Brokers) ในผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยปัจจุบัน และรูปแบบความต้องการในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้ยั่งยืน

- พัฒนาระบบเว็บแอปพลิเคชัน ด้วยเทคโนโลยี (Web-based Application) เพื่อสร้างในการให้บริการสำหรับการรวมกลุ่มในแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในธุรกิจตัวแทนออกของ (Customs Brokers) ที่มีขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ในการรองรับโอกาสในการเปิดการค้าเสรีภูมิภาคอาเซียนในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรวมกลุ่มทางธุรกิจ มีด้วยกันหลายรูปแบบ เช่น การรวมกลุ่มธุรกิจ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ซึ่งเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ยังไม่ได้รับความสนใจและนำมาใช้กันมาก หรือ การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์นี้ เป็นวิธีการรวมกลุ่มที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาแนวคิดทั้งสองแนวคิด เพื่อนำเอาข้อดีของแต่ละอันมาศึกษาเป็นต้นแบบในการสร้างต้นแบบการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมตัวแทนออกของ (SMEs) ในประเทศไทย

แนวคิดในการวิจัย “การสร้างการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปัน” ในตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย” โดยได้รวบรวม ข้อมูลต่างๆ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวคิดอ้างอิงในการสร้างการรวมกลุ่มในแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปันในตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน ช่วยเพิ่มศักยภาพในการไหลเวียนของข้อมูล และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน ไปจนถึงการหาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่จะสามารถเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างองค์กร โดยให้ความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) และการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ดังนี้

2.1 ธุรกิจตัวแทนออกของ (Customs Broker)

- 1) ประวัติความเป็นมา และ พัฒนาการของธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
- 2) กระบวนการดำเนินงานในธุรกิจตัวแทนออกของ
- 3) สภาพการณ์การแข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน
- 4) ปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของ

2.2 ประเภทของงานบริการในตัวแทนออกของในประเทศไทย

- 1) การขนส่งสินค้า
- 2) บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้านระหว่างประเทศ
- 3) บริการพิธีการศุลกากร
- 4) บริการทางด้านบรรจุภัณฑ์
- 5) บริการให้คำปรึกษา

- 6) บริการคลังสินค้า
- 7) บริการทางด้านแรงงาน
- 8) บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ
- 9) บริการทางด้านโลจิสติกส์ด้านอื่นๆ

2.3 การรวมกลุ่ม คลัสเตอร์

- 1) ความเป็นมาของการเกิดคลัสเตอร์
- 2) การศึกษาในอดีตของการสร้างคลัสเตอร์ในต่างประเทศ
 - คลัสเตอร์ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ใน Sinos Valley-Brazilian
 - คลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้า ใน Leon & Guadalajara
 - คลัสเตอร์เสื้อผ้าถักมือ Tiruppur ประเทศอินเดีย
 - คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีใน Bangalore ประเทศอินเดีย
 - ตารางเปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีต ในต่างประเทศ
- 3) การศึกษาในอดีตของการสร้างคลัสเตอร์ในประเทศไทย
 - คลัสเตอร์ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ SMEs007Pluse
 - คลัสเตอร์ดิจิทัลคอนเทนต์ กรุงเทพฯ
 - คลัสเตอร์ผักปลอดภัยจากสารพิษภาคตะวันตก
 - คลัสเตอร์ Hotel De Charm จังหวัดเชียงใหม่
 - คลัสเตอร์สิ่งทอจังหวัดชัยภูมิ
 - ตารางเปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีต ในประเทศไทย
- 4) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน
 - องค์ประกอบของคลัสเตอร์
 - ลักษณะที่สำคัญของคลัสเตอร์
 - ความหมายของ CDA
 - ประโยชน์คลัสเตอร์
 - แผนผังการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster Mapping)
 - ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์
- 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคลัสเตอร์

2.4 การรวมกลุ่มทางธุรกิจ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

- 1) ความเป็นมาของการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
- 2) ความหมายการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
- 3) แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน
- 4) การศึกษาในอดีตของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจ แบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน ในต่างประเทศ
- 5) การศึกษาในอดีตของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจ แบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน ในประเทศไทย
- 6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

2.5 ข้อเปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) และการรวมกลุ่มแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

2.6 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development)

- 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ทฤษฎีแนวคิดดังนี้
 - แนวคิด BAH model ของ Booz, Allen, & Hamilton, 1982
 - แนวคิด Stage gate model ของ Robert G. Cooper, 1994
 - แนวคิด Ulrich & Eppinger model ของ, Ulrich & Eppinger, 2012
- 2) ตารางเปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 3 ทฤษฎี
- 3) ตารางเปรียบเทียบข้อดี และ ข้อเสีย ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 3 ทฤษฎี

2.1 ธุรกิจตัวแทนออกของ

1) ประวัติความเป็นมา และ พัฒนาการธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

ตัวแทนออกของ (Customs Broker) หรือ ชิปปิ้ง (Shipping) ยังไม่พบหลักฐานว่าเริ่มตั้งแต่เมื่อใด แต่สันนิษฐานว่าน่าจะมีมานานกว่า 70 ปี (บุษรัตน์ ไวทยะโกมล, 2556) ชิปปิ้ง (Shipping) เป็นคำเรียกทับศัพท์จากภาษาอังกฤษ ซึ่งแปลว่าการส่งของทางเรือ การเดินเรือ และทำงานเกี่ยวข้องกับต่างประเทศ ซึ่งในอดีตเมื่อมีการสั่งสินค้ามาจากต่างประเทศเอกสารประกอบจะเป็นภาษาต่างประเทศ ผู้นำเข้าไม่มีความถนัดทางด้านภาษาจึงจำเป็นต้องจ้างคนมีความรู้ด้านภาษามาช่วยแปลให้ จึงมีผู้ประกอบการอาชีพชิปปิ้งกันอย่างแพร่หลาย ต่อมากรมศุลกากรต้องการยกระดับอาชีพนี้ให้มีมาตรฐานเช่นเดียวกับนานาประเทศจึงได้เรียกอาชีพนี้ว่า “ตัวแทนออกของ” ซึ่งกรมศุลกากรได้ให้คำนิยาม “ตัวแทนออกของ” หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการผ่านพิธีการศุลกากรนำเข้าและส่งออก ให้กับเจ้าของสินค้า และ ให้บริการต่อเนื่องในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น การจองระวางเรือ เครื่องบิน จัดหารถบรรทุก เป็นต้น (กรมศุลกากร, 2549) ในต่างประเทศมีกฎหมายกำหนดไว้สำหรับ

บุคคลที่ประกอบอาชีพนี้ โดยมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป เช่น ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ เรียกว่า Customs Broker ประเทศแคนาดา เกาหลีใต้ เรียก Customs House Broker (หยก แสงตะวัน, 2554) “ตัวแทนออกของ” เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีส่วนเกี่ยวข้องกับต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งจากสถิติพบว่า ประเทศไทยยังเป็นประเทศหนึ่งที่มีต้นทุนทางโลจิสติกส์สูง ซึ่งส่งผลต่อราคาสินค้าส่งออก โดยในปี 2552 ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP เท่ากับร้อยละ 15.1 ในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.2 ปี 2554 ลดลงเป็นร้อยละ 14.7 และในปี 2555 เท่ากับร้อยละ 14.3 (บุษรัตน์ ไททยะโกมล, 2556) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ร้อยละ 8.3 ในปี 2553 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ค่าบริการตัวแทนออกของ เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์

ต่อมาในปี 2549 กรมศุลกากรได้มียกระดับการยอมรับวิชาชีพ “ตัวแทนออกของ” ให้เป็นที่ยอมรับและทัดเทียมวิชาชีพตัวแทนออกของในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา เป็นต้น และในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2549 กรมศุลกากรได้มีระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับตัวแทนออกของ เป็นประกาศกรมที่ 13/2549 โดยให้มีการควบคุมมาตรฐานวิชาชีพตัวแทนออกของ โดยกรมศุลกากร ได้ให้การรับรอง 3 สมาคม สมาคมชิปปิงแห่งประเทศไทย สมาคมตัวแทนออกของรับอนุญาตไทย และสมาคมตัวแทนออกของอิเล็กทรอนิกส์ไทย ซึ่งทั้ง 3 สมาคมมีหน้าที่รองรับสมาชิกที่เป็นนิติบุคคล กำหนดจรรยาบรรณตัวแทนออกของ เผยแพร่ความรู้ด้านศุลกากรแก่สมาชิก และกำกับดูแลความประพฤติของสมาชิก รวมทั้งสมาคมต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงรายชื่อสมาชิกแก่กรมศุลกากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐาน อันจะเป็นการสร้างการยอมรับวิชาชีพดังกล่าวต่อไป (บุษรัตน์ ไททยะโกมล, 2556) โดยจะต้องลักษณะการให้บริการ 2 ด้าน ดังนี้

ด้านบทบาท ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างเจ้าของสินค้า กับ กรมศุลกากร และ รัศชาติุลยธรรมทั้ง 2 ฝ่าย เป็นผู้ประกอบการที่ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ปกป้องเศรษฐกิจของประเทศ โดยปกป้องเงินอากรของรัฐ

ด้านหน้าที่ ทำหน้าที่เป็นผู้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นตัวแทนออกของยุคใหม่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ สามารถรองรับสถานการณ์ต่างๆ ได้ ติดตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายทางราชการ ให้บริการที่เป็นมาตรฐาน ให้คำแนะนำและสิ่งที่ถูกต้องแก่ผู้ว่าจ้าง และไม่สร้างปัญหาให้เป็นอุปสรรคแก่การค้าระหว่างประเทศ

กล่าวได้ว่า “ตัวแทนออกของ” เป็นส่วนหนึ่งช่วยดำเนินการให้ระบบการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปด้วยความราบรื่น ช่วยลดค่าใช้จ่ายและความยุ่งยาก ปัจจุบันกรมศุลกากรได้แบ่งตัวแทนออกของ ออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) ตัวแทนออกของทั่วไป คือ นิติบุคคลที่ได้ยื่นคำร้องขออนุญาตเป็นตัวแทนออกของต่อกรมศุลกากรตามประกาศกรมศุลกากรที่ 13/2549 ลงวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2549 (กรมศุลกากร, 2549)
- 2) ตัวแทนออกของระดับมาตรฐานเออีโอ (Authorized Economic Operator : AEO) คือ นิติบุคคลที่ได้ยื่นคำร้องขออนุญาตเป็นตัวแทนออกของที่มีความประสงค์จะยกระดับตัวเองเพื่อเพิ่ม มาตรฐานด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่ระดับมาตรฐานโลก ตามประกาศกรมศุลกากรที่ 36/2552 ลงวันที่ 14 ตุลาคม 2552 (กรมศุลกากร, 2552)

โดยการเป็น “ตัวแทนออกของ” ทั้งสองประเภทนี้ มีสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากกรมศุลกากรต่างกัน ซึ่งตัวแทนออกของระดับมาตรฐานเออีโอ (Authorized Economic Operator: AEO) จะได้รับสิทธิประโยชน์ ในด้านต่างๆจากกรมศุลกากรมากกว่า ตัวแทนออกของทั่วไป เช่น การขอคืนอากรเร่งด่วน การยกเว้นเงินวางประกันสำหรับสินค้าผ่านแดน เป็นต้น

2) กระบวนการดำเนินงานในธุรกิจตัวแทนออกของ

ลักษณะการให้บริการของ ตัวแทนออกของ จะเป็นการให้บริการในการจัดเตรียมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการนำเข้า และ ส่งออก ซึ่งได้รับจาก ผู้ส่งออก และ ผู้นำเข้า โดยที่ได้มีการนำข้อมูลมาสรุปได้เป็นขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้ (ชัยชนะ ตีรสุกิตติมา, 2558)

(1) จัดทำเอกสารและยื่นข้อมูลใบขนสินค้านำเข้า และ ส่งออก ไปยังกรมศุลกากร โดยจะมีข้อมูลบัญชีรายการของสินค้า ราคา รายละเอียดการบรรจุหีบห่อ และ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก หรือ นำเข้าทั้งหมด โดยยื่นข้อมูลผ่านทางระบบ EDI (Electronic Data Interchange) ภายหลังกรมศุลกากรได้ประกาศให้ยกเลิกระบบ EDI และมาให้บริการในระบบพิธีการศุลกากรนำเข้าและส่งออก ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสารแทน (กรมศุลกากร, 2551) ซึ่งในปัจจุบันการทำพิธีการศุลกากรทั้งนำเข้า และ ส่งออก จะต้องทำผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสารเพียงอย่างเดียว หมายถึงระบบการให้บริการผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบ ebXML โดยผู้ประกอบการไม่ต้องใช้เอกสารในส่วนที่ต้องใช้สำแดงให้กับเจ้าหน้าที่ศุลกากร เช่น บัญชีราคาสินค้า และใบขนสินค้า นอกจากนี้ยังมีการนำเอาเทคโนโลยี Public Key Infrastructure และการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) และมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานใหม่ (Process Redesign) เพื่อลดขั้นตอนการให้บริการแก่ผู้ประกอบการ

(2) จัดการจำแนกสินค้าเข้าในหมวดหมู่ตามรหัสสินค้า “ระบบฮาร์โมนไนซ์” (Harmonized System WCO) ที่ศุลกากรโลกกำหนดไว้

(3) ชำระเงินค่าภาษีอากร นำเข้า และ ส่งออก ซึ่งปัจจุบันสามารถชำระได้ 3 วิธี
ชำระที่กรมศุลกากร ชำระที่ธนาคาร และ ชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

(4) การตรวจปล่อยสินค้า จากอากรักขาของศุลกากร หลังจากชำระภาษีอากรแล้ว “ตัวแทนออกของ” จะนำเอกสารไปยังท่าเรือนำเข้า หรือ ท่าเรือส่งออก โดยการตรวจปล่อยจะขึ้นอยู่กับสถานะของใบขนสินค้านั้นๆ ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 สถานะ ยกเว้นการตรวจปล่อย (Green Line) โดยสถานะนี้หมายถึงไม่ต้องพบเจ้าหน้าที่ “ตัวแทนออกของ”สามารถนำรถเข้ามาขอรับสินค้าที่โกดังเพื่อขอรับสินค้าได้เลย อีกสถานะหนึ่งคือ ต้องผ่านการเปิดตรวจ (Red Line) ซึ่งหากเป็นสถานะนี้หมายถึงต้องผ่านการตรวจสินค้าจากเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรก่อน จึงจะสามารถนำรถเข้ามารับสินค้า ณ โกดังสินค้าได้ โดยสามารถดูได้จากภาพที่ 2.1 และ ภาพที่ 2.2 ประกอบ



ภาพที่ 2.1 กระบวนยื่นเอกสารพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าโดยทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: กรมศุลกากร, 2558



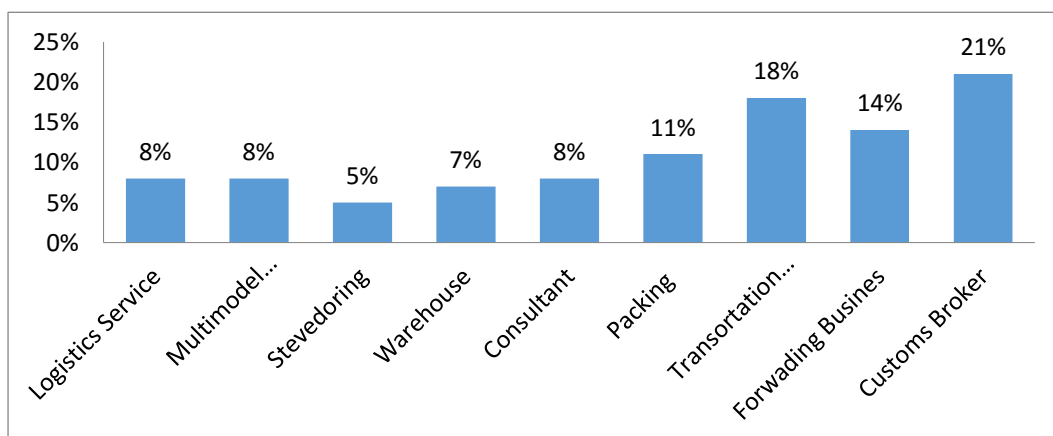
ภาพที่ 2. 2 กระบวนการยื่นเอกสารพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้าส่งออกโดยทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: กรมศุลกากร, 2558

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจ “ตัวแทนออกของ” เป็นธุรกิจการให้บริการซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเติบโตของภาคการค้าระหว่างประเทศ โดยธุรกิจนี้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการเพิ่มขึ้นของการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ปัจจุบัน “ตัวแทนออกของ” บางบริษัท เพิ่มบทบาทการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์มากขึ้น เช่น บริการรับจองระวางเรือ/ระวางเครื่องบิน บริการบรรจุภัณฑ์ รวมถึงให้บริการทางด้านการส่งสินค้าถึงผู้ใช้สินค้าโดยตรง (Door-to-Door services)

3) สภาพการณ์แข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน

จากสภาพการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน ที่มีแรงกดดันจากทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาในธุรกิจ และที่มีแนวโน้มจะเข้ามาหลังจากเปิดเสรีทางการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบเพิ่มขึ้นในปลายปี 2558 นี้ และจากสัดส่วนธุรกิจของตัวแทนออกของที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 21 ของธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง ซึ่งมีจำนวนสูงมากกว่าธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 สัดส่วนธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556

จากรูปภาพที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทยซึ่งสามารถจำแนกได้ตามกราฟที่แสดง งานทางด้านพิธีการศุลกากร มีสัดส่วนร้อยละ 21 งานบริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีสัดส่วนร้อยละ 14 งานทางด้านให้บริการขนส่งสินค้า มีสัดส่วนอยู่ร้อยละ 18 งานทางด้านบรรจุภัณฑ์ มีสัดส่วนร้อยละ 11 งานทางด้านบริการให้คำปรึกษามีสัดส่วนร้อยละ 8 งานทางด้านให้บริการคลังสินค้า มีสัดส่วนร้อยละ 7 งานให้บริการแรงงานและอุปกรณ์สำหรับการขนถ่ายสินค้าลงเรือเดินสมุทร งานบริการทางด้านขนส่งหลายรูปแบบ มีสัดส่วนร้อยละ 8 และงานบริการทางด้านโลจิสติกส์อื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 8 จากรูปภาพแสดงสัดส่วนดังกล่าว ที่แสดงถึงสัดส่วนของธุรกิจตัวแทนออกของ 3 อันดับที่โดดเด่นธุรกิจนี้ อันดับที่หนึ่ง งานให้บริการทางด้านพิธีการศุลกากร ที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 21 อันดับที่สอง รองลงมาคืองานให้บริการทางด้าน การขนส่ง และอันดับที่สาม งานให้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ขยาย ระยะเวลาทางเรือและทางอากาศ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 14 ส่งผลทำให้บริษัทใหญ่ๆ และต่างชาติ เล็งเห็นโอกาสในธุรกิจนี้ ว่ายังคงมีโอกาสดีต่อไปอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจัยเสริมจากโอกาสในการเปิดเสรีทางการค้า การแข่งขันทางการค้าทวีความรุนแรงเข้มข้นมากขึ้น ทำให้สัดส่วนของบริษัทข้ามชาติเพิ่มความสนใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และด้วยจำนวนผู้ประกอบการตัวแทนออกของที่ใหญ่เป็นผู้ประกอบขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ยังขาดเงินทุน ทักษะทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ขาดการเชื่อมโยงแบบเครือข่าย ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทตัวแทนออกของที่มีขนาดใหญ่ หรือบริษัทตัวแทนออกของข้ามชาติได้ ทำให้ต้องเปลี่ยนสภาพการให้บริการเป็นผู้รับเหมาช่วง (Sub-contract) ให้กับบริษัทตัวแทนออกของที่มีขนาดใหญ่ หรือบริษัทตัวแทนออกของข้ามชาติ ส่งผลทำให้ราคาการให้บริการต้องเป็นราคาแบบรับเหมาช่วง ซึ่งเป็นราคาที่

ต่ำ และมีกำไรน้อย เริ่มเข้าสู่ยุคของสงครามราคา ผู้ให้บริการบางส่วนต้องออกจากตลาดไป และสูญเสียโอกาสทางธุรกิจอย่างมหาศาล

นอกจากนี้สภาพกระแสการพัฒนาแบบโลกาภิวัตน์ที่มุ่งการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ กลุ่มประเทศใกล้เคียงทำให้เกิดสภาพการแข่งขันของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น (Hyper Competition) ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเพิ่มขึ้นทำให้การแข่งขันเปลี่ยนไปในแนวการยกระดับประสิทธิภาพ เน้นการสร้างการบริการควบคู่ไปกับนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเสนอมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า (Value Proposition) ทำให้ผู้ให้บริการ ตัวแทนออกของ จำเป็นที่จะต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น จากปัจจัยและสภาพการแข่งขันดังกล่าว และจากแผนการพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและจัดการโซ่อุปทานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) พบว่า ประเทศไทยยังมีการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ไปอย่างค่อนข้างล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอาเซียน ดังจะแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2. 1 เปรียบเทียบความสามารถการแข่งขันทางด้านโลจิสติกส์
ของประเทศในอาเซียน 2555

รายการ	สิงคโปร์	ญี่ปุ่น	ฮ่องกง	จีน	มาเลเซีย	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินเดีย	เวียดนาม
ดัชนีความสามารถด้านโลจิสติกส์	4.13	3.93	4.12	3.52	3.49	3.07	3.02	3.08	3.00
อันดับ	1	8	2	26	29	38	52	46	53
(1) พิธีการศุลกากร	4.10	3.72	3.97	3.25	3.28	2.96	2.63	2.77	2.65
(2) โครงสร้างพื้นฐาน	4.15	4.11	4.12	3.61	3.43	3.08	2.80	2.87	2.68
(3) การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ	3.99	3.61	4.18	3.46	3.40	3.21	2.97	2.98	3.14
(4) สมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทั้งภาครัฐและธุรกิจ	4.07	3.97	4.08	3.47	3.45	2.98	3.14	3.14	2.68
(5) ระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้า	4.07	4.03	4.09	3.52	3.54	3.18	3.30	3.09	3.16
(6) ความตรงต่อเวลาของบริการ	4.39	4.21	4.28	3.80	3.86	3.63	3.30	3.58	3.64

ที่มา : ธนาคารโลก,2555

จากตารางที่2.1 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันทางด้านโลจิสติกส์ ของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน โดยมีดัชนีตัวชี้วัดประสิทธิภาพ ทางด้านโลจิสติกส์ของธนาคารโลกในปี 2555 พบว่า ประเทศไทยมีดัชนีความสามารถทางด้านโลจิสติกส์ โดยถูกจัดเป็นอันดับที่ 38 มีคะแนนอยู่ที่ 3.07 จากคะแนนเต็ม 5.00 ขณะที่สิงคโปร์ถูกจัดเป็นอันดับที่ 1 มีคะแนน

อยู่ที่ 4.13 จากคะแนนเต็ม 5.00 มาเลเซียถูกจัดเป็นอันดับที่ 29 โดยมีคะแนนอยู่ที่ 3.49 โดยที่ฟิลิปปินส์ ถูกจัดอยู่อันดับที่ 52 มีคะแนนอยู่ที่ 3.02 จากคะแนนเต็ม 5.00 ในขณะที่เวียดนามถูกจัดอยู่อันดับที่ 53 มีคะแนนอยู่ที่ 3.00 จากคะแนนเต็ม 5.00 ซึ่งไทยมีลำดับความสามารถในการแข่งขันทางด้านโลจิสติกส์ น้อยกว่ามาเลเซีย และ น้อยกว่าสิงคโปร์ โดยส่วนใหญ่เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับ งานบริการ ทางด้านพิธีการศุลกากร มีคะแนนความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ 2.96 โครงสร้างพื้นฐานมีคะแนนอยู่ที่ 3.08 การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ มีคะแนนอยู่ที่ 3.21 สมรรถนะผู้ให้บริการทั้งภาครัฐ และ ภาคธุรกิจ มีคะแนนอยู่ที่ 2.98 ระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้า มีคะแนนอยู่ที่ 3.18 และความตรงต่อเวลาของบริการ มีคะแนนอยู่ที่ 3.63 และความตรงต่อเวลาของบริการ มีคะแนนอยู่ที่ 3.63

สรุปได้ว่าประเทศไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันทางด้านโลจิสติกส์ ที่มีการอย่างล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคในอาเซียน ซึ่งต้องเร่งปรับตัวและพัฒนา อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีอยู่ถึงร้อยละ 90 ในอุตสาหกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ซึ่งแต่เดิมเป็นผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญด้านกฎระเบียบและมีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรมากกว่าต่างชาติ แต่เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าส่งผลให้กฎระเบียบด้านพิธีการศุลกากรผ่อนปรนลงและมีการนำระบบเทคโนโลยีโดยการรับส่งข้อมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ส่งผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยลดลง เนื่องจากไม่มีความรู้ความสามารถในการรับรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงความพร้อมในด้านเงินทุน เครือข่าย เพราะการให้บริการของตัวแทนออกของ จะต้องสำรองเงินให้ลูกค้าไปก่อนบางขั้นตอน แล้วจึงไปเรียกเก็บเงินภายหลัง ดังนั้นทำให้ผู้ให้บริการตัวแทนออกของไทยขาดเงินทุน และอาจทำให้ประสบปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน ส่งผลทำให้ ผู้ประกอบการตัวแทนออกของไทยต้องประสบกับปัญหาที่รุนแรงหากมีการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้เห็นช่องทางในการที่ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิธีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ด้วยแนวคิดการรวมกลุ่มธุรกิจ ของตัวแทนออกของในประเทศไทย ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย

4) ปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนออกของ

การส่งเสริมพัฒนาภาคบริการโลจิสติกส์ให้มีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวเข้ากับแนวโน้มเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตอันใกล้ สามารถเข้าถึงโอกาสในการสร้างเครือข่ายโซ่อุปทานด้านโลจิสติกส์ (Supply Chain Network) โดยเฉพาะแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของธุรกิจตัวแทนออกของในการเปิดเสรีทางการค้า (พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล และคณะ, 2556) ดังนี้

- ต้องมีการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้มากขึ้น

- มีธุรกรรมการค้าซื้อขายผ่านแดนกันมากขึ้นระหว่างอาเซียน ตัวแทนออกของขนาดกลาง และขนาดย่อมต้องตื่นตัวและเพิ่มทักษะในภาษาอังกฤษให้มากขึ้น
- มีการใช้ระบบพิธีการศุลกากรจะเป็นระบบ NSW (National Single Window) ให้มากขึ้น ระบบ NSW เป็นระบบที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับการนำเข้าและส่งออก และระบบงานทางด้านโลจิสติกส์ รวมถึงการรองรับข้อมูลระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศภูมิภาคอื่น ระบบจะมีทั้งการบริการอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติควบคู่กันไป กับการปฏิรูปกระบวนการทำงานที่ลดขั้นตอนการให้บริการ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังช่วยลดเอกสารที่ซับซ้อนลงด้วย
- มีการนำระบบ RFID มาใช้ในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเพื่อใช้ในการควบคุมการเคลื่อนไหวของการขนส่งสินค้า ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
- มีการซื้อขายกับประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการลดขั้นตอน ภาระเบียดทางด้านศุลกากร และ ลดกำแพงภาษี ต้นทุนผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากประเทศในอาเซียนด้วยกันต่ำลง ช่วยเพิ่มส่วนต่างกำไรให้ผู้ประกอบการมากขึ้น ส่งผลทำให้การนำเข้าและส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทข้ามชาติจะเข้ามาลงทุนในภาคโลจิสติกส์มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีขนาดกลางและเล็กควรรวมตัวกันและพัฒนาให้เป็นคลัสเตอร์เพื่อสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้สู้กับบริษัทต่างชาติหรือบริษัทใหญ่ในธุรกิจได้
- ตลาดโดยรวมมีขนาดใหญ่ขึ้น อาเซียน 10 ประเทศ ไทย ลาว อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์ พม่า บรูไน กัมพูชา มีประชากรรวม 636.507 ล้านคน มีดินแดนรวมกัน 4,328,361 ล้านตารางกิโลเมตร มีผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) มูลค่า 3,829 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
- มีการจ้างงานต่างชาติมากขึ้น มีการเคลื่อนย้ายแรงงาน ในการทำงานทางด้านโลจิสติกส์ ส่งผลทำให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากขึ้น
- มีการผ่านพิธีการในจุดตรวจปล่อยน้อยลงเนื่องจากรัฐบาลส่งเสริมให้ใช้ระบบ NSW มากขึ้น ทำให้การทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้น

แนวโน้มดังกล่าว เป็นปัจจัยเอื้อต่อการให้ความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยยังมีโอกาสอีกมาก แต่เนื่องด้วยผู้ประกอบการร้อยละ 90 ยังอยู่ในระดับ SME จึงยังขาดทั้งเงินทุน และ ทักษะความรู้ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรที่มีความเข้าใจในงานอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงมีผู้วิจัยหลายท่านให้ความสนใจ ในการศึกษาการ

ยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการให้ทัดเทียมกับนานาชาติ และจากการศึกษาโครงการจัดทำ ข้อมูลมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมเพื่อเป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย ซึ่งรวมถึงกิจกรรมการให้บริการของ “ธุรกิจตัวแทนออกของ” (Customs Broker) ด้วยการเพิ่มศักยภาพภาคบริการโดยสนับสนุนให้ ภาคเอกชนไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) พร้อมทั้งยกระดับให้มีการ รวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล และคณะ, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2552) อ้างว่า เพื่อให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศไทยปรับตัวได้ทัดเทียมกับนานาชาติ ทางเลือกหนึ่งคือ การพัฒนาพื้นที่โดยเน้นส่งเสริมขีด ความสามารถในการแข่งขันที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ภายใต้การผสมผสานองค์ประกอบหลัก ของการพัฒนาคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อสร้างเครือข่ายวิสาหกิจให้เชื่อมโยงกันซึ่งปัจจุบันการรวมกลุ่ม กันของผู้ให้บริการตัวแทนออกของ ยังคงเป็นแนวคิดที่พูดถึงกันมาก โดยส่วนมากจะมีการรวมกลุ่มกัน ในรูปแบบของสมาคมการค้าซึ่งสมาชิกเป็นผู้ประกอบการที่รู้จักกันดีและมีการให้บริการที่คล้ายกันอยู่ ในบริเวณที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้การให้บริการเป็นไปในรูปแบบของการแข่งขันกัน จึงทำให้ ความสัมพันธ์ยังไม่ราบรื่นเพราะยังคงดำเนินธุรกิจด้วยความรู้สึกต้องการแข่งขันกันเอง (รัฐภูมิ ภัคดี ภูมิ, 2556) ตัวอย่างการรวมกลุ่มธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกันและประสบ ความสำเร็จ เช่นธุรกิจสาย การบิน มีการรวมกลุ่มพันธมิตรที่มีการพิจารณาพื้นที่การให้บริการ สองถึงสามสายการบินอาจเป็น พันธมิตรกันในพื้นที่บริการหนึ่ง แต่อาจเป็นคู่แข่งกันในอีกพื้นที่ในบริการหนึ่งไปพร้อมๆกันได้

2.2 ประเภทงานบริการในตัวแทนออกของในประเทศไทย

1) การขนส่งสินค้า

ความหมายของการขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่ผลิตไปยังสถานที่ที่ บริโภคสินค้านั้น ซึ่งการเคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างสถานที่ดังกล่าวก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า (กมล ชนก สุทธิวาทนฤพุดดี และคณะ, 2547) การขนส่งนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากในการ ดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การขนส่งภายในประเทศไทย มีด้วยกันหลายรูปแบบ เช่น การขนส่งทางถนน การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางราง และ การขนส่งทางอากาศ ซึ่งสามารถแสดงตัวเลขเปรียบเทียบ สัดส่วนการขนส่งสินค้าในแต่ละกิจกรรม (กรมการขนส่ง กระทรวงคมนาคม, 2557) ได้ดัง แสดงใน ตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2. 2 เปรียบเทียบสัดส่วนการขนส่งภายในประเทศ ปี 2553-2557

	2553	2554	2555	2556	2557	2553	2554	2555	2556	2557
	น้ำหนักสินค้า (พันตัน)					จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง (ล้านตันกิโลเมตร)				
การขนส่งทางถนน	456,448.00	442,667.00	458,781.00	458,828.00	465,020.00	185,883.00	184,082.00	187,583.00	183,948.00	187,330.00
การขนส่งทางรถไฟ	11,399.00	10,864.00	10,758.00	11,817.00	10,792.00	2,582.00	2,455.00	2,342.00	2,527.00	2,231.00
การขนส่งทางน้ำ	48,145.00	46,932.00	47,422.00	45,413.00	50,113.00	8,558,275.00	8,695,482.00	8,324,581.00	7,971,913.00	7,993,441.00
การขนส่งสินค้าทางชายฝั่ง	36,731.00	41,273.00	44,263.00	45,441.00	46,673.00	5,545,153.00	6,412,145.00	6,874,554.00	5,725,079.00	5,391,228.00
การขนส่งสินค้าทางอากาศ	59,791.00	57,397.00	59,141.00	53,658.00	40,114.00	34,169.00	33,366.00	34,381.00	34,278.00	25,207.00

จากตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่า การขนส่งสินค้าที่เป็นที่นิยมโดยเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้

อันดับที่หนึ่ง การขนส่งทางน้ำ ที่มีตัวเลขในการขนส่งสินค้าในปี 2553 จำนวนน้ำหนัก 48,145 (พันตัน) และจำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 8,558,275 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2554 จำนวนน้ำหนัก 46,932 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 8,695,482 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2555 จำนวนน้ำหนัก 47,422 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง (พันตัน) 8,324,581 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2556 จำนวนน้ำหนัก 45,413 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 7,971,913 (ล้านตันกิโลเมตร) และในปี 2557 จำนวน น้ำหนัก 50,113 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 7,993,441 (ล้านตันกิโลเมตร) สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการขนส่ง เช่น ดิน หิน ทราย จำนวนร้อยละ 30 ขนส่งแร่เชื้อเพลิง ร้อยละ 9 ขนส่งซีเมนต์ ร้อยละ 25 และขนส่งอื่นๆ ร้อยละ 36

อันดับที่สอง การขนส่งสินค้าทางชายฝั่งทะเล ที่มีตัวเลขในการขนส่งสินค้าในปี 2553 จำนวนน้ำหนัก 36,731 (พันตัน) และจำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 5,545,153 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2554 จำนวนน้ำหนัก 41,273 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 6,412,145 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2555 จำนวนน้ำหนัก 44,263 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 6,874,554 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2556 จำนวนน้ำหนัก 45,441 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 5,725,079 (ล้านตันกิโลเมตร) และ ในปี 2557 จำนวนน้ำหนัก 46,673 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 5,391,228 (ล้านตันกิโลเมตร) สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการขนส่ง เช่น ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี จำนวนร้อยละ 86 ขนส่งโลหะก่อสร้าง ร้อยละ 2 ขนส่งอื่นๆ ร้อยละ 12

อันดับที่สาม การขนส่งสินค้าทางถนน ที่มีตัวเลขในการขนส่งสินค้าในปี 2553 จำนวนน้ำหนัก 456,448 (พันตัน) และจำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 187,330 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2554 จำนวนน้ำหนัก 442,667 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 184,082 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2555 จำนวนน้ำหนัก 458,781 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 187,583 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2556 จำนวนน้ำหนัก 458,828 (พันตัน) และ 183,948 (ล้านตันกิโลเมตร) และในปี 2557 จำนวนน้ำหนัก

456,020 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 187,330 (ล้านตันกิโลเมตร) สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการขนส่งส่วนใหญ่ยังคงเป็น อ้อย ดิน หิน ทราาย และ แร่ธาตุ อันดับสี่ การขนส่งสินค้าทางอากาศ ที่มีตัวเลขในการขนส่งสินค้าในปี 2553 จำนวนน้ำหนัก 59,791 (พันตัน) และจำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 34,169 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี2554 จำนวนน้ำหนัก 57,397 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 33,366 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2555 จำนวนน้ำหนัก 59,141 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 34,381 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2556 จำนวนน้ำหนัก 53,658 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 34,278 (ล้านตันกิโลเมตร) และในปี 2557 จำนวนน้ำหนัก 40,114 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 25,207 (ล้านตันกิโลเมตร) สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการขนส่ง คือ สินค้าของสด ผลไม้ และ อื่นๆ อันดับห้า การขนส่งสินค้าทางรถไฟ ที่มีตัวเลขในการขนส่งสินค้าในปี 2553 จำนวนน้ำหนัก 11,399 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 2,582 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี2554 จำนวนน้ำหนัก 10,864 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 2,455 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2555 จำนวนน้ำหนัก 10,758 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 2,342 (ล้านตันกิโลเมตร) ในปี 2556 จำนวนน้ำหนัก 11,817 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 2,527 (ล้านตันกิโลเมตร) และในปี 2557 จำนวนน้ำหนัก 10,792 (พันตัน) และ จำนวนกิโลเมตรที่วิ่ง 2,231 (ล้านตันกิโลเมตร) สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการขนส่ง สินค้าเบ็ดเตล็ด ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และ ซีเมนต์

การลำเลียงสินค้า โดยการใช้เส้นทางขนส่งทางถนน สำหรับการขนส่งภายในประเทศเส้นทางจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค หรือจากผู้ผลิต ถึงท่าเรือเพื่อส่งออก รวมถึง จากท่าเรือที่นำเข้าสินค้า ส่งถึงโรงงานผู้ผลิต ที่ยังคงได้รับความนิยมในประเทศไทย เนื่องจากรวดเร็ว และสะดวก ถึงแม้ว่าจะเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีต้นทุนสูงกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น แต่ด้วยข้อจำกัดของการขนส่งรูปแบบอื่นที่ไม่สามารถขนส่งแบบจุดเริ่มต้นไปยังจุดปลายทาง(door-to-door) หมายถึงจากประตูผู้ส่ง ถึงประตูผู้รับ และไม่สามารถบริหารจัดการให้ทันตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ในขณะที่การขนส่งด้วยรถบรรทุกสามารถตอบสนองให้กับผู้ใช้บริการได้ดีกว่า การขนส่งทางถนน สำหรับการขนส่งทางถนน โดยรถบรรทุกนั้น สามารถแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ บริษัทผู้ผลิตสินค้ามีรถในการขนส่งสินค้าเป็นของตัวเอง และ การว่าจ้างบริษัทผู้ประกอบการขนส่งสินค้าซึ่งมีทั้งใช้กันเป็นประจำ และชั่วคราว แต่บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีบริการการส่งสินค้าจำนวนมาก นิยมว่าจ้างบริษัทผู้ประกอบการขนส่งสินค้าแทนการส่งสินค้าด้วยตัวเอง เพื่อลดขั้นตอน ลดต้นทุน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ได้ดีกว่าการดำเนินการเอง ทำให้ผู้ผลิตสามารถหันมาพัฒนาธุรกิจหลักของตนเองได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกยังสามารถแบ่งตามลักษณะการขนส่งแบบเต็มคัน และ ไม่เต็มคัน ลักษณะการขนส่งแบบเต็มคันนั้นจะเป็นลักษณะการขนส่งโดยเริ่มจากจุดเริ่มต้น ไปยังจุดปลายทางโดยไม่ได้แวะรับสินค้าในระหว่างทาง ส่วนการขนส่งแบบลักษณะไม่เต็มคัน จะเริ่มการขนส่งจากหลายจุดเริ่มต้นไปยังหลายจุดปลายทาง อาจจะมีศูนย์การจัดเรียงสินค้า และ อาจจะมีการแวะรับ

หรือส่งสินค้าระหว่างทางได้ แต่ส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังคงนิยมการขนส่งแบบเต็มคันเนื่องจากมีการบริหารจัดการวางแผนการขนส่งสินค้าได้ง่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นการขนส่งแบบทิศทางเดียว จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เมื่อส่งสินค้าเสร็จแล้ว รถบรรทุกก็จะวิ่งกลับมายังจุดเดิม ทำให้เกิดการวิ่งรถเที่ยวเปล่า ที่ทำให้ไม่เกิดรายได้ต่อผู้ประกอบการรถบรรทุกขนส่งในประเทศไทย

มดังนั้นระบบการขนส่งทางถนนของประเทศไทยจึงยังคงมีความจำเป็นที่จะต้อง หาสินค้าเพื่อในการเดินรถบรรทุกเที่ยวกลับ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่สาเหตุของปัญหาการเดินรถเที่ยวเปล่ายังคงเป็นประเด็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการไทย ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งผู้ใช้ได้ดีพอ ซึ่งเกิดจากการขาดแหล่งข้อมูลและระบบประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงพยายามให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ และพยายามสร้างระบบสารสนเทศเพื่อแบ่งปันข้อมูล สร้างเครือข่าย จนเกิดเป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลความต้องการว่าจ้าง และรับจ้างขนส่งสินค้าของภาคธุรกิจขึ้นมากมาย เพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการ และผู้ผลิตสินค้า ดังแสดงในตารางที่ 2.3 ดังนี้

ตารางที่ 2. 3 ระบบสารสนเทศเพื่อแบ่งปันข้อมูลในประเทศไทย

ชื่อเว็บไซต์	ลงประกาศงานว่าง หรือ รถเที่ยวเปล่า	ระบุพื้นที่เหลือในรถบรรทุก	ราคาที่เสนอ	การประเมินจากลูกค้า	แสดงเส้นทาง
www.thaitruckcenter.com	☺	-	-	-	-
www.dxplace.com	☺	-	☺	-	☺

จากตารางที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่า เว็บไซต์เหล่านี้เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้ใช้งานเท่านั้น ไม่ได้มีความสามารถในการช่วยตัดสินใจในการเลือกจุดหมาย หรือยังคงไม่สามารถให้ข้อมูลของผู้ประกอบการที่สามารถมีรถให้บริการ ณ เวลาที่ ผู้ใช้บริการเรียกใช้ได้ทันที ยังคงเป็นเพียงแคให้ข้อมูลแบบกว้างๆเท่านั้นซึ่ง ในปัจจุบันการให้บริการของเว็บไซต์ทั้งสองนี้ ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงยังไม่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ดังนั้น การนำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้จะต้องมีการจัดองค์กรกลางเพื่อเป็นศูนย์กลางประสานการดำเนินงานการจัดการระบบทางด้านโลจิสติกส์ของธุรกิจขนส่งในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (Busse & Marcus Wallenburg, 2011)

2) บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

เป็นบริการที่ให้คำปรึกษาทางด้านการขนส่งสินค้าทั้งทางเรือ และทางอากาศ เพื่อการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งธุรกิจบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีประวัติการพัฒนากายาวนานจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ (จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา, 2543) พบว่าผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เริ่มให้บริการแก่ผู้ส่งสินค้าในยุโรปแถบเมดิเตอร์เรเนียนราวคริสต์ ศตวรรษที่ 10

โดยให้บริการบริหารจัดการจัดหาบริการขนส่งทางทะเล เก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้า และทำการขนส่งสินค้าไปยังเมืองปลายทางดินแดนที่เป็นประเทศเยอรมัน และฝรั่งเศส ในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังได้ให้บริการคุ้มกันสินค้าจากการปล้นและบริการเรียกเก็บค่าสินค้าให้แก่ผู้ส่งสินค้าอีกด้วย ในระยะนั้น ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าเป็นที่รู้จักกันในนามของ Frachter ต่อมากิจการบริการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศเริ่มขยายตัวหลังจากที่ได้มีการค้นพบทวีปอเมริกาในราวคริสต์ศตวรรษที่ 16 และยิ่งขยายตัวมากขึ้นเมื่อผลของการปฏิวัติอุตสาหกรรมในประเทศอังกฤษ ได้แพร่หลายไปทั่วโลก ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าถูกลง การขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศถูกลง และมีความปลอดภัยมากขึ้น ผลของการขยายตัว ดังกล่าวทำให้ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ เริ่มให้ความสำคัญต่อการรวมตัวกันทำให้เกิดการประชุม ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศนานาชาติขึ้น ที่เมือง โลปซิก เมื่อวันที่ 19 มกราคม ค.ศ. 1880 โดยเรียกการประชุมนี้ว่า สมาพันธ์ขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ (Associations) ซึ่งมีสมาชิกมากกว่า 35,000 บริษัทจาก 30 ประเทศ และมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนกิจการผู้รับจ้างขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมาก

ปัจจุบันธุรกิจบริการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการทางด้านขนส่งสินค้านำเข้าและส่งออก ทั้งทางเรือ และ ทางอากาศ ทางไปรษณีย์ และ ทางรถไฟ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากประเทศไทยมุ่งเน้นใช้การส่งออกเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการ บริหารจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงทั้งในด้านการให้บริการ ราคา ขอบข่ายของงานที่ให้บริการ การเติบโตของธุรกิจบริการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องส่งผลทำให้เพิ่มจำนวนของผู้ประกอบการขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การใช้บริการของผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ (Freight forwarder) ในปัจจุบันมีส่วนช่วยสนับสนุนกระบวนการค้าระหว่างประเทศให้มีการพัฒนายิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้าสินค้า ซึ่งสามารถช่วยจัดการกระบวนการในการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศให้มีความสะดวก รวดเร็ว และ ประหยัดค่าใช้จ่าย รวมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งออกและนำเข้าในด้านอื่นๆ ได้แก่

- ติดต่อกรมศุลกากร กระทรวงต่างๆ เพื่อขออนุญาตและผ่านพิธีการศุลกากร
- ติดต่อกับผู้ขนส่งทั้งภายในและผู้ขนส่งระหว่างประเทศ
- ติดต่อกับธนาคาร และบริษัทประกันภัย
- ติดต่อและติดตามกับผู้ให้บริการขนส่งในต่างประเทศ ณ ปลายทาง

3) บริการพิธีการศุลกากร

เป็นการให้ความสะดวกในงานด้านพิธีการนำเข้า และ ส่งออก เพื่อให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า มั่นใจในการผ่านพิธีการศุลกากรที่ถูกต้อง ในเรื่องของพิกัดอัตราภาษีศุลกากร กฎระเบียบต่างๆที่ ศุลกากร หรือหน่วยงานราชการอื่นที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ โดยการใช้ระบบเดินพิธีการการ อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic data interchange - EDI) ซึ่งสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน แต่ใน ปัจจุบัน ได้เปลี่ยนจากระบบอิเล็กทรอนิกส์ มาเป็นระบบ paperless ซึ่งมีความสะดวกในการเดินพิธี การทางด้านศุลกากรเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

4) บริการทางด้านบรรจุภัณฑ์

เป็นการให้บริการจัดเตรียมหีบห่อให้เหมาะสมกับระเบียบทางการค้า และ กฎระเบียบของ ศุลกากรกับประเทศคู่ค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงขึ้นอยู่กับสินค้า เช่นสินค้าที่เป็นเคมี การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นภาชนะที่ถูกต้องตามกฎหมายของกรมโรงงาน ซึ่งจะต้องมีขนาดบรรจุ และมีป้ายทะเบียนบ่งชี้อย่างชัดเจน เป็นต้น หรือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทนต่อแรงสั่นสะเทือนใน ระหว่างขนส่ง ของสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการส่งออกสินค้า รวมถึงการให้บริการ การติดฉลาก (Label) บรรจุภัณฑ์

5) บริการให้คำปรึกษา

เป็นบริการที่ให้คำแนะนำปัญหาการนำเข้าและส่งออก ไปยังต่างประเทศ หรือกฎระเบียบ ข้อบังคับในการนำเข้า เพื่อตอบสนองการบริหารจัดการในห่วงโซ่อุปทานให้ครบวงจรและให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการลดต้นทุน (Cost) ลดเวลา (Time) ในการส่งมอบสินค้า

6) ให้บริการคลังสินค้า

เป็นการให้บริการบริหารจัดการคลังสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยใช้เครื่องมือทางการบริหาร จัดการคลังสินค้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Warehouse management system) พร้อมทั้งมีแรงงาน ให้บริการในการแยก คัดสินค้า และบริการอื่นๆภายในคลังสินค้า

7) ให้บริการทางด้านแรงงาน

เป็นการให้บริการทางด้านแรงงานในการบรรจุสินค้าเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์

8) ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ

เป็นการให้บริการขนส่งต่อเนื่องโดยการผสมผสาน รูปแบบการขนส่งจากจุดสินค้า ณ ประเทศต้นทาง จนถึงจุดรับสินค้า ณ ประเทศปลายทาง ภายใต้ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ เพียงรายเดียว โดยใช้เอกสาร หรือใบกำกับการขนส่ง (Multimodal Transport Document) เพียง

ฉบับเดียว สะดวกในการลดต้นทุน และยังเป็น การตอบสนองกระบวนการจัดการในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

9) บริการทางด้านโลจิสติกส์อื่นๆ

เป็นการให้บริการที่ครอบคลุมกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ รวมถึงการกระจายสินค้า ในห่วงโซ่อุปทาน

2.3 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์

การรวมกลุ่มทางธุรกิจแบบคลัสเตอร์ (Cluster) เป็นทฤษฎีการรวมกลุ่มที่โด่งดัง จากการนำเสนอของ ไมเคิล พอร์เตอร์ และได้รับความนิยมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกือบทั่วโลก ซึ่งนำไปใช้แล้วประสบความสำเร็จ แต่ในขณะเดียวกัน บางอุตสาหกรรมนำไปใช้แล้วก็ไม่ประสบความสำเร็จก็ยังมีปรากฏอยู่ ในช่วงนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงรูปแบบของการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น

1) ความเป็นมาของการเกิดคลัสเตอร์

ความเป็นมาและแนวคิดเรื่องผลกระทบของแหล่งที่ตั้งที่มีผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจนั้น เริ่มจาก (Friedrich, 1929) ในหนังสือเรื่อง “Theory of the location of Industry” และ ต่อมาปลายศตวรรษที่ 19 โดยอัลเฟรด มาร์แชล (Alfred Marshall) ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย เคมบริดจ์ กล่าวว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ฝังตัวอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งจะมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าอุตสาหกรรมที่กระจายกันอยู่และดำเนินกิจการโดยลำพัง (บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2546) ตัวอย่างที่สะท้อนแนวคิดการรวมกลุ่มในต่างประเทศ ในเขตอุตสาหกรรมประเทศอิตาลี ซึ่งมีการพัฒนาการมากกว่าร้อยปี โดยมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อทำธุรกิจในพื้นที่เดียวกัน มีความร่วมมือกันและในขณะเดียวกันก็แข่งขันกันไปด้วย การรวมตัวลักษณะนี้เป็นการรวมตัวที่เรียกว่า “คลัสเตอร์” ซึ่งส่งผลทำให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขันทางธุรกิจ

ด้วยภาวะเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีทางการค้าและผลกระทบของเทคโนโลยีที่ซับซ้อนมากขึ้นทำให้ พอร์เตอร์ ได้ฟื้นฟูความสนใจเรื่อง “คลัสเตอร์” ในหนังสือที่เป็นรู้จักกันอย่างกว้างขวาง ในแวดวงธุรกิจ คือ The Competitive Advantage of Nations หนังสือได้กล่าวถึงปัจจัย 4 ประการที่สร้างข้อได้เปรียบของคลัสเตอร์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ที่รู้จักกันในนาม Diamond model ได้แก่ สภาพตลาดของวัตถุดิบในการผลิต ความต้องการของตลาด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุน และ ยุทธศาสตร์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของตลาดในธุรกิจนั้นๆ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558) คลัสเตอร์ เป็นแนวคิดของการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ทำ

ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งผลทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ และนำไปสู่ความคิดใหม่ (บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2546) ซึ่งการเชื่อมโยงไม่ได้จำกัดเฉพาะภายในกลุ่มบริษัทผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยงกับผู้จัดส่งสินค้า ลูกค้า ตลอดจน สถาบันวิจัย และองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จนนำไปสู่ทำให้เกิดความร่วมมือ (Collaboration) และมีประโยชน์ร่วมกัน และพึ่งพาซึ่งกันและกัน จนเกิดความเชื่อถือไว้วางใจกัน และการเชื่อมโยงกันยังคงอยู่บนพื้นฐานที่มีทั้งการแข่งขัน (Competition) และความร่วมมือ เช่น ร่วมมือกันทำตลาด หรือ ซื้อวัตถุดิบจำนวนมากได้ในราคาถูก ในขณะที่เดียวกันก็แข่งขันกันพัฒนารูปแบบสินค้า เป็นต้น จากความร่วมมือท่ามกลางการแข่งขัน พร้อมกับความเชื่อมโยงกันที่เป็นระบบ ช่วยเสริมสร้างกระบวนการให้มีความต่อเนื่อง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวมเหนือกว่า ผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมตัวกันเฉพาะในด้านธุรกิจการค้าเพียงอย่างเดียว (Porter, 1990 pp.149)

สำหรับประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคลัสเตอร์ โดยให้เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศสร้างความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 1/2547 วันที่ 1 มีนาคม 2547 มอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สพข) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช) เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันคลัสเตอร์ของประเทศไทยโดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง พร้อมกำหนดแนวทางผลักดันคลัสเตอร์ของสำนักงานต่างๆ เช่น การสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ การผลักดันการดำเนินการในระดับปฏิบัติ และการติดตามประเมินผลการคลัสเตอร์ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ต่อมาได้มีการบันทึกความร่วมมือการคลัสเตอร์ ประสานงานและการพัฒนาคลัสเตอร์ (MOU) กับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน 11 หน่วยงาน สำนักงานงบประมาณ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และสถาบันคีนันแห่งเอเชีย เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2548 เพื่อร่วมมือกันผลักดันให้เกิดการพัฒนาคลัสเตอร์ในภาคการผลิตและบริการโดยมีเป้าหมายหลักในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรม ต่อมาในปีงบประมาณ 2548 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันจัดทำโครงการขับเคลื่อนเครือข่ายวิสาหกิจไทย เพื่อผลักดันให้มีการดำเนินการตามแผนงาน ภายใต้โครงการ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการ โครงการพัฒนาพันธมิตรวิสาหกิจของภาคผลิตและบริการ

เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจสัญจร และ โครงการสร้างกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะกระตุ้นและผลักดันให้ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการพัฒนาคลัสเตอร์อย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเทศไทยแล้ว คำว่า “คลัสเตอร์” อาจจะไม่ค่อยได้ยินกันมาก โดยส่วนมากจะมีชื่อเรียกกันหลายแบบเช่น “เครือข่ายวิสาหกิจ” หรือ “ระบบเครือข่าย” หรืออาจมีคำอื่นเรียกอีกมากมาย แต่ได้มีผู้ได้ให้คำนิยามไว้หลากหลาย เช่น

“คลัสเตอร์” (Cluster) หรือ “เครือข่ายวิสาหกิจ” หมายถึง กลุ่มของผู้ประกอบการที่มีการกระจุกตัวอยู่อย่างหนาแน่นในทำเลหรือท้องถิ่นเดียวกัน(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในอุตสาหกรรมผลิตหรือบริการหนึ่งๆ ซึ่งเป็นแกนหลักทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการแข่งขันกันทางธุรกิจ เผชิญปัญหาหรือความท้าทายต่างๆ คล้ายกันมารวมกลุ่มกัน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันที่สำคัญ คือเพื่อเพิ่มผลผลิตการผลิตหรือบริการของบรรดาผู้ประกอบการทั้งหลาย ที่เกี่ยวข้องกันในคลัสเตอร์นั้น ด้วยการประสานประโยชน์ระหว่างกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความคิด และ ประสบการณ์ระหว่างกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน หรือองค์กรสนับสนุนต่างๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ อันจะมีผลทำให้คลัสเตอร์นั้นเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ และพัฒนาไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม และนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของคลัสเตอร์ในที่สุด

ส่วนคำนิยามของ พอร์เตอร์ (Porter) ผู้เป็นปรมาจารย์ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ได้ให้ความหมาย “คลัสเตอร์” หมายถึง กลุ่มที่มีความเข้มข้นทางภูมิศาสตร์ และมีความเชื่อมโยงกันระหว่างบริษัทต่างๆ กับสถาบัน รวมถึงเชื่อมโยงอุตสาหกรรมและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมารวมตัวกันดำเนินกิจกรรมเกื้อหนุน เชื่อมโยง และ เสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality & Complementarity) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน (Horizontal Linkages) ทั้งที่เป็นคู่แข่งกัน อาทิ เช่น ซัพพลายเออร์ ผู้ขายเครื่องจักร ผู้ให้บริการ หรือเทคโนโลยีพิเศษ ซึ่งเป็นความเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือการเพิ่มผลผลิต (productivity) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม ซึ่งเป็นการขยายเครือข่ายต่อเนื่องตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำและรวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานวิจัยต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน ส่งผลทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ และพัฒนาไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา (Knowledge-based) ส่งผลที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Innovation) และผลิตภาพโดยรวม

สำหรับ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549 ยังได้ให้ความหมาย “คลัสเตอร์” หมายถึงการรวมกลุ่มของกิจการที่มีความเกี่ยวข้องกันในพื้นที่หนึ่งๆ รวมถึงสถาบันเฉพาะทางที่เกี่ยวข้อง โดยมีความต้องการที่เหมือนกัน และดำเนินเพื่อประโยชน์ร่วมกัน กรอบพื้นที่ของคลัสเตอร์ อาจครอบคลุมขอบเขตหนึ่งจังหวัด หรือ หนึ่งรัฐ จนถึงระดับประเทศ หรืออาจจะเป็นลักษณะเครือข่ายกับประเทศเพื่อนบ้าน

องค์กรที่ชื่อว่า UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) ซึ่งเป็น องค์กรพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ ได้ให้ความหมายของ “คลัสเตอร์” หมายถึง การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมในทำเลหนึ่งๆ ซึ่งทำให้ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจภายนอก เช่น การเกิดของกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดหาเครื่องมือ และ อุปกรณ์ แรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้าน นอกจากนี้ คลัสเตอร์ยังอาจดึงดูดให้เกิดความสนใจให้มีบริการใหม่ๆ เช่น การให้คำปรึกษาด้านเทคนิค ด้านการเงิน และ บัญชี เป็นต้น(United Nations Industrial Development Organization, 2001)

ส่วนกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) ให้คำนิยามว่า คลัสเตอร์ หมายถึง เครือข่ายการผลิตของกิจการ ที่มีความเกี่ยวพัน และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอย่างมาก มีทั้งตัวแทนสร้างองค์ความรู้ และมีการเชื่อมโยงลูกค้าในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ ผลจากการผสมผสานและแลกเปลี่ยนความรู้จากหลายแห่ง ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมนวัตกรรมจากกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิสัมพันธ์ ที่มีการถ่ายทอดความรู้ และความร่วมมือ ระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่คุณค่า (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย, 2554)

สรุปได้ว่า “คลัสเตอร์” มีความหมายครอบคลุมตั้งแต่การสร้างเชื่อมโยงของผู้ประกอบการ ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน หรือเกี่ยวพันกิจการตามห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละกิจการ โดยเริ่มตั้งแต่ ผู้จัดหา ซัพพลายเออร์ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย (ตัวแทนคนกลาง) ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ขนส่ง และสุดท้ายคือ ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังรวมถึงกิจการอื่นที่สนับสนุนกิจการหลัก เช่น สถาบันการเงิน บริการที่ปรึกษา สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนองค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนต่างๆ โดยมีลักษณะการรวมตัวอยู่ในบริเวณสถานที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งการมารวมกลุ่มกันมีวัตถุประสงค์เพื่อต่างฝ่ายได้ประโยชน์เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งได้มีการแลกเปลี่ยนแนวคิดประสบการณ์ และกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ระหว่างกัน และยังทำให้เกิดการถ่ายทอด ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ทำให้กลุ่ม หรือเครือข่ายมีศักยภาพในการแข่งขัน และเกิดความได้เปรียบกว่า การดำเนินการเพียงลำพัง นอกจากนี้ยังอาจทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาร่วมกันทำให้เกิด นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่จะนำไปสู่การสร้างสังคมที่มีฐานองค์ความรู้ (Knowledge-Based) ที่เป็นประโยชน์ต่อทุกกิจการในกลุ่ม ได้อย่างยั่งยืน

2) การศึกษาในอดีตของการสร้างคลัสเตอร์ในต่างประเทศ

จากการศึกษาในอดีตของการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ พบว่ามีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์กันเป็นจำนวนมาก ในเกือบทุกอุตสาหกรรม ซึ่งในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์มีรูปแบบการพัฒนาที่มีทั้งความเหมือน และความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุนในอุตสาหกรรมนั้นๆ อาทิ เช่น

- **การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ใน (Sinos Valley- Brazilian Shoe Cluster) ในประเทศบราซิล** เป็นคลัสเตอร์ซึ่งผลิตตามความต้องการของตลาดเพื่อส่งออก ซึ่งบราซิลเป็นผู้ส่งออกรองเท้าหนังเป็นอันดับที่ 3 ของโลก มีโรงงานผลิตทั้งหมดในกลุ่ม 1,800 แห่ง และมีบุคลากร 150,000 คน แม้เศรษฐกิจจะตกต่ำ แต่อุตสาหกรรมนี้ยังสามารถเติบโตได้อย่างโดดเด่น (Schmitz & et.al, 1995) งานวิจัยยังพบว่า กลยุทธ์สำคัญของการบริหารจัดการ โดยมีคนกลาง (CDA) คอยเป็นผู้ประสานงานภายในคลัสเตอร์ โดยมีความเชื่อมโยงกัน 3 ส่วน ส่วนแรก คือ ความเชื่อมโยงกันภายใน ผู้ผลิตรองเท้า กับ ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ภายในประเทศ เช่น กาว เคมี การบริการด้านการออกแบบ เป็นต้น ส่วนที่สอง เป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต และ ผู้ซื้อ โดยเฉพาะตัวแทนส่งออก (Export Agent) และ ส่วนที่สาม เป็นการเชื่อมโยงกับสถาบันสนับสนุนภายในท้องถิ่น เช่นสมาคมผู้ผลิตรองเท้า (ABICALCADO) ผู้ประกอบการพอกหนัง (AICSUL) ผู้ผลิตส่วนประกอบรองเท้าและเครื่องหนัง (ASSINTECAL) ศูนย์เทคโนโลยีท้องถิ่นสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องหนัง (CTCCA) เป็นต้น ความเชื่อมโยงทั้งสามส่วนส่งผลทำให้ กลุ่มคลัสเตอร์ Sinos Valley สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มทักษะความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามการศึกษายังพบว่ารัฐยังไม่มีบทบาทสำคัญมากในการสนับสนุนในคลัสเตอร์นี้ และยังมีข้อจำกัดในโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ

- **ในขณะที่กลุ่มคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้า ใน Leon & Guadalajara** ซึ่งเป็นเมืองเล็กๆ ในประเทศเม็กซิโก ในเมือง Guadalajara มีผู้ผลิต 34 แห่ง และมีร้านขายหน้าร้าน 100 แห่ง ในปี 1927 ในขณะที่ เมือง Leon ก็เป็นผู้นำทางด้านเครื่องหนังเช่นเดียวกัน ที่เน้นการขายเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น ไม่มีความเชื่อมโยงกันในกลุ่มที่ตีพอ ทั้งผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ภายในประเทศ หรือแม้แต่ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ซื้อ และ ตัวแทนส่งออก การสนับสนุนจากสถาบันท้องถิ่นยังไม่มี ไม่มีคนกลาง CDA คอยประสานงานภายในคลัสเตอร์ ส่งผลทำให้ Leon & Guadalajara ไม่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เครื่องจักรส่วนใหญ่ 80% ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ไม่สามารถผลิตเองได้ (Rabellotti, 1993) รัฐยังขาดบทบาทและหน้าที่สนับสนุนการพัฒนา ส่วนเรื่องของข้อจำกัดในโครงสร้างพื้นฐาน ยังไม่มีการศึกษาเอาไว้

- นอกจากนี้ยังมีการศึกษากลุ่มคลัสเตอร์เสื้อผ้าถักมือ Tiruppur ประเทศอินเดีย (Swaminathan & Jeyaranjan, 1994) ซึ่งเป็นเมืองเล็กๆ ภายหลังถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นศูนย์กลางของการส่งออกผ้าฝ้ายถัก ที่มีชื่อเสียงของอินเดีย ที่มีผู้ผลิตขนาดย่อยถึง 2,500 ราย ในปี 1,993 และมีประชากรอยู่ในกลุ่มคลัสเตอร์ทั้งสิ้น 235,000 คน ความสำเร็จของคลัสเตอร์นี้ส่วนหนึ่งมาจากแรงงานราคาถูก อีกส่วนหนึ่งมาจากการมีความรู้เฉพาะด้าน องค์ความรู้ด้านเทคนิคการทำเสื้อผ้า มีการเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบภายในประเทศ และมีความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ซื้อ และตัวแทนส่งออก และยังได้รับการสนับสนุนจากสถาบันภายในท้องถิ่น อีกทั้งมีคนกลาง CDA คอยทำหน้าที่ประสานงานภายในคลัสเตอร์ ทำให้ยอดการผลิตส่งออกสูงขึ้นตามลำดับ (Cawthorne, 1995) การศึกษาพบว่าบทบาทของรัฐในการให้การสนับสนุนยังไม่เพียงพอ และยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน

- ประเทศอินเดียยังมีกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีใน Bangalore ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตรวดเร็ว ที่ประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงในด้านเทคโนโลยี จนได้รับการขนานนามว่า เป็นเมืองผู้นำแห่งอนาคตของเทคโนโลยี (Holmstrom, 1993) ตลาดมีความต้องการสินค้าเทคโนโลยีสูง มีความเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบภายในประเทศ และมีความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ซื้อ และ ตัวแทนส่งออก และยังได้รับการสนับสนุนจากสถาบันที่เกี่ยวข้องภายในท้องถิ่น แต่ยังคงมีปัญหาในแง่ของบทบาทภาครัฐ และยังมีข้อจำกัดในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน

กล่าวสรุปได้ว่า จากการศึกษาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ ในหลายอุตสาหกรรมดังที่กล่าวมาแล้ว พบว่าในแต่ละคลัสเตอร์มีโครงสร้างความเชื่อมโยงที่มีทั้งความเหมือนและความต่าง ซึ่งขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมนั้นๆ เช่น การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ใน Sinos Valley- Brazilian Shoe Cluster ในประเทศบราซิลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผลิตตามความต้องการของตลาด อีกทั้งยังมีความสามารถผลิตเพื่อการส่งออกต่างประเทศได้ องค์กรใหญ่ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างงาน บทบาทหน้าที่ของรัฐยังไม่ชัดเจนพอที่จะช่วยสนับสนุน โครงสร้างพื้นฐานยังเป็นอุปสรรค แต่มีความเชื่อมโยงกันในผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก พร้อมทั้งมีสถาบันภายในท้องถิ่นให้การสนับสนุน จึงทำให้ Sinos Valley สามารถพัฒนาขีดความสามารถได้เป็นอย่างดี สำหรับอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าใน Leon & Guadalajara ประเทศเม็กซิโก จะเห็นได้ว่ามีเทคโนโลยีในการผลิตไม่สูงมากนัก เครื่องจักรกว่าร้อยละ 80 นำเข้ามาจากต่างประเทศ เน้นการขายแค่ภายในประเทศ จึงไม่มีความเชื่อมโยงภายในกลุ่มที่ดีพอ เนื่องจากไม่มีคนกลาง (CDA) คอยประสานงาน นอกจากนี้บทบาทภาครัฐยังคงไม่ชัดเจน ไม่มีสถาบันภายในท้องถิ่นสนับสนุน จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้ไม่มีความโดดเด่นเท่าที่ควร การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าถัก

เมื่อ Tiruppur ประเทศอินเดีย กลุ่มนี้มีความโดดเด่นทางด้านเทคโนโลยี องค์กรใหญ่ยังคงมีบทบาทสำคัญในการจ้างงาน บทบาทของรัฐยังคงไม่ชัดเจนต่อการสนับสนุน มีความเชื่อมโยงกันในกลุ่มอย่างทั้งภายใน และ ภายนอก แต่ยังมีข้อจำกัดทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่นเดียวกัน สำหรับการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเทคโนโลยี Bangalore ประเทศอินเดีย เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาการอย่างรวดเร็ว มีทักษะความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสูง องค์กรใหญ่ยังคงมีผลกับการสร้างงาน บทบาทของรัฐให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน มีความเชื่อมโยงกันอย่างเหนียวแน่นของผู้มีเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสนับสนุน ทั้งภายในและภายนอก อีกทั้งสถาบันภายในท้องถิ่นก็ร่วมกันผลักดันและให้การสนับสนุน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างจริงจัง

ตารางเปรียบเทียบจากการศึกษาการทำคลัสเตอร์ในอดีต กรณีศึกษาในต่างประเทศสามารถทำเป็นตารางเปรียบเทียบดังแสดงในตารางที่ 2.4 ดังรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2. 4 เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีต ในต่างประเทศ

ข้อเปรียบเทียบ	Sinos Valley Cluster บราซิล (Schmitz, 1995)	Tiruppur Cluster (เสื้อผ้าัก ประเทศอินเดีย) อินเดีย (Swaaminathan & Jeyaranjan, 1994)	Cluster Mexican shoe of LEON & GUADALAJA เม็กซิโก Rabellotti, 1995	High Technology Industry Network in Bangalore อินเดีย Holmstrom,1993
ความเชื่อมโยง (Forward Linkage และ Backward Linkage)	☺	☺	☹	☺
การมีส่วนร่วมของสถาบันท้องถิ่น	☺	☺	☹	☺
มีการแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลเทคนิคกันภายในคลัสเตอร์ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่และเกิดธุรกิจใหม่	☺	☺	☹	☺

ตารางที่ 2.4 (ต่อ) เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีต ในต่างประเทศ

ข้อเปรียบเทียบ	Sinos Valley Cluster บราซิล (Schmitz, 1995)	Tiruppur Cluster (เสื้อผ้าัก ประเทศอินเดีย) อินเดีย (Swaaminathan & Jeyaranjan, 1994)	Cluster Mexican shoe of LEON & GUADALAJA เม็กซิโก Rabellotti, 1995	High Technology Industry Network in Bangalore อินเดีย Holmstrom, 1993
มีความรู้และเทคนิคเฉพาะด้าน	☺	☺	☹	☺
มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้	☺	☺	☹	☺
มีคนกลางประสานงาน CDA	☺	☺	☹	☺
ผลประโยชน์ในการเข้าร่วม	☺	☺	☺	☺
มีความตั้งใจในการเข้าร่วม	☺	☺	☺	☺

จากตารางที่ 2.4 แสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ในแต่ละอุตสาหกรรม ของแต่ละประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์เช่น Sinos Valley กลุ่มผ้าฝ้ายัก Tiruppur กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของ High Technology Industry Network ในประเทศอินเดีย และ กลุ่มผลิตเครื่องหนังของ Cluster Mexican shoe of LEON & GUADALAJA มีการรวมกลุ่มกัน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการ มีความเชื่อมโยง การทำงานซึ่งกันและกันมากขึ้น จะมีเพียงแต่กลุ่มคลัสเตอร์ของเม็กซิโกที่ยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างกัน การมีส่วนร่วมของสถาบันท้องถิ่น ไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เทคนิคกันภายในคลัสเตอร์ ที่ดีพอ ความรู้เฉพาะด้านทางด้านเทคโนโลยีไม่มี ขาดคนกลางคอยประสานความเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ทำให้การรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ของเม็กซิโก จึงยังไม่ดีพอ

3) การศึกษาในอดีตของการสร้างคลัสเตอร์ในประเทศไทย

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยในปี 2545 ได้มีการประชุมคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (กพข.) มีมติให้ไทยเร่ง

พัฒนาขีดความสามารถให้เทียบชั้นกับประเทศชั้นนำในโลก เพื่อให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ (Spill Over Effect) ไปสู่ผู้ผลิตและบริการในอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างกว้างขวาง ตลอดจนสร้างอุตสาหกรรมต่อเนื่องใหม่ๆขึ้น เพื่อยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2554)โดยมีกรอบแนวคิดในการผลักดัน เป็นไปในรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ส่งผลทำให้รัฐบาลได้กำหนดให้การพัฒนา “คลัสเตอร์” เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้นำเอาแนวคิดคลัสเตอร์กับความสามารถในการแข่งขันของประเทศของ พอร์เตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดประเทศสหรัฐอเมริกา มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย(สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549) ควบคู่ไปกับการใช้กรอบแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของ UNIDO และ JICA ทั้งนี้เนื่องจากกรอบแนวคิดของ พอร์เตอร์ค่อนข้างเปิดกว้างในการพัฒนาที่ครอบคลุมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก เช่น นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่ง UNIDO และ JICA เน้นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหลัก

นอกจากนี้รัฐบาลไทยยังเล็งเห็นว่า “คลัสเตอร์” เป็นกระบวนการที่จะช่วยสนับสนุนและเอื้อให้เกิดการเชื่อมโยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องให้มีความพึ่งพาและเกื้อกูลกันส่งผลทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ (Ho, Lenny Koh, Karaev, Lenny Koh, & Szamosi, 2007)รวมถึงการเชื่อมโยงเข้ากับสถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่การเกิดนวัตกรรม และการพัฒนาสินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมและสร้างผลผลิตโดยรวม ซึ่งในประเทศไทยมีทั้งคลัสเตอร์อุตสาหกรรมการผลิต (Industries Cluster) เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น และ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมบริการ (Services Cluster) เช่น การท่องเที่ยว การรับจ้างออกแบบ การให้คำปรึกษา เป็นต้น และ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตร (Agriculture Cluster) เช่น ชาวสวน พืชผัก เป็นต้น สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเฉพาะ อุตสาหกรรมการผลิต พบว่ามีคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เช่น

- **กลุ่มคลัสเตอร์ชิ้นส่วนจักรยานยนต์ (SMEs007Pluse)** (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ และภาคตะวันออก ประเภทของสินค้า เป็นรถจักรยานยนต์ ชิ้นส่วน ชุดชิ้นส่วนประกอบ และ อะไหล่รถจักรยานยนต์ ซึ่งมีผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 60 ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนหรือที่เกี่ยวข้องรวมกันอยู่ ในพื้นที่ภาคตะวันออก ในเขต 6 จังหวัดได้แก่ สมุทรปราการ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา

นครนายก ปราจีนบุรี และ ระยอง ก่อตั้งเมื่อปี 2546 มีสมาชิกอยู่ในกลุ่มประมาณ 50 ราย ร่วมมือกันสร้างเครือข่ายธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยใช้ชื่อกลุ่มว่า “SMEs007Pluse คลัสเตอร์ชิ้นส่วนรถยนต์” เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก มีการจ้างงานในกลุ่มมากกว่า 3,000 คน กลยุทธ์ที่สร้างความสำเร็จให้กับคลัสเตอร์นี้ คือ การใช้ประโยชน์จากพันธมิตรค่อนข้างครบวงจรในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ มีการเชื่อมโยงกันในภายในกลุ่มระหว่าง ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ หรือ ผู้ผลิต ผู้ซื้อ รวมถึงตัวแทนผู้ส่งออก เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก สร้างโมเดลใหม่ ใช้แนวคิดด้านการตลาดนำการผลิต บทบาทของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างขาดการสื่อสารที่ดีพอ ในการทำงานเพื่อสนับสนุนกลุ่มคลัสเตอร์ ข้อเสนอเปรียบของอุตสาหกรรมนี้คือวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องอาศัยการนำเข้ามาจากต่างประเทศ สถาบันทดสอบมาตรฐานมีบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น เมื่อผลิตแล้วต้องส่งไปต่างประเทศเพื่อทำการเช็คคุณภาพ ทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น นอกจากนี้แรงงานมีข้อจำกัดในการรับถ่ายโอนเทคโนโลยี เนื่องจากไม่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษที่ดีพอ

กล่าวได้ว่า การรวมกลุ่ม คลัสเตอร์ ชิ้นส่วน SMEs007Pluse ซึ่งเป็นการรวมตัวกัน ในการผลิตรถจักรยานยนต์ ชิ้นส่วน ชุดชิ้นส่วนประกอบ และ อะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัด กรุงเทพฯ และ ภาคตะวันออก มีการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ผลิตและ ผู้ซื้อ รวมถึงอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก สร้างโมเดลใหม่ ใช้แนวคิดด้านการตลาดนำการผลิต บทบาทของรัฐยังให้การสนับสนุนไม่ชัดเจน ข้อเสนอคือ วัตถุดิบส่วนใหญ่ยังคงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ และ แรงงานไทยมีข้อจำกัดในการรับถ่ายโอนเทคโนโลยี และยังคงขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ

■ **การทำคลัสเตอร์ดิจิทัลคอนเทนต์ กรุงเทพฯ** เป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมภาคบริการไทย ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจผลิตเกมส์คอมพิวเตอร์ ธุรกิจการออกแบบกราฟฟิก และภาพเคลื่อนไหว (Animation) และธุรกิจผลิตเทคนิคพิเศษสำหรับภาพยนตร์ และ โฆษณา คลัสเตอร์ดิจิทัลคอนเทนต์ กรุงเทพฯ (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549)แต่ธุรกิจนี้นับว่ายังคงมีขนาดเล็กมาก ซึ่งแบ่งตามลักษณะการทำธุรกิจได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- **กลุ่มที่ 1** ผู้ประกอบการที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง และมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ เช่น Imagimax, Cyberplanet Interactive, Thomas Idea และ Vithita เป็นต้น

- **กลุ่มที่ 2** ผู้ประกอบการ เป็นบริษัทขนาดเล็กที่เติบโตจากการเริ่มต้นมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 10 คน จนปัจจุบันมากกว่า 60 คน ได้รับการยอมรับจากระดับนานาชาติ

- **กลุ่มที่ 3** ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีพนักงานไม่เกิน 10 คน และบางครั้งอาจรับงานแบบ Outsource หรือ Freelance งานส่วนใหญ่จะเป็นประเภทพัฒนาเว็บไซต์ ทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกที่ไม่ซับซ้อน และรับจ้างผลิตซีดีรอมสำหรับตลาดภายในประเทศ

ทั้งสามกลุ่มมีการแข่งขันกันทั้งการรับงาน และการแย่งคนทำงาน รูปแบบในการทำธุรกิจยังคงเป็นลักษณะการรับจ้างผลิตตามคำสั่งจากต่างประเทศ จึงทำให้ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ยังคงไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และด้วยการแข่งขันที่สูงดังกล่าว ผู้ประกอบการจึงเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจนี้ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น จึงได้ร่วมกับสถาบันคีนันแห่งเอเชีย สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการพัฒนาทักษะ คุณภาพ และความสามารถในการแข่งขัน โดยสามารถทำ Cluster mapping ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากการการศึกษา พบว่าคลัสเตอร์ดิจิทัล คอนเทนต์ กรุงเทพฯ เป็นคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีศักยภาพทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 51.11 (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549) เป็นกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีความพร้อมมีปัจจัยพื้นฐานที่ดี บุคลากรมีทักษะเฉพาะและความคิดสร้างสรรค์สูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีกลยุทธ์การตลาดเป็นของตนเอง ประกอบกับภาวะขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ทำให้ยังไม่เกิดความร่วมมือในการรวมกลุ่มมากนัก การพัฒนาคลัสเตอร์จึงยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

- **คลัสเตอร์ผักปลอดภัยจากสารพิษภาคตะวันตก** (ชูศักดิ์ ชื่นประโยชน์, 2549) เริ่มในปี 2545 เกิดปัญหาเกี่ยวกับความไม่มั่นใจของผู้บริโภค ผู้ส่งออก 3 บริษัท ได้ร่วมมือกันรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ ตั้งแต่พ่อค้าปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืช เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง น้ำที่ใส และเชิญอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ที่ทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ระบบผลิตการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practic: GAP) ได้มีการใช้แนวคิดในการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ เริ่มแรกมีสมาชิก 181 คน และได้มีการกำหนดโลโก้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ต่อจากนั้นมีการร่วมมือกันทั้งระบบมีเครือข่าย และสามารถผลิตขายภายในประเทศตามซูเปอร์มาร์เก็ต และ ส่งออกต่างประเทศด้วย

- **คลัสเตอร์ Hotel De Charm จังหวัดเชียงใหม่** (ณพงษ์ สงวนภาพร, 2549) เริ่มจากเจ้าของ SMEs โรงแรมขนาดเล็ก 5 รายซึ่งเป็นโรงแรม Boutique Hotel ชื่อ Tamarind Village, โรงแรมสวารเรียง, โรงแรม ตริญาณรส, โรงแรมสุกัณฑ์ และ โรงแรม แก้วไม้ล้านนา โรงแรมเหล่านี้เป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์สื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นในเชียงใหม่ มีการตกแต่งและมีมาตรฐานการให้บริการสูง มีแนวคิดที่ว่า รวมกันเมื่อภัยมา รวมกันเมื่อเห็นประโยชน์ จึงได้รวมตัวกันทำ Web site ขึ้นมา “ Hotel & Charm Cluster” ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่ม ขณะนี้มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวอื่นๆ เข้ามารวมกลุ่มกันมากขึ้น และได้ประโยชน์จากการรวมกลุ่มมากมาย

▪ **คลัสเตอร์สิ่งทอจังหวัดชัยภูมิ** (สมชัย กิจมีร์ศรีโยธิน & ธีวรา วิตนากร, 2546) คลัสเตอร์สิ่งทอคลัสเตอร์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออกได้จัดทำโครงการพันธมิตร (Cluster Development Project) เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีลักษณะคล้ายกันให้เข้าร่วมในคลัสเตอร์ เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุน

ตารางเปรียบเทียบคลัสเตอร์ที่ผ่านมาในประเทศไทยความสำเร็จขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้นๆ สามารถ ในประเทศไทยยังขาดความเชื่อมโยง กันอย่างจริงจัง อีกทั้งหน่วยงานของรัฐยังให้ความดูแลไม่ทั่วถึง ผู้ที่อยู่ในคลัสเตอร์ยังมองเห็นถึงผลประโยชน์ยังชัดเจน ดังภาพแสดงในตารางที่ 2.5 ดังนี้

ตารางที่ 2.5 เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีตในประเทศไทย

ข้อเปรียบเทียบ	คลัสเตอร์ ดิจิทัล คอนเทนท์ กรุงเทพฯ สถาบันคีนันแห่ง เอเชีย, 2549	คลัสเตอร์ ผักปลอดภัย จากสารพิษภาคตะวันตก ชูศักดิ์ ชื่นประโยชน์, 2549	คลัสเตอร์ Hotel & Cham โรงแรม Boutique จังหวัด เชียงใหม่ ณพงษ์ สงวนภพร, 2549	คลัสเตอร์ สิ่งทอ จังหวัดชัยภูมิ สมชัย กิจมีร์ศรี โยธิน และ ธีวรา วิต นากร ,2546
ความเชื่อมโยง (Forward Linkage และ Backward Linkage)	☹	☺	☺	☺
การมีส่วนร่วม ของสถาบัน ท้องถิ่น	☹	☺	☹	☹
มีการแลกเปลี่ยน ความรู้ข้อมูล เทคนิคกัน ภายในคลัสเตอร์ ทำให้เกิด นวัตกรรมใหม่ และ เกิดธุรกิจ ใหม่	☹	☹	☹	☹
มีความรู้และ เทคนิคเฉพาะ ด้าน	☺	☹	☹	☹

ตารางที่ 2.5 (ต่อ) เปรียบเทียบกรณีศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ในอดีตในประเทศไทย (ต่อ)

ข้อเปรียบเทียบ	คลัสเตอร์ ดิจิทัล คอนเทนต์ กรุงเทพฯ สถาบันคีนันแห่ง เอเชีย, 2549	คลัสเตอร์ ผักปลอดภัย จากสารพิษภาคตะวันตก ชูศักดิ์ ชื่นประโยชน์, 2549	คลัสเตอร์ Hotel & Cham โรงแรม Boutique จังหวัด เชียงใหม่ ณพงษ์ สงวนภทร, 2549	คลัสเตอร์ สิ่งทอ จังหวัดชัยภูมิ สมชัย กิจมีร์คมี โยธิน และ ชีวรา วิต นากร ,2546
มีการนำเอา เทคโนโลยีเข้า มาใช้	☺	☹	☹	☹
มีคนกลาง ประสานงาน CDA	☹	☺	☹	☺
ผลประโยชน์ใน การเข้าร่วม	☹	☹	☹	☹
มีความตั้งใจใน การเข้าร่วม	☹	☺	☺	☺

จากตารางที่ 2.5 แสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ในประเทศไทยในแต่ละอุตสาหกรรม ในอดีต ซึ่งมีติดในตารางแสดงให้ เห็นว่ามีการเชื่อมโยงกันดี แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของการแชร์ข้อมูลกันภายในกลุ่ม ยังคงไม่ดีพอ ทำให้การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ มีความเติบโตไปได้ช้า ซึ่งหากมีการพัฒนาในจุดนี้ อาจทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาในคลัสเตอร์ได้

4) แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

แนวคิดการรวมกลุ่มกันของผู้ให้บริการเป็นแนวคิดที่มีการพูดถึงกันมาก และมีตัวอย่างการลงมือทำกันจริงให้เห็นอยู่ในปัจจุบันบ้างในรูปของกลุ่ม ชมรม ซึ่งเป็นการกระจุกตัวของธุรกิจการค้าหรืออุตสาหกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมานานแล้ว เช่น ตลาดน้ำ ตลาดเสื้อผ้าโบ๊เบ๊ ตลาดดอกไม้ที่ปากคลองตลาด หรือตลาดต้นไม้ที่เทเวศน์ ฯลฯ หรือเป็นการรวมกลุ่มของสมาคมการค้า ซึ่งมีสมาชิกเป็นผู้ประกอบการที่สนิทสนมกันดี และมักมีการปฏิบัติการ หรือมีพื้นที่ให้บริการที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงเป็นคู่แข่งกันอยู่ด้วยในขณะเดียวกัน จึงทำให้ความสัมพันธ์เมื่อจำเป็นต้องมาดำเนินธุรกิจร่วมกันไม่ราบรื่นเพราะมีแนวโน้มที่จะแข่งขันแย่งธุรกิจกันเอง และที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มองยังไม่มียุทธศาสตร์บริหารกลุ่มอย่างชัดเจน ถึงแม้จะมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มแต่ส่วนใหญ่จะเป็นเฉพาะเรื่อง ปัจจุบันนิยมนำแนวคิดรูปแบบของความร่วมมือเป็นกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน เช่น

คำว่า “เครือข่ายวิสาหกิจ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Cluster” คลัสเตอร์ ในปัจจุบันได้มีการตื่นตัวและยอมรับในแนวคิดของ พอร์เตอร์ Porter ซึ่งเป็นปรมาจารย์ด้านกลยุทธ์การแข่งขันที่มีชื่อเสียงระดับโลก กันอย่างกว้างขวางว่า คลัสเตอร์ เป็นแนวคิดที่ช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับห่วงโซ่มูลค่า อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมทำให้เกิดนวัตกรรมภายในคลัสเตอร์อีก (Adrian T.H.Kuah, 2002) ที่เห็นความสำเร็จได้อย่างชัดเจนในการนำแนวคิดคลัสเตอร์ไปใช้กับประเทศที่พัฒนาแล้วอย่าง สหราชอาณาจักร ที่กรมการค้าและอุตสาหกรรมให้ความสำคัญและให้การยอมรับในแนวคิดเชิงกลยุทธ์ของการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีการทำงานร่วมกัน ฟิงพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการเชื่อมต่อกันระหว่างบริษัท สถาบัน ที่มีชื่อเสียงต่างๆ (DTI White Paper, 1998) ส่งผลทำให้สามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ทั้งตลาดภายในประเทศและ ภายนอกประเทศ เช่นการรวมตัวกันของถนนฮาร์เลย์ (Harley) ที่มีชื่อเสียงทางการแพทย์ และ ซาวิล โรว์ (Saville Row) ที่มีชื่อเสียงทางการให้บริการตัดเย็บเสื้อผ้า (Pandit, Cook, & Swann, 2002) และ ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่นำแนวคิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ไปใช้จนประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลกอย่างเช่น Silicon Valley ได้มีการรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ที่มีความเก่งในเรื่องของการออกแบบ และมีความสามารถทางด้านนวัตกรรม อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยง ทั้งภายในและภายนอกเป็นระบบ อย่างมีประสิทธิภาพ (Chandler & Saxenian, 1995)

การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันในเศรษฐกิจโลกเพื่อไม่ให้คู่แข่งตามได้ทันจะต้องมีองค์ประกอบ 3 สิ่งที่ขาดไม่ได้ (Porter, 1998) ประการแรกคือความรู้ภายในคลัสเตอร์ ประการที่สองคือการสร้างความสัมพันธ์ และ มีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบในคลัสเตอร์ ประการที่สามคือการสร้างแรงจูงใจในคลัสเตอร์ เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ในการรวมตัวกันอยู่ในคลัสเตอร์ (Adrian T.H.Kuah, 2002) นอกจากนี้ Porter ยังเชื่อว่า การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนจะต้องไม่หยุดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา และต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตโดยการนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Baptista, 1996) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงในเทคโนโลยีนวัตกรรม เป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันในการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และจะกลายเป็นผู้ครอบครองตลาดในที่สุด นอกจากนี้ (Porter, 1998) ยังสรุปผลกระทบอย่างกว้างขวางในการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน มีด้วยกัน 3 ประการ (Adrian T.H.Kuah, 2002)

1. สามารถเพิ่มผลผลิตภายในกลุ่มคลัสเตอร์
2. เป็นแรงขับเคลื่อนทำให้เกิดนวัตกรรมอย่างรวดเร็วภายในคลัสเตอร์ ส่งผลการเจริญเติบโตในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Swann, 1998) ที่ว่าผู้ประกอบการที่รวมกลุ่มในคลัสเตอร์จะทำให้เกิดนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์

3. ช่วยกระตุ้นทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งส่งผลดีในเชิงบวก อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในคลัสเตอร์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Swann, 1998) ที่กล่าวว่า การรวมกลุ่มจะช่วยให้สามารถขยายธุรกิจใหม่ๆ และส่งผลทำให้กลุ่มเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ Porter (1998) ยังได้ให้คำจำกัดความ ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึงการเพิ่มผลผลิตภาพ(Competitiveness is Productivity) คือมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิตต่อวันทำงาน และต่อหนึ่งหน่วยของทรัพยากรเชิงกายภาพ (Physical Resources) ที่ใช้ไป และในการแข่งขันยังต้องมีความเป็นพลวัต (Dynamic) และมีการสร้างนวัตกรรมพร้อมทั้งต้องหากลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นจุดที่ส่งผลต่อการสร้างความมั่นคงของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Bamberger, 1989)กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ในเรื่องของต้นทุนที่ต่ำ และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จะสามารถสร้างผลกำไรได้อย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ นอกจากนี้ พอร์เตอร์ ยังเน้นให้เห็นว่าการที่ประเทศจะมีความสามารถในการแข่งขันได้ จะต้องเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นเราจะต้องสามารถเพิ่มผลผลิตของตนเองให้สูงขึ้นเหนือคู่แข่ง เมื่อหลายๆองค์กรในประเทศที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันมีผลผลิตเพิ่มขึ้นย่อมส่งผลให้อุตสาหกรรมนั้นๆ มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น เมื่อภายในประเทศมีผลผลิตเพิ่มมากขึ้นก็จะยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น ส่งผลทำให้ประเทศที่มีความสามารถเพิ่มผลผลิตเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและอยู่อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบของคลัสเตอร์

- ภาคเอกชน ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทเอกชนที่มีการทำกิจกรรมการค้ากันทั้งห่วงโซ่อุปทาน เช่น เนื้อสุกร เริ่มตั้งแต่อาหารเลี้ยงสุกร เกษตรกร สัตวแพทย์ รถขนส่ง โรงฆ่าสัตว์ ร้านค้าในตลาด เป็นต้น
- ภาครัฐ นโยบาย และมาตรการกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม หมายถึงมาตรการกำกับดูแล เช่นกฎหมายคุ้มครองอาหารและยา ระเบียบปฏิบัติในโรงงานอุตสาหกรรมผลิต โดยควบคุมมาตรฐานการผลิต เพื่อนำออกสู่การพาณิชย์ เป็นต้น
- สถาบัน สมาคม ผู้ให้บริการต่างๆ ที่มีการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม เช่นสมาคมหอการค้าไทย เพื่อให้บริการในการออกไปรับรองมาตรฐานต่างๆ
- สถาบันการศึกษา และ สถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ช่วยเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์ และนวัตกรรมของอุตสาหกรรม

ลักษณะที่สำคัญของคลัสเตอร์

คุณลักษณะของคลัสเตอร์ที่พัฒนาแล้วจะมีความสมบูรณ์ของลักษณะที่สำคัญ 6 ประการ (ดาวน้อย สุทธินิภาพันธุ์, 2556) ดังนี้

- มีการรวมกลุ่มอย่างหนาแน่น (Concentration) การรวมกลุ่มจำเป็นต้องมีขนาดใหญ่พอที่จะสามารถส่งผลให้คุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ เกิดผลต่อการพัฒนา
- มีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ส่งผลทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เกิดการถ่ายทอดความรู้และนำไปสู่ความคิดใหม่ที่เป็นนวัตกรรม ซึ่งการเชื่อมโยงนี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะภายในกลุ่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยงทั้งแนวดิ่งและแนวนอน
- มีความร่วมมือ (Collaboration) สมาชิกมีความร่วมมือกันที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน และโดยส่วนรวม จนนำไปสู่ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การเกิดความร่วมมือจะเป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่จะบ่งบอกถึงการพัฒนาคำรู้ความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์
- มีประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) หมายถึงประสิทธิภาพโดยรวม ในความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน มีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวมที่ดีกว่า ผู้ประกอบการที่ไม่มี การรวมกลุ่ม
- มีการแข่งขัน (Competition) ที่มุ่งกำหนดกลไกราคา หรือ ปริมาณสินค้าเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม เช่น ร่วมมือกันทำตลาด หรือร่วมมือจัดหาซื้อวัตถุดิบ

ความหมายของ CDA

ผู้แทนประสานงานในคลัสเตอร์ Cluster Development Agent คือผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มคลัสเตอร์ สร้างเสริมความเข้มแข็งและประสานการพัฒนาเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่มคลัสเตอร์ โดยมีหน้าที่ครอบคลุมทั้งในด้านการบริหารจัดการเป็นตัวกลางติดต่อประสานงานระหว่างสมาชิกและระหว่างกลุ่มเครือข่ายต่างๆ รวมถึงหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนั้น บุคคลที่ทำหน้าที่เป็น CDA จะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดี เข้าใจสภาพปัญหาและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น มีความเป็นกลางและได้รับความไว้วางใจจากสมาชิก (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549)

ประโยชน์ของคลัสเตอร์

พอร์เตอร์เชื่อว่า การพัฒนาคลัสเตอร์ จะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม (SMEs) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Zetting & Vincze, 2012) ซึ่งได้ศึกษาถึงการที่ผู้ประกอบการ

รายเล็กในแต่ละประเทศ มีความร่วมมือและสามารถรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ หัวใจของการพัฒนาคลัสเตอร์คือการสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขันกัน ในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจหรือ ในคลัสเตอร์นั้นๆ โดยจะต้องมีการกำหนดทิศทางเป้าหมาย และ กลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยน ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน นอกจากนี้ยังสร้างความเชื่อมโยง (Connectivity) กับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุน เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนภาครัฐเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน มีผลทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ (Knowledge-based) อันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมนวัตกรรม (Innovation) และผลิตภาพโดยรวม (Total Productivity) (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549) นอกจากนี้การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยังส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มพูดคุยและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอยู่เสมอ ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีประโยชน์ที่ปรากฏชัดเจนได้ดังนี้

- สามารถจัดหาวัตถุดิบ หรือองค์ประกอบพิเศษที่ใช้ในการผลิตได้ง่าย
- สามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้ง่าย
- เป็นกิจกรรมการผลิตที่สามารถเสริมซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม (Complementarities)
- ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย
- ทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถทางด้านนวัตกรรม
- การแข่งขันภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ทำให้ผู้ประกอบการต้องตื่นตัวปรับปรุงประสิทธิภาพ และ คุณภาพตัวเองอย่างต่อเนื่อง
- ทำให้สามารถส่งเสริมการเกิด และ การขยายตัวของธุรกิจใหม่ๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ

แผนผังการรวมกลุ่ม คลัสเตอร์ Cluster Mapping

จากแนวคิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ ของ พอร์เตอร์ แสดงถึงองค์ประกอบดังในภาพ 2.4 ซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2546) ได้แก่

- ส่วนหลัก (Core Cluster) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหลักที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรม
- อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และ สนับสนุน (Related and Supporting Industries) เป็นอุตสาหกรรมอื่นที่สนับสนุนให้กับอุตสาหกรรมหลัก
- สถาบันที่ช่วยในการยกระดับอุตสาหกรรม (Upgrading Institutions) เช่น สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย และหน่วยงานให้บริการต่างๆ

- ปัจจัยและบริการพื้นฐาน (Infrastructure / Infraproduct) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญสำหรับการบริการ และปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมหลักในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ตลาด (Markets) หมายถึงผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ



ภาพที่ 2. 4 ส่วนประกอบของแผนภาพคลัสเตอร์

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2546

สรุปได้ว่า จากแผนภาพรูปที่ 2.4 ที่เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายในคลัสเตอร์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของทุกส่วน ใน คลัสเตอร์ ทำให้เห็นความลักษณะและระดับของความสัมพันธ์ รวมถึงความเชื่อมโยง เพื่อเป็นแผนภาพในการพัฒนาความแข่งขันของคลัสเตอร์ได้อย่างยั่งยืน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์

การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน (Competition) คือหัวใจแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในคลัสเตอร์นั้นๆ จะต้องมีการกำหนดทิศทางวางแผน กลยุทธ์ในการที่จะร่วมมือกันพัฒนาไปในแนวทางเดียวกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพโดยรวมของคลัสเตอร์นั้นๆ (Collective Efficiency / Productivity) สรุปประเด็นสำคัญของ ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานในคลัสเตอร์ประสบความสำเร็จ (ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม, 2550) ประกอบด้วย ดังนี้

- มีความเข้าใจทิศทางในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Direction) ไปในแนวทางเดียวกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มทั้งหมด การร่วมกันกำหนดและการยอมรับข้อกำหนดและนโยบาย

ต่างๆร่วมกัน จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจได้ โดยรวม

- การมีกลุ่มธุรกิจหลักที่เป็นผู้นำในการรวมกลุ่มของคลัสเตอร์ (Cluster)
- การมีความสัมพันธ์ที่ตืออย่างเหนียวแน่นกับธุรกิจโนคลัสเตอร์ (Cluster) ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงการติดตามผลการดำเนินการพัฒนาคลัสเตอร์ (Cluster) อย่างต่อเนื่อง
- มีการประสานความร่วมมือและบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่อยู่ในคลัสเตอร์
- มีที่ปรึกษาหรือผู้มีหน้าที่อำนวยความสะดวก (Advisor / Facilitator) ในการพัฒนาและการรวมกลุ่ม
- การแสดงบทบาทที่เหมาะสมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) ทั้งหมด กล่าวคือภาครัฐจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนเชิงนโยบาย และโครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่ดีของภาคเอกชน ในขณะที่เดียวกันภาคเอกชนก็ต้องมีบทบาทในการร่วมมือกันผลักดันเครือข่ายวิสาหกิจไปสู่เป้าหมาย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีในการรวมกลุ่มเตอร์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นแนวคิดที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารง่ายขึ้น ความต้องการที่พัฒนาขึ้นของผู้บริโภคทำให้ต้องใช้งเงินลงทุน ในเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สำหรับแนวทางการรวมกลุ่มแบบ คลัสเตอร์ (Cluster) เป็นการหาแนวทางให้ผู้ประกอบการรายเล็ก ในธุรกิจตัวแทนออกของในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน ต่อไป

จากการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในแต่ละประเทศในหลายอุตสาหกรรมที่ได้กล่าวถึงแนวคิดหนึ่งของ พอร์เตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะเป็นประโยชน์มากในธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม คือ คลัสเตอร์ (Cluster) โดยเป็นการนำแนวคิด การรวมตัว (Linkage) ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกัน และ มีอยู่อย่างหนาแน่นในทำเลหนึ่งๆ โดยมีจุดประสงค์ที่เหมือนกันเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลพึ่งพากัน ใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ ในขณะเดียวกันก็แข่งขันกัน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือองค์กรที่สนับสนุนเช่น สมาคมการค้า สถาบันการเงิน สถาบันศึกษา สถาบันวิจัย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิด คลัสเตอร์จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสร้างความ

หลากหลาย ยกกระตักการแข่งขัน ช่วยเพิ่มศักยภาพในการไหลของข้อมูล และเพิ่มความคล่องตัวในดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Porter, 1990) นอกจากนี้ “คลัสเตอร์” ยังเป็นวิธีการหนึ่งในเศรษฐกิจยุคโลกาภิวัตน์ ที่สร้างความสนใจ และ ได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมให้เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างความร่วมมือกัน เพื่อที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจอย่างยั่งยืน (Harnchamchai, 2010)

5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคลัสเตอร์

งานวิจัยรูปแบบและกระบวนการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่พิเศษ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งในการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายโดยได้เลือกชุมชนแบบเจาะจง เครือข่ายข้าวเกรียบจังหวัดปัตตานี เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบุดูสายบุรีจังหวัดปัตตานี เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบุดู จังหวัดนราธิวาส เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปทุเรียนจังหวัดนราธิวาส เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปทุเรียนจังหวัดยะลา เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ้า และ ผลิตภัณฑ์ผ้าจังหวัดสงขลา เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารทะเลจังหวัดสตูล (ดาวน้อย สุทธินิภาพันธ์, 2556) โดยนำเอาทฤษฎีการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ หรือ คลัสเตอร์ของ พอร์เตอร์ มาประยุกต์ใช้ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า สามารถประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องโดยใช้วิธีการที่เรียกว่า “การพัฒนาวิสาหกิจบูรณาการ” โดยมีแนวทางดังนี้

1) บูรณาการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งระดับจังหวัดและระดับกระทรวง ในระดับจังหวัด จัดให้มีเจ้าหน้าที่เป็นทีมประสานงานการพัฒนาเครือข่ายคลัสเตอร์ (Cluster Agent Development: CDA) ซึ่งต้องมีอย่างน้อย 5 คน จาก 5 หน่วยงาน ต่อ 1 ทีม และในระดับกระทรวง มีการสนับสนุน โดยมีการกำหนดนโยบายและแผนงานเดียวกันทุกกระทรวง อย่างชัดเจน และ เป็นรูปธรรม สามารถปฏิบัติได้จริง

2) มีที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการรวมกลุ่ม และ มีความรู้ในการทำธุรกิจ คอยทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ประสานงานกับภาครัฐ

3) ประสานงาน และร่วมมือกับสภาวิจัยแห่งชาติ ส่งเจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้ชำนาญการและมีความสามารถสูง มาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์เครือข่ายวิสาหกิจ

4) สรรหาและคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสามารถที่ดีในการพัฒนา ให้เป็นผู้ประสานงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3-5 คน และให้ทำความคุ้นเคยกับผู้ประสานงานภาครัฐ

5) มีนักจิตวิทยาที่มีความรู้ความสามารถและคอยเป็นที่ปรึกษาด้านจิตใจให้กับผู้ประกอบการ

6) ให้ภาคเอกชนรายใหญ่ระดับประเทศ ที่มีช่องทางการตลาด เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาด และ เพิ่มศักยภาพการขายด้วยช่องทางใหม่ๆ

นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่าแม้จะนำทฤษฎีของ พอร์เตอร์ มาใช้ได้อย่างสอดคล้องกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ แต่ยังคงรวมกลุ่มได้เฉพาะต้นน้ำ และกลางน้ำ ส่วนกลุ่มปลายน้ำยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมโยงให้เข้ามารวมกลุ่มได้ดี การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นๆ มีน้อยมาก และมีความจำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันศึกษาในพื้นที่ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญนอกพื้นที่ไม่กล้าเข้าพื้นที่และไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมของพื้นที่ได้ แต่อย่างไรก็ตามสมาชิกในกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานอาหาร เป็นไปตามหลักการเพิ่มผลผลิตภาพของทฤษฎีของ พอร์เตอร์

Kuah (2002) ได้มีงานวิจัยศึกษาเครือข่ายวิสาหกิจ หรือคลัสเตอร์ ไวน์ในประเทศแคลิฟอร์เนีย ที่ได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ของ พอร์เตอร์ Porter เข้าไปใช้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถรวบรวมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเข้ามาอยู่ในกลุ่มถึง 680 ผู้ประกอบการ มีความเชื่อมโยงทั้งแนวตั้งและแนวนอน ตั้งแต่ต้นน้ำ เกษตรกรผู้ปลูกองุ่น โรงงานทำไวน์ ซัพพลายเออร์ขายอุปกรณ์การเก็บเกี่ยว และซัพพลายเออร์รายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการผลิตไวน์ มีการประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้บริโภค ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังสามารถชักชวนผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีชื่อเสียงในการผลิตไวน์ที่มีช่องทางการตลาดมากมายเข้าร่วม นอกจากนี้ยังมีความเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย สถาบันวิจัยไวน์หน่วยงานของรัฐ ที่สนับสนุนและทำความเชื่อมโยงไปยังผู้ประกอบการที่มีศักยภาพน้อย เช่น ร้านอาหาร และการท่องเที่ยว ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจ ไวน์ในประเทศแคลิฟอร์เนียสามารถมีการจ้างงาน และเพิ่มผลผลิตสร้างขีดความสามารถให้กับกลุ่ม

Oakey and Cooper (1989) ได้ศึกษาความเชื่อมโยงของการรวมตัวกันและการจัดกลุ่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมเทคโนโลยี ซิลิคอน วาเลย์ (Silicon Valley) ที่มีมูลค่าสูงมาก ความสำคัญของการรวมตัวกัน สรุปได้ว่า การเชื่อมโยงและมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่นในการพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่ม มีความเชื่อมโยงทั้งแนวตั้ง และ แนวนอน ตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ได้ดีมาก ทั้งหน่วยงานรัฐบาล และเอกชน ผู้ประสานงาน หน่วยงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการศึกษา อีกทั้งมีการอบรมทักษะพนักงาน พร้อมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเทคโนโลยีภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ทำให้ Silicon Valley สามารถผลิตสินค้าที่เป็นนวัตกรรมออกมามากมาย ซึ่งถือเป็นการรวมกลุ่มที่ประสบความสำเร็จที่โด่งดังทั่วโลกกลุ่มหนึ่ง

สรุปงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อความสำเร็จในการรวมตัวของคลัสเตอร์ ของต่างประเทศ และ ในประเทศไทย ความสำคัญอยู่ที่ความเชื่อมโยงกันทั้งแนวตั้ง และ แนวนอน ตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ซัพพลายเออร์ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยีต่างๆ ส่งผลทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ โดยเฉพาะคลัสเตอร์ที่มีสถาบันท้องถิ่น หน่วยงานวิจัยต่างๆ ของรัฐ เข้ามาสนับสนุน อย่างเข้มแข็ง ยิ่งช่วยส่งเสริมให้คลัสเตอร์มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยสำคัญอีกอันหนึ่งที่ทำให้การรวมตัวกันของคลัสเตอร์ประสบความสำเร็จ คือ การมีคนกลาง (CDA) คอยช่วยและประสานงานและเชื่อมโยงภายในกลุ่มคลัสเตอร์

2.4 การรวมกลุ่มทางธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

1) ความเป็นมาของการรวมกลุ่ม เศรษฐกิจแบ่งปัน

จุดกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา ในซานฟรานซิสโก โดยนาธาน เบลชาร์ซิก Nathan Blecharczyk, ไบรอัน เชสกี Brian Chesky และ โจ เกบเบีย Joe Gebbia ซึ่งจุดประกายความคิดที่อยากจะแบ่งห้องเช่าของตน ในช่วงเทศกาล Air Exhibition ซึ่งเป็นงานที่มีศิลปินจากทั่วโลกมารวมตัวกัน ช่วงนั้นโรงแรมไม่สามารถรองรับได้ พวกเขาจึงได้นำเอาเตียงเป่าลมมาให้คนพัก เลยเป็นที่มาของชื่อเรียกว่า “AirBed and Breakfast” ซึ่งเป็นการพักที่มีเตียงให้นอนพร้อมอาหารเช้า ต่อมาเขาทั้งสามคนได้ก่อตั้ง “AirBNB” ที่ให้บริการเช่าบ้านพัก คอนโด สำหรับคนที่มองหาที่พัก ในราคาประหยัด และได้กลืนไอของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Konrad, 2014)

นาธาน เบลชาร์ซิก Nathan Blecharczyk เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง และ หัวหน้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีที่ AirBNB เขาดูแลกลยุทธ์ทางเทคนิคของบริษัทและทุ่มเทให้กับการสร้างทีมงานวิศวกรรมระดับโลกเพื่อให้ AirBNB อยู่ในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม นาธานกลายเป็นผู้ประกอบการขณะที่อายุยังน้อยโดยทำธุรกิจขณะที่เขาเรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาโดยขายของให้ลูกค้าในกว่า 20 ประเทศ เขาได้รับปริญญาทางด้านวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และ ดำรงตำแหน่งวิศวกรหลายตำแหน่งที่ Microsoft, OPNET Technologies และ Batiq ก่อนมาเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง AirBNB

ไบรอัน เชสกี Brian Chesky เป็น CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง และเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร AirBNB เขาขับเคลื่อนวิสัยทัศน์กลยุทธ์ และการเติบโตของบริษัทในขณะที่บริษัทนำเสนอวิธีการเดินทางที่น่าสนใจและไม่เหมือนใครให้คนทั่วไป และเปลี่ยนแปลงชีวิตของชุมชน AirBNB ภายใต้การนำของไบรอันทำให้ AirBNB อยู่ในแถวหน้าของเศรษฐกิจแบ่งปัน และได้ขยายที่พักที่ลงประกาศเป็น 2,000,000 แห่ง ใน 192 ประเทศ

โจ เกบเบีย Joe gebbia เป็นผู้ร่วมก่อตั้งและหัวหน้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตภัณฑ์ ของ AirBNB เขานำทีมผลิตภัณฑ์ในการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายผ่านการออกแบบที่เป็นธรรมชาติ และ

คอยดูแลการพัฒนาแบรนด์ และผลิตภัณฑ์ของ AirBNB เขาได้ใช้ประสบการณ์ การเป็นนักออกแบบ จากประสบการณ์ก่อนหน้าของเขา Chronicle Books และการพัฒนาเว็บไซต์การออกแบบเพื่อ สิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้ามากมาย ได้รับปริญญา 2 ใบในด้านการออกแบบกราฟฟิก และ การออกแบบเชิงอุตสาหกรรมที่โรงเรียนสอนการออกแบบไอร์แลนด์

จากการรวมตัวของทั้ง 3 คน ทำให้คนรู้จัก AirBNB ในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่สามารถ สร้างเชื่อมโยงได้ทั่วทุกมุมโลก ทำให้ เศรษฐกิจแบ่งปันมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ แนวคิดในความเป็นมา ของเศรษฐกิจแบ่งปัน มีดังนี้

- เป็นตัวกลางเพื่อเชื่อมต่อระหว่างผู้ที่ต้องการห้องพัก และ เจ้าของห้องพักที่มีห้องว่าง เหลืออยู่ ลดเวลาในการหาห้องราคาถูกสำหรับผู้เช่า และสร้างเงินจากพื้นที่ว่างเปล่าให้ผู้ กับเจ้าของห้องเช่า
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่มีความวัฒนธรรมและสัญชาติที่ต่างกัน
- พานักท่องเที่ยวไปสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ จากที่พักในแถบท้องถิ่น

เริ่มแรกเปิดตัวครั้งแรก ปี 2008 ยังไม่ค่อยมีคนรู้จักมากนัก แต่หลังจากที่เปิดตัวที่นิวยอร์ก เมืองที่มีผู้คนจากทั่วโลกเดินทางมา และเมื่อคนที่ใช้บริการผ่าน AirBNB ได้สัมผัสกับประสบการณ์ ก็มี การเล่าสู่กันฟังจากปากต่อปากทำให้ AirBNB เป็นที่รู้จักและเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาเพียงแค่ 7 ปี ธุรกิจนี้มีมูลค่าประมาณ 2 หมื่นล้านเหรียญ หรือ 640,000 ล้านบาท ด้วยแนวคิด เศรษฐกิจ แบ่งปัน

2) ความหมายการรวมกลุ่มธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน

การรวมกลุ่มทางธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นการร่วมมือทาง ธุรกิจที่เป็น เทรนด์กลยุทธ์ใหม่ ที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเป็นการเริ่มต้นการ ร่วมมือกันทางธุรกิจ (Collaboration) แบบบูรณาการของกลุ่มผู้ผลิตที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แลกซ์ข้อมูล และสนับสนุนการดำเนินงาน ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่มีการร่วมมือกันทำงาน และ พัฒนากิจกรรมในกระบวนการโล จิสติกส์ ในอุตสาหกรรมกล้วยไม้ในประเทศไทย(Hotrawaisaya et al., 2014) พบว่าการร่วมมือกัน ทำให้สามารถลดต้นทุน ลดเวลา และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน ต่อมา ศาสตราจารย์ ลอร์เรนซ์ เลซซิง (Lawrence Lessing) แห่งมหาวิทยาลัย ฮาร์เวิร์ด (Cho et al., 1998)ได้นำเสนอแนวคิดการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันออกมาสู่สังคม ในปี 2008 ซึ่งเป็นรูปแบบ ทางเศรษฐกิจที่มีการรวมกลุ่มกันแบ่งปัน แลกเปลี่ยนทักษะ หรือ ทรัพย์สินที่เป็นเจ้าของ โดยตรงกับ ผู้อื่นที่ต้องการ(ไทยพับลิก้า, 2558) โดยมีรูปแบบอำนวยความสะดวกบนเว็บไซต์ ที่ทำหน้าที่เป็นฮับ สำหรับการติดต่อ(Allen & Berg, 2014) ในการทำธุรกรรมของสินทรัพย์ท้องถิ่นที่คนอื่นเช่าถึงยาก

และยังเป็นเส้นทางในอนาคตที่จะช่วยสนับสนุนชุมชน ก่อให้เกิดความร่วมมือกันทางการเงิน การสร้างผลิตภัณฑ์ และ สร้างบริการใหม่ๆ(Boyd Cohen & Muñoz, 2015) เศรษฐกิจแบ่งปันส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งชีวิตคนที่อยู่ในเมือง ยกตัวอย่างประเทศเกาหลีที่ต้องเผชิญกับปัญหาข้อจำกัดทางทรัพยากร ที่มีประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น ด้วยประเทศเกาหลีเป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและ สมาร์ทโฟน จึงได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ นำแนวคิดรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเข้ามาใช้ในประเทศจนได้รับการยอมรับจากประชาชน (B. Cohen & Kietzmann, 2014) โดย รูปแบบจะเป็นการผสมผสานโดยจัดทำเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการเจรจาต่อรองเงื่อนไขของการทำธุรกรรม (Mugar, 2013)ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ลดเวลา ลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย (Allen & Berg, 2014) ต่อมาได้มีการเพิ่มจำนวนของเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมแบบ peer-to-peer ที่สามารถทำให้คนเข้าถึงทรัพยากรท้องถิ่นได้ง่าย เช่น AirBNB.com ช่วยให้เจ้าของบ้านสามารถเอาห้องที่ว่างอยู่ให้นักท่องเที่ยวเช่า เพื่อได้สัมผัสกับบรรยากาศแบบท้องถิ่น ที่มีจุดกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา จนสามารถขยายบริการไปทั่วโลก และได้รับความนิยมกว้างขวาง โดยสามารถสร้างมูลค่าประมาณ 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐเพียงช่วงเวลาแค่ 7 ปีเท่านั้น หรือ zimrides.com ช่วยให้เจ้าของรถที่ต้องเดินทางไกลๆเพียงคนเดียว สามารถขายที่นั่งในรถให้กับคนที่ต้องการเดินทางไปในที่เดียวกัน(Boyd Cohen & Muñoz, 2015) เป็นการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเพื่อมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เหลือใช้ร่วมกันโดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของ มุ่งเน้นที่ต้นทุนต่ำ กำไรสูงภายใต้การใช้สินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์ ส่งผลทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าหรือบริการได้ต่ำกว่าปกติ

รูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในรูปแบบของธุรกิจแพลตฟอร์ม และการแลกเปลี่ยนเศรษฐกิจร่วมกันเพื่อแบ่งปันความรู้ของสินค้า และ บริการเพื่อการแลกเปลี่ยนที่ดีกว่า การแลกเปลี่ยนนี้เป็นประโยชน์มากสำหรับคนที่เข้าร่วมกลุ่ม รูปแบบธุรกิจของเศรษฐกิจแบ่งปันนี้ ลักษณะเด่นคือการให้ความสำคัญของการกระจายอำนาจให้คนในกลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรได้ง่าย สะดวกในการแลกเปลี่ยน (Allen & Berg, 2014)เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นแนวคิดที่มาแรงและเปิดกว้างสู่โมเดลธุรกิจใหม่ และมีผู้วิจัยได้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังนี้

Erving (2014) ได้ให้ความหมายของ เศรษฐกิจแบ่งปันไว้ว่า เป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่เป็น การสร้างความร่วมมือที่หลากหลายรูปแบบ ในการแบ่งปันเพื่อแจกจ่ายสินทรัพย์ที่เหลือใช้ ในกลุ่มคนที่ต้องการใช้ประโยชน์ เน้นการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ยาก เป็นการใช้งานร่วมกันของชุมชน ที่ทุกคนใน

กลุ่มรู้สึกสนุกสนานกับการเข้าร่วม และให้ความรู้สึกว่ามีทางเลือกในการทำธุรกิจให้กับคนที่มีเงินทุนน้อย และยังขาดความรู้เรื่องเทคโนโลยี ที่จะสามารถแข่งขันกับตลาดได้

ซึ่งสอดคล้องกับ (Allen & Berg, 2014) ได้กล่าวถึงความหมายของ เศรษฐกิจแบ่งปันว่าเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงจากการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิม ที่ต้องซื้อหาทรัพยากรที่ต้องการทุกครั้งในราคาที่แพง และ จำนวนมาก แต่รูปแบบของเศรษฐกิจแบ่งปันนี้ สามารถซื้อจากคนที่มีทรัพยากรที่เราต้องการ และเป็นของที่เกินความจำเป็นของเขา ทิ้งไว้โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ แล้วนำมาแบ่งปันกันในกลุ่ม ส่งผลทำให้สามารถซื้อทรัพยากรได้ในราคาถูก ช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าหรือบริการได้ต่ำกว่าปกติ

อีกความหมายหนึ่งของ เศรษฐกิจแบ่งปัน ที่ให้โดย (Matofska, 2014) เป็นเศรษฐกิจที่มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่ม ในการทำการยืมสินค้า หรือแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้ใช้งาน หรือร่วมลงทุนในสินค้าและบริการ เป็นแนวความคิดธุรกิจที่เป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ของการบริโภคที่ป้องกันไม่ให้มากเกินไป เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งปัจจุบันมีการนำแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน นี้ไปใช้กับการแบ่งปันบ้าน สำนักงาน เครื่องใช้ในบ้าน หรือ การให้ยืมรถเป็นชั่วโมง แทนที่จะเป็นการเช่าแบบรายวัน เป็นต้น ซึ่งการทำกิจกรรมนี้ ผู้ทำกิจกรรมจะมีผลประโยชน์ในกิจกรรมนั้นๆ อย่างเหมาะสม

ในขณะเดียวกัน(การดี เลียวไพโรจน์, 2558) ได้ให้ความหมาย เศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากกำลังการผลิตที่เหลือของทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่มีอยู่ หรือ การแบ่งขายของที่ไม่ได้ใช้ ผ่านตลาดออนไลน์ ตัวอย่างที่เห็นกันมากคือสินค้าที่มีราคาแพง และไม่ได้ใช้เป็นประจำทุกวัน เช่น บ้านพักตากอากาศ รถ เรือ กระเป๋าเดินทาง โดยหลักการเศรษฐกิจแบ่งปัน ไม่จำเป็นต้องซื้อมาครอบครองเป็นเจ้าของ แต่เป็นการแบ่งใช้ในเวลาที่อีกฝ่ายต้องการ ซึ่งสามารถสร้างค่าตอบแทนตามมูลค่าที่ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ เศรษฐกิจแบ่งปัน ไม่ได้ครอบคลุมเฉพาะการบริโภคสินค้าเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการแบ่งปัน และ การใช้ทรัพยากรร่วมกันตั้งแต่ขั้นตอน การริเริ่มสร้างสรรค์ ไอเดีย การผลิต การกระจายสินค้า ไปจนถึงการบริโภค

สอดคล้องกับ(วิไลพร ทวีลาภพันทอง, 2558) ได้กล่าวว่า เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) หมายถึง การให้โอกาสทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นคนที่มี หรือไม่มีประสบการณ์ มีเงินทุน หรือไม่มีเงินทุน ทุกคนมีโอกาสเท่ากัน ซึ่งในทางธุรกิจ เศรษฐกิจแบ่งปันเหมาะสำหรับธุรกิจพอเพียงให้การช่วยเหลือ มีการแลกกัน การระดมหาเงินทุนด้วยกัน นับว่าวิธีการของเศรษฐกิจแบ่งปันมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของไทย รวมถึงระบบธุรกิจของประเทศไทยที่มีลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) อยู่มาก

สรุปได้ว่า ความหมายของ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เป็นการนำธุรกิจรูปแบบใหม่ ที่พลิกรูปแบบจากการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เหลือใช้ร่วมกัน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของ โดยมุ่งเน้นที่ต้นทุนต่ำ กำไรสูงภายใต้การใช้สินทรัพย์ที่ไม่ได้ทำประโยชน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าหรือบริการได้ต่ำกว่าปรกติ การรวมกลุ่มที่ให้เกิดความรู้สึกถึงทางเลือกในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ สำหรับคนที่ไม่มีโอกาส และมีเงินทุนน้อย เพื่อสามารถแข่งขันกับตลาดในโลกปัจจุบันได้ โดยการส่งมอบบริการ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) นี้ เป็นการส่งมอบบริการผ่านอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์ม

3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

แนวคิดทฤษฎี เศรษฐกิจแบ่งปัน หมายถึงแนวคิดในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากกำลังการผลิตที่เหลือของทรัพยากร หรือสินทรัพย์ที่มีอยู่ หรือ การแบ่งขายของที่ไม่ได้ใช้ผ่านตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะสินค้าราคาแพง และไม่ได้ใช้เป็นประจำทุกวัน เช่น บ้านพักตากอากาศ รถ เรือ กระเป๋าเดินทางหรือที่เห็นบ่อยในกลุ่มวัยรุ่น ไทย เช่น Time share กระเป๋าหู โดยไม่ต้องซื้อมาไว้ในครอบครองหลายใบ แต่เป็นการแบ่งใช้ในเวลาที่เราไม่ได้ใช้ แต่อีกฝ่ายต้องการ ซึ่งสามารถสร้างค่าตอบแทนตามมูลค่าที่ตกลงกันได้ (Hong, Kim, Choi, Lee, & Cho, 2013)

คำว่า เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นแนวคิดที่ถูกนำออกมาเสนอต่อสังคม โดย ลอร์เรนซ์ เลซซิง (Lessing, 2008) ได้นำแนวคิดที่เปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ของการบริโภคที่ไม่ให้มีมากเกินไป บนพื้นฐานของการร่วมมือกัน แบ่งปันกัน หรือแลกเปลี่ยน และยืม กันใช้ เพื่อลดต้นทุน โดยไม่ต้องเป็นเจ้าของ ซึ่งได้ทำการศึกษาในประเทศเกาหลี ในการแบ่งปันบ้าน สำนักงาน เครื่องใช้ในครัวเรือน หรือแม้กระทั่งรถยนต์ แล้วพบว่าได้รับความนิยมและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น มีการนำสิ่งของมาแลกเปลี่ยนและแบ่งปันกัน นอกจากนี้ตัวอย่างอันหนึ่งที่สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจนของเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ได้ดี คือ AirBNB ที่ให้บริการแบ่งปันห้องพักที่บ้านให้เช่า ที่มีจุดต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกาจนสามารถขยายบริการไปทั่วโลก และได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ส่งผลทำให้การบริการของ AirBNB สามารถสร้างชื่อเสียงและเป็นที่นิยมในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมากจนถึงปัจจุบัน แม้กระทั่งแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันในการให้เช่ารถ ด้วยสามารถยืมเป็นชั่วโมง แทนที่จะเสียเงินยืมเป็นวัน แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นการกำหนดกิจกรรมการทำงานร่วมกัน ภายใต้แนวคิด ยืมสินค้าและบริการที่ไม่ได้ใช้งาน จากเจ้าของ ให้ธุรกิจอื่นได้ใช้ประโยชน์ หรือเป็นการลงทุนเพื่อที่จะใช้ สินค้าและบริการ ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เศรษฐกิจร่วมกันอาจจะถือได้ว่าเป็นหนึ่งในมาตรการ ในการแก้ปัญหาการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs ใน

ปัจจุบันมีนักวิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงประเภทของ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ไว้หลายแนวคิด เช่น

Hong et al. (2013) ได้แบ่งประเภทของ เศรษฐกิจแบ่งปัน ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- **แบบที่ 1** นำทรัพยากรที่ไม่ได้ใช้งานออกมาให้คนอื่นร่วมใช้ประโยชน์ ได้ โดยไม่ต้องเป็นเจ้าของ เป็นการให้ยืมทั้งที่เป็นสินค้าที่จับต้องได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ ข้าวของเครื่องใช้ ต่างๆ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การให้ใช้ ลิขสิทธิ์ ในลักษณะเฟรนไชย เป็นต้น

- **แบบที่ 2** การเป็นเจ้าของร่วมกัน ผ่านกันลงทุนร่วมกัน ของคนที่มีแนวคิดที่คล้ายกัน ทำงานร่วมกัน เป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ของธุรกิจร่วมกัน ผ่านข้อตกลงร่วมกันของคนที่เกี่ยวข้อง กลุ่ม โดยมีจุดมุ่งหมายที่ใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ

กล่าวคือ เศรษฐกิจแบ่งปันแบบที่ 2 นี้ยังสามารถแบ่งเป็นแยกย่อย ทั้งที่เป็นสินค้า หรือเป็นบริการ ดังแสดงในตารางที่ 2.6 ดังนี้

ตารางที่ 2. 6 ชนิดของเศรษฐกิจแบ่งปัน

รายการ	ชนิด	รายละเอียด	เนื้อหา
Goods	ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกัน	สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์และที่ดิน	การลงทุนในการร่วมกัน (เป็นเจ้าของร่วมกัน) และการแบ่งปันการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อไม่ได้ใช้งาน
	ซื้อร่วมกัน	การสั่งซื้อวัตถุดิบ และวัสดุสำหรับบริษัท ลูก รวมถึงทรัพยากรมนุษย์	การสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก ทำให้ได้ราคาถูกลง
	การพัฒนาร่วมกัน	วิจัยและ พัฒนา	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์สินค้าร่วมกัน
	การตลาดร่วมกัน	ทรัพยากรการตลาดร่วมกัน	ร่วมใช้ทรัพยากรด้านการตลาดร่วมกันเช่น โฆษณา ช่องว่างการตลาดทรัพยากรมนุษย์, ช่องการโฆษณา และการจัดจำหน่ายและช่องทางเครือข่ายในการขาย
Services	การศึกษาร่วมกัน	ทรัพยากรทางการศึกษา	การแบ่งทรัพยากรทางการศึกษาที่จำเป็นในกลุ่มธุรกิจ
	การบริการร่วมกัน	ที่นั่งสายการบิน บริการการติดตาม	ร่วมกันใช้เส้นทางเดียวกันเพื่อมุ่งเป้าไปที่การเพิ่มผลกำไร และ ปรับปรุงการให้บริการร่วมกัน

จากตารางที่ 2.6 แสดงให้เห็นชนิดของเศรษฐกิจแบ่งปันชนิดที่ 2 ซึ่งสามารถแยกย่อยออกเป็นสินค้า เช่น การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกัน การพัฒนาสินค้าร่วมกัน การทำการตลาดร่วมกัน และ เป็นบริการ เช่น การศึกษาร่วมกัน และ การบริการร่วมกัน เป็นต้น

วิไลพร ทวีลาภพันทอง (2558)กล่าวถึงรูปแบบและแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ว่าแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย กำลังเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะที่มา ที่ทำให้เศรษฐกิจแบ่งปันเกิดขึ้นมานั้น เพราะมีเทคโนโลยีโซเชี่ยลมีเดีย เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้คนมีพฤติกรรมที่มีความร่วมมือและช่วยเหลือกัน โซเชี่ยลมีเดียเป็นช่องทางที่ทำให้คนมาพูดคุยกัน แร่ความคิดเห็นกันมากขึ้น จุดเริ่มต้นจากการแชร์ไอเดียในกลุ่มเล็กๆ จนเริ่มเข้าสู่การเป็นรูปแบบธุรกิจมากขึ้น พัฒนาเป็นการแชร์สินค้า หรือของส่วนตัว ซึ่งเป็นการก้าวไปอีกขั้น คือจากการยืมกันจนไปถึงการจำหน่ายสินค้า เศรษฐกิจแบ่งปันเริ่มมาระยะหนึ่งในต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยมีรูปแบบ 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เป็นลักษณะการนำของส่วนตัวมาให้เช่า หรือมาแชร์กัน ตัวอย่างรูปแบบของ Air BNB เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงคนที่มีที่พัก และเปิดให้นักเดินทาง ทั่วโลกที่กำลังมองหาที่พักกว้าง โดยเจ้าของมีการนำบ้าน อพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมิเนียม มาให้เช่ากับนักท่องเที่ยว จากการทำแบบสโคปเล็กๆ จนถึงทำแบบจริงจัง มีการแชร์ข้อมูล เกิดรีวิว จนเป็นเว็บไซต์ ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง หรือตัวอย่างที่เรารู้จักกันเป็นอย่างดีคือ บริการของ อุเบอร์ (Uber) ซึ่งไม่ใช่รถรับจ้าง แต่นำรถส่วนตัวมาให้บริการเป็นรถแท็กซี่ เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 เป็นลักษณะการนำของส่วนตัวมาขายหรือมาแลกเปลี่ยนมือ ซึ่งมีเว็บไซต์ขึ้นอีกประเภทที่ทำการรองรับ มีการจัดหมวดหมู่ บรรยายคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน ทั้งเพื่อการจำหน่ายสินค้า เช่น อีเบย์เว็บไซต์ ที่เป็นตลาดซื้อและ ขาย ประมูลสินค้าแบบออนไลน์ และเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเช่น Swap.com เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีไอเดียเหมือนกัน หรือมีความสนใจเหมือนกัน และ ต้องการทำงานร่วมกัน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างเช่น กลุ่มคนที่มีความสนใจจะทำเรื่องเดียวกัน (Crowd funding) แต่ไม่มีเงินทุน จึงมารวมตัวกันเรียไร หรือหาทุนเพื่อจะทำสิ่งนั้นๆ ซึ่งรูปแบบนี้มีเป็นจำนวนมากในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่นมีซีรีส์ชื่อดังเรื่อง Veronica Mars ซึ่งเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ และไม่มีเงินทุน แต่มีเสียงเรียกร้องให้ทำเป็นภาพยนตร์ จึงช่วยกันรวมเงินจำนวนมากสนับสนุนให้สร้าง โดยใช้วิธี Crowd funding จนได้เงินเพียงพอในการสนับสนุนการสร้างจนสำเร็จออกมาได้ เป็นต้น

สรุปได้ว่า จากแนวคิดรูปแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ทั้งของ (Hong et al., 2013) ที่ได้แบ่งรูปแบบออกเป็น 2 ประเภท และ ของ วิไลพร ทวีลาภพันทอง (2558) ที่ได้แบ่งรูปแบบของ แนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน ออกเป็น 3 ประเภท นั้น ทั้งสองแนวคิดเป็นรูปแบบที่คล้ายกัน โดยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 หลักการ คือ **หลักการที่หนึ่ง** การนำเอาสิ่งของที่เหลือใช้ มาแบ่งให้เช่า หรือให้ยืมใช้ โดยกำหนดค่าตอบแทนการแบ่งปันอย่างชัดเจน **หลักการที่สอง** เป็นการรวมเอาคนที่ทำ

ธุรกิจคล้ายกัน มีไอเดียเหมือนกัน มาร่วมกันทำธุรกิจ ที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมกัน เพื่อวัตถุประสงค์การลดต้นทุน ทำให้เกิดกำไรสูงขึ้น ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าหรือบริการได้ถูกลง สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับตลาด

4) การศึกษาในอดีตของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในต่างประเทศ

จากเศรษฐกิจโลกที่มีการพัฒนา และมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ Digital economy มาจนถึงวิวัฒนาการเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing economy ทำให้กระแสนิยมนำรูปแบบนี้ไปใช้ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมากมาย เช่น Uber, AirBNB, Open Shed, Zopa, Kickstarter และ Airtasker ดังจะอธิบายกรณีศึกษา (Allen & Berg, 2014) ดังนี้

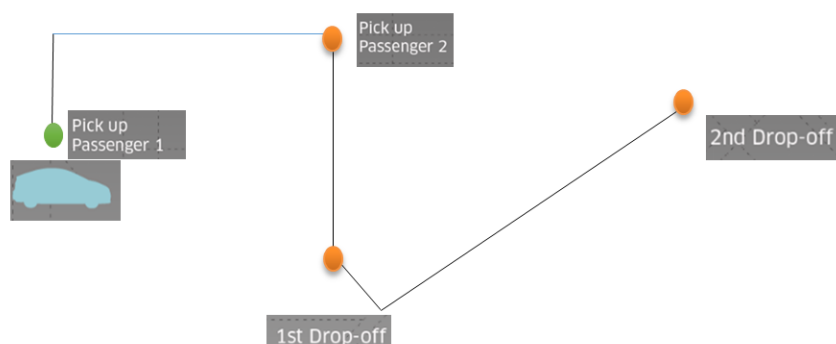
- **อูเบอร์ (Uber)** เป็นการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อระหว่างผู้โดยสาร และ พนักงานขับรถ เกิดจากการรวมตัวกันจากเงินกองทุนรวม และ นักลงทุนบางส่วน เริ่มต้นจากเงิน 1.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเปิดตัวในปี 2010 ปัจจุบันอูเบอร์ สามารถขยายการให้บริการไปยังประเทศต่างๆ กว่า 45 ประเทศ ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ในปัจจุบันได้รับการประเมินมูลค่าเป็น 18.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงเทียบเท่ากับการประเมินมูลค่าเมื่อ Silicon Valley เริ่มเปิดตัว

การให้บริการของ Uber เป็นการให้บริการผ่านแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟน ที่อำนวยความสะดวกในการช่วยประสานงานคนขับรถ และ ผู้ขับรถที่เป็นอิสระ แอปพลิเคชันจะแสดงตำแหน่งของคนขับรถที่พร้อมที่จะให้บริการ ว่าขณะนี้อยู่ที่ไหน แฉ่งชนิดของรถ ค่าโดยสาร ชื่อผู้ขับชื่อ และเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องรอคอยรถมารับ นอกจากนี้แอปพลิเคชันของ Uber ยังสามารถให้เข้าถึงการให้บริการหลายระดับทางด้านการขนส่งที่แตกต่างกัน เช่นรูปแบบการให้บริการแท็กซี่อื่น UberX, UberTaxi, UberBLACK, UberSUV and UberLUX

ต่อมา Uber ได้เปิดตัวการให้บริการ UberRush เป็นการให้บริการรับส่งพัสดุ โดยเริ่มเปิดตัวการให้บริการในย่านแมนฮัตตัน เมืองนิวยอร์ก โดยค่าบริการจะคิดตามระยะทางในการรับ และส่งของ โดยแบ่งแมนฮัตตันออกเป็น 5 โซน หากรับส่งในโซนเดียวกันค่าบริการจะอยู่ที่ 15 เหรียญสหรัฐ หรือ ประมาณ 480 บาท และหากข้ามโซนจะคิดค่าบริการเพิ่มโซนละ 5 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 160 บาท การให้บริการจะมีทั้งใช้มอเตอร์ไซด์ และเดินเท้า โดยจำกัดขนาดของพัสดุ และผู้ใช้บริการสามารถติดตามการเดินทางของพัสดุผ่านแอปพลิเคชันของ Uber ได้ตลอดเวลา และต่อมา Uber ได้เปิดตัวการให้บริการ UberBoat โดยให้บริการแท็กซี่ทางน้ำรอบท่าเรือ

นอกจากนี้ Uber ยังได้เปิดตัวบริการ Carpooling หรือเรียกว่า UberPOOL ซึ่งเป็นการให้บริการที่สามารถรับผู้โดยสารที่มีจุดหมายปลายทางที่ต่างกันได้ในรถคันเดียว โดยวิธีคิดของ

UberPOOL เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าต่อพื้นที่นั่งบนรถหนึ่งคันที่โดยทั่วไปมักจะมีผู้โดยสารเพียงหนึ่งคนต่อการเดินทาง จึงเหลือที่ว่างอีก 2-3 ที่ UberPOOL จะเพิ่มการเดินทางอีกไม่กี่นาที แต่สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้กว่าครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายปกติ นอกจากนี้ UberPOOL กล่าวได้ว่าวิธีนี้นอกจากจะผู้ให้บริการได้ประโยชน์จากค่าใช้จ่ายที่ลดลงแล้ว ภาพรวมจำนวนรถก็จะลดลงจากการใช้รถร่วมกันอีกด้วย ในเมืองที่มีจำนวนรถแออัดอย่างนิวยอร์ก บริการ UberPOOL สามารถลดจำนวนรถที่วิ่งสูงสุด 2 ล้านคันต่อเดือน ลงเหลือ 1 ล้านคันต่อเดือน ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.2 ดังนี้



ภาพที่ 2. 5 รูปแบบการให้บริการ UberPOOL

ที่มา : Mark Rogowsk, 2014

จากภาพที่ 2.5. แสดงให้เห็นถึงการให้บริการ UberPOOL ที่กำลังได้รับความนิยมในนิวยอร์ก ซึ่งสามารถใช้บริการรถคันเดียวกัน โดยรับผู้โดยสารคนที่หนึ่งในจุดที่หนึ่ง และแวะจอดรับผู้โดยสารคนที่สอง ในจุดที่สอง จากนั้นส่งผู้โดยสารคนแรกไปยังจุดหมายปลายทางที่ผู้โดยสารจุดที่หนึ่งต้องการ และวิ่งไปส่งจุดหมายปลายทางของผู้โดยสารคนที่สองรูปแบบของ UberPOOL นี้ถือเป็นเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่ส่งผลทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่จำเป็นต้องเอารถออกมาใช้ นอกจากนี้ในแอปพลิเคชัน ยังสามารถให้ผู้โดยสารเข้าไปให้คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการด้วย

- **แอร์ บีเอ็นบี (AirBNB)** เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการเชื่อมต่อและประสานงานกันในการใช้เช่าอสังหาริมทรัพย์ทั้งระยะสั้น หรือ ระยะยาว AirBNB ก่อตั้งขึ้นในปี 2008 จากผู้ริเริ่มก่อตั้ง สามคน ชื่อ นาธาน เบลชาร์ซค (Nathan Biecharczk) ไบรอัน เชสกี (Brian Chesky และ โจ เกบเบย์ (Joe Gebbai) ซึ่งมีอาชีพเป็นดีไซเนอร์ และ วิศวกร ในซานฟรานซิสโก ที่จุดประกายความคิดอยากแบ่งห้องเช่าของตนเอง ในช่วงเทศกาล Art Exhibition ซึ่งมีศิลปินจากทั่วโลกมารวมกัน ทำให้โรงแรมไม่เพียงพอที่จะรองรับคนจากทั่วทุกมุมโลกที่มาร่วมงานครั้งนั้น โดยผู้ก่อตั้งทั้งสองใช้เตียงเป่าลมให้คนพัก เลยเป็นที่มาของชื่อเรียกว่า “AirBed and Breakfast” ซึ่งหมายความว่าเป็นที่พักแบบมีเตียงให้พร้อมอาหารเช้า ซึ่งมักจะทานร่วมกับเจ้าของบ้าน ขณะนี้ธุรกิจ AirBNB ได้ขยายไปกว่า 34,000 แห่ง

ใน 192 ประเทศ จนในขณะนี้มียอดค่าประมาณ 10 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงเวลาไม่กี่ปี นอกจากนี้ Airbnb ยังได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนมากมายว่าเป็นทางเลือกที่สามารถจองที่พักจากเจ้าของที่พัก เชื่อมโยงคนที่ที่พักว่างเข้ากับคนที่กำลังมองหาที่พัก ประสบการณ์ของผู้เข้าพักและเจ้าของที่พักบน Airbnb สร้างการเชื่อมโยงจริงกับผู้คนที่อยู่จริงจากทั่วทุกมุมโลก ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 ถึงเดือน มีนาคม 2017 ในรัฐมอนทรีออล ประเทศแคนาดาเป็นเงินถึง 54.6 ล้านดอลลาร์แคนาดา

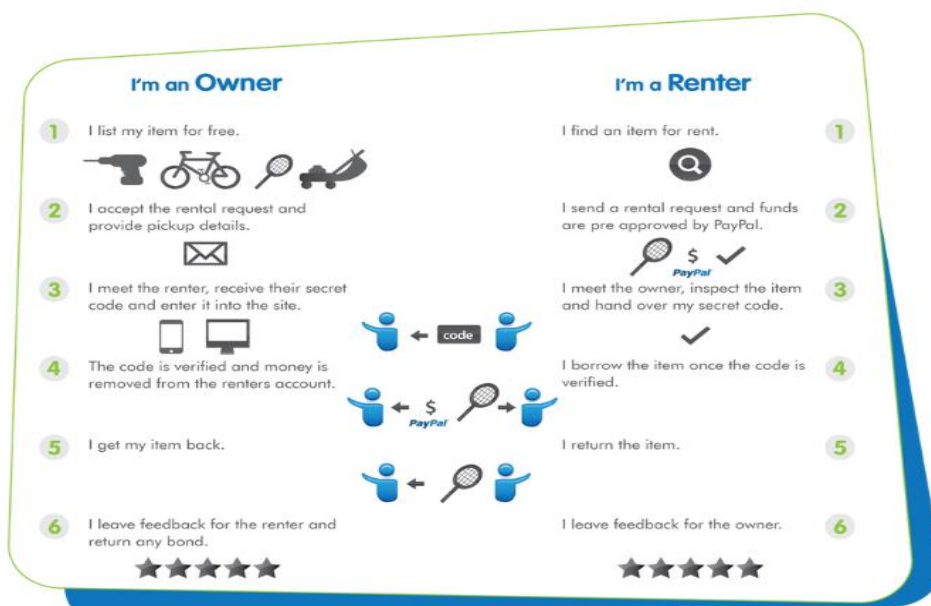
หลักการของการให้บริการ ทั้งผู้ให้เช่าบ้านพัก หรือ ผู้ต้องการเช่า จะต้องลงทะเบียนบนเว็บไซต์ของ Airbnb โดยที่ผู้ให้เช่าจะต้องแจ้งลักษณะห้องพัก หรือพาร์ทเมนท์ สไตล์บ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียกดูได้ทันทีจาก เว็บไซต์ และสามารถจองห้องพักที่ต้องการ นอกจากนี้ผู้เช่าสามารถให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อเป็นการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น หรือเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่ Airbnb หากได้รับการชมเชยจากผู้เข้าพักมาก (Airbnb, 2015) กล่าวได้ว่า การให้บริการ Airbnb นั้นเป็นการแบ่งปันแพลตฟอร์มเศรษฐกิจ โดยที่ Airbnb ไม่ได้เป็นเจ้าของ เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจับคู่ เจ้าของที่พัก กับนักท่องเที่ยว การให้บริการของ Airbnb นั้น จะมีข้อได้เปรียบในเรื่องของความปลอดภัยเช่น

- 1) ผู้เข้าพักไม่ต้องถือเงินสด เพราะมีการชำระเงินโดยโอนเข้าบัญชีผ่าน Airbnb
- 2) ผู้เข้าพัก และ ผู้เป็นเจ้าของสามารถตรวจสอบข้อมูลได้ โดยเชื่อมผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ก บัตรประจำตัวของผู้เข้าพักที่ไว้กับ Airbnb ตอนสมัคร
- 3) ผู้เป็นเจ้าของจะได้รับการประกันความเสียหายต่อทรัพย์สินจาก Airbnb เป็นจำนวนเงินมากกว่า 900,000 เหรียญดอลลาร์แคนาดา

กล่าวได้ว่า ธุรกิจ Airbnb สามารถสร้างรายได้ในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งสามารถนำรายได้นี้มาใช้จ่ายดำรงชีวิตได้อย่างมาก นอกจากนี้ยังทำให้ผู้เข้าพักสามารถประหยัดค่าเช่าห้องพัก เช่น แยกที่พักรวมในมอนทรีโอ หากใช้บริการ Airbnb ค่าที่พักเฉลี่ย 5 คืน ในราคา 909 เหรียญดอลลาร์แคนาดา เมื่อเปรียบเทียบกับที่ไม่ได้ใช้บริการผ่าน Airbnb ต้องเสียค่าเช่าห้องพัก 760 เหรียญดอลลาร์แคนาดา จากงานวิจัยของ (Allen & Berg, 2014) ที่ลงสำรวจพื้นที่ และฝังตัวเพื่อเก็บข้อมูลเป็นเวลา 12 เดือนตั้งแต่เดือนเมษายน 2013 ถึง มีนาคม 2014 พบว่า ร้อยละ 36 ของคนที่ใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb กล่าวว่าหากไม่มีบริการนี้จะไม่สามารถอยู่ที่มอนทรีโอได้นานเนื่องจากค่าใช้จ่ายแพง และร้อยละ 62 ของคนที่เข้าพักโดยใช้บริการผ่าน Airbnb สนุกกับการได้เดินทางทั่วภูมิภาค และร้อยละ 89 กล่าวว่าได้ประสบการณ์ ใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่น ซึ่งถือว่าบริการ Airbnb ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เช่นเดียวกับวิธีการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการเดินทาง ซึ่งได้รับความนิยมในหมู่นักเดินทางอย่างมากในปัจจุบัน Airbnb ถือเป็นตลาดชุมชนที่เชื่อถือ

ได้สำหรับคนที่รักการท่องเที่ยว และสามารถจองที่พักที่ไม่ซ้ำกันได้ทั่วโลก จากออนไลน์ หรือโทรศัพท์
 สมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะป็นอพาร์ทเมนท์ ปราสาท ซึ่งระยะเวลาในการเช่าจะสั้น หรือยาว แล้วแต่ต้องการ
 AirBNB จะเชื่อมโยงผู้คนเพื่อให้ได้ประสบการณ์การเดินทางที่ไม่ซ้ำ (Allen & Berg, 2014)

- **โอเพ่น เซด (Open Shed)** เป็นแพลตฟอร์มที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้เช่า และ ผู้
 เช่า ได้มีการเช่า รายการที่นิยมเช่ากันมากที่สุด เช่น เครื่องขุดเจาะดิน รถเข็น เครื่องตัดหญ้า และ
 เครื่องฉีดน้ำแรงสูง เป็นต้น Open Shed มีสมาชิกมากกว่า 5,000 รายในออสเตรเลีย และมีการใช้
 บริการประมาณ 50 รายการต่ออาทิตย์ ถือเป็นรูปแบบการบริโภคการทำงานร่วมกันที่มีความสำคัญ
 ชัดเจน ทั้งสองฝ่ายทั้ง เจ้าของ และ ผู้เช่า มีการแลกเปลี่ยนกัน ผู้เช่าสามารถเรียกดูรายชื่อ เจ้าของ
 และสามารถส่งคำขอเช่าได้โดยตรง ไปยังเจ้าของ และมีการตกลงค่าเช่ากัน เมื่อเป็นที่พอใจแล้ว
 เจ้าของจะให้รหัสสำหรับการจ่ายเงิน ก่อนที่จะทำการชำระเงินด้วยวิธี PayPal ดังแสดงในรูป 2.6
 ดังนี้



ภาพที่ 2. 6 ระบบการให้บริการของ Open Shed

ที่มา: http://www.openshed.com.au/info/how_it_works, 2558

จากภาพที่ 2.6 แสดงให้เห็นว่า Open Shed มีการทำแพลตฟอร์มในการเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ให้เช่า และ ผู้เช่าอย่างเป็นระบบ ในการทำงานของแพลตฟอร์มนี้จะแบ่งเป็น 2 ข้าง ดังแสดง รายละเอียดขั้นตอนการทำงานในแพลตฟอร์มดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ให้เช่า จะทำการเอาของเป็นทรัพย์สินของตนและไม่ได้ใช้ประโยชน์ มาแบ่งปัน ให้เช่าให้เกิดประโยชน์ โดยการโพสต์ รูปภาพ เข้าไปในเว็บ และตั้งราคา แจ่มคุณสมบัติของทรัพย์สิน เช่น เครื่องฉีดน้ำ มีแรงดันเท่าใด มีความสามารถในการทำงานอย่างไร และสามารถติดต่อกันได้ใน แพลตฟอร์มเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 2 ผู้เช่าค้นหาสินค้าที่ตนเองต้องการจะยืม หรือ เช่า เมื่อพบ สามารถติดต่อ สอบถามโดยตรงกับเจ้าของสินค้าได้ เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติม และแจ้งความประสงค์ในการเช่าไปยัง พร้อมทั้งเงินค้ำประกัน ไปยังเจ้าของ

ขั้นตอนที่ 3 เจ้าของรับคำร้องขอเช่า และ ผู้เช่าตกลงจ่ายเงินโดย Paypal ผู้เช่าส่งรหัสการ จ่ายเงินให้กับ เจ้าของได้รับรหัสโค้ด

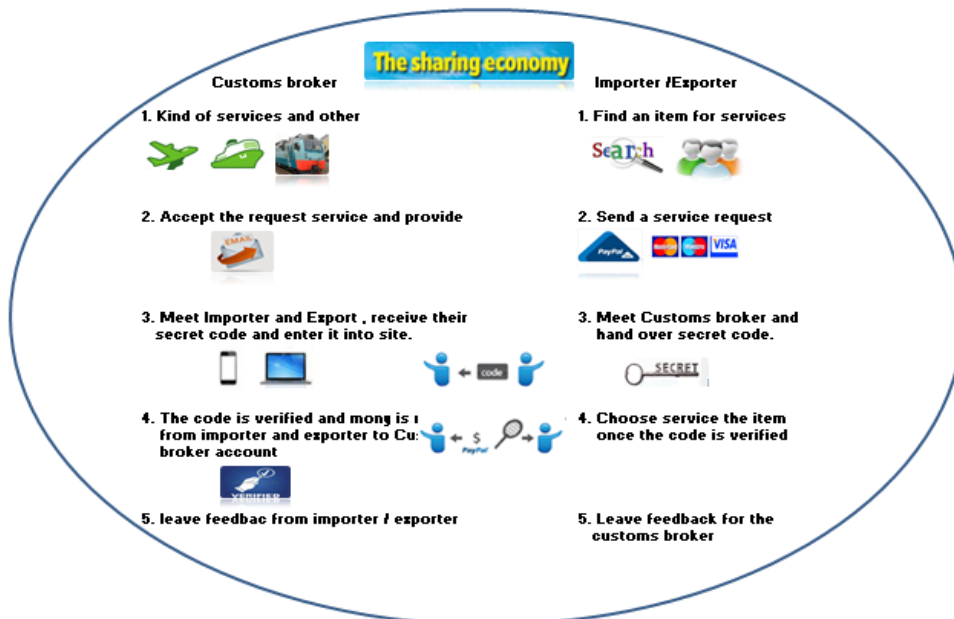
ขั้นตอนที่ 4 เงินถูกโอนจากบัญชีผู้เช่า มายัง ผู้ให้เช่า จากนั้น ผู้ให้เช่าส่งการยืนยันไปยัง ผู้เช่า ว่าได้รับเงินเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อถึงกำหนดการเช่า ผู้เช่าส่งสินค้า หรือ ของใช้คืน ผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าตอบรับใน ระบบว่าได้รับคืนเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 6 ผู้เช่าแสดงความคิดเห็น ในการใช้บริการต่อ ผู้ให้เช่า และผู้ให้เช่าตอบรับกลับใน ความคิดเห็นนั้นๆ

เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ที่สามารถลดการสูญเสียการใช้ประโยชน์กับสิ่ง ที่ครอบครองอยู่ให้เป็นประโยชน์อย่างคุ้มค่า ไม่จำเป็นต้องซื้อไว้ครอบครองทุกครั้งที่มีความจำเป็น ต้องการใช้ และยังสามารถลดการสิ้นเปลืองการทำลายทรัพยากรหากของเหล่านั้นสูญเสียชำรุด หรือไม่สามารถใช้งานได้ ต้องทำลายทิ้ง เป็นซากขยะที่เป็นภาระในการกำจัด

กล่าวได้ว่า หากนำเอาแนวคิดของ OpenShed มาเปรียบเทียบกับ การให้บริการของ ตัวแทนออกของ (SMEs) ก็สามารถทำได้ ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.7 ดังนี้



ภาพที่ 2. 7 ระบบการให้บริการของ ตัวแทนออกของ

จากรูปภาพที่ 2.7 แสดงให้เห็นขั้นตอนและรูปแบบการให้บริการของตัวแทนออกของ โดยมีขั้นตอนการบริการบนแพลตฟอร์มดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าจะทำการหาบริการที่ต้องการ เช่นส่งออกไปญี่ปุ่น หรือนำเข้าจากอเมริกา เป็นต้น ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกจะต้องเลือกการบริการว่าต้องการงานจะขอรับบริการประเภทใด และสามารถเลือกตัวแทนออกของโดยสามารถดูประวัติการทำงาน และความสามารถในการทำงานต่างๆ ที่ผ่านมา และสามารถติดต่อกันได้ในแพลตฟอร์มเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติม

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า แจ้งความประสงค์ในการขอใช้บริการไปยัง ตัวแทนออกของ ที่เลือก

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าจะแจ้งราคาค่าบริการมายัง ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า จากนั้นตกลงในการใช้

ขั้นตอนที่ 4 ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ส่งรหัสการจ่ายเงินให้กับ ตัวแทนออกของพร้อมรหัสโค้ด

ขั้นตอนที่ 5 เงินถูกโอนจากบัญชีผู้ส่งออกและผู้นำเข้า มายัง ผู้ให้บริการตัวแทนออกของ จากนั้น ผู้ให้บริการ ตัวแทนออกของส่งการยืนยันไปยัง ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ว่าได้รับเงินเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อให้บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ให้บริการแจ้งไปยัง ผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการตอบรับว่าได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 7 ผู้ใช้บริการ ผู้ส่งออก และ ผู้นำเข้า แสดงความคิดเห็น ในการใช้บริการต่อ ผู้ให้บริการตัวแทนออกของ และผู้ให้บริการ ตัวแทนออกของ ตอรับกลับในความคิดเห็นนั้นๆ เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้นต่อไป

▪ **โซปา (Zopa)** เป็นโปรแกรมการให้กู้ยืมเงินแบบ peer-to-peer ที่อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างบุคคล เริ่มพัฒนาในสหราชอาณาจักรในปี 2005 Zopa เติบโตอย่างรวดเร็วด้วยจำนวนผู้กู้ 57,000 ราย ที่มีการทำธุรกรรมการโอนเงินผ่าน Zopa กว่า 629 ล้านปอนด์ Zopa เป็นการกระจายธุรกรรมแบบดั้งเดิมที่ต้องทำผ่านระบบธนาคารที่มีค่าดำเนินการในราคาแพง สามารถตัดตัวกลาง และสามารถให้กู้ยืมเงินกันโดยตรงระหว่าง ผู้ให้ยืม และ ผู้ยืม ทั้งสองฝ่ายตกลงเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ต้องการให้ยืม อัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาในการชำระเงินคืน ได้ตามความต้องการทั้งสองฝ่าย ซึ่งเงินยืมมีกำหนดขั้นต่ำ 10 ปอนด์ และไม่กำหนดขั้นสูงสุดไว้ โดยจะมีเงื่อนไขในการให้กู้ยืมเงิน พร้อมดอกเบี้ย ระเบียบขั้นตอนในการคืนเงินกู้ รายเดือน พร้อมเงินต้น อย่างโปร่งใส และระบบจะเก็บประวัติและประเมินเพื่อให้สามารถกู้ยืมครั้งต่อไปได้อย่างอัตโนมัติ

หน้าที่ของ Zopa คือเข้าไปช่วยจัดการเรื่องสัญญา การติดตามทวงหนี้ โดย Zopa มีรายได้จากการดำเนินการ 124 ยูโร หรือ ประมาณ 4,750 บาท ต่อครั้ง จากค่าธรรมเนียม ร้อยละ 1 ของเงินที่กู้ยืม (Forrester, 2014)

ต่อมาในปี 2010 มูลค่าสินเชื่อในรูปแบบ Peer-to-Peer สูงถึง 5.8 พันล้านเหรียญ พฤติกรรมการบริโภคร่วมกัน (Collaborative Consumption) นั้นน่าสนใจอย่างมาก เพราะจะช่วยสร้างโอกาสให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ จากเงินกู้ยืมได้อีกมากมาย ในระบบ Zopa จะมีการรับประกันให้แก่ผู้ให้กู้ในอัตราผลตอบแทนอย่างน้อยร้อยละ 1 สูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคาร นอกจากนี้ Zopa ยังสามารถให้ผู้กู้ และ ผู้ให้กู้เช็คความปลอดภัย ความเสี่ยง เช็กเครดิต ทั้งผู้ให้กู้ และ ผู้กู้ ได้จากระบบ ซึ่งมี ผู้เชี่ยวชาญ (Expert team) คอยให้บริการอยู่ในแพลตฟอร์ม โดยมีกฎระเบียบดังนี้

- 1) ผู้กู้ต้องมีอายุมากกว่า 20 ปี บริบูรณ์
- 2) ผู้กู้ต้องมีรายได้อย่างน้อย 12,000 ปอนด์ ต่อปี และมีประวัติเครดิตการเงินที่ดี
- 3) ผู้กู้ต้องมีที่พำนักอาศัยอยู่ในสหราชอาณาจักรมากกว่า 3 ปี ขึ้นไป
- 4) การชำระเงินคืนล่าช้าทาง Zopa จะมีทีมงานที่จะติดตามจาก ผู้กู้
- 5) หากมีการผิดชำระ ภายใน 4 เดือน จะมีระบบป้องกันจากเงินกองทุนสำรองค้ำประกัน Zopa จะคืนเงินกู้พร้อมดอกเบี้ย ให้กับผู้ให้กู้ยืม

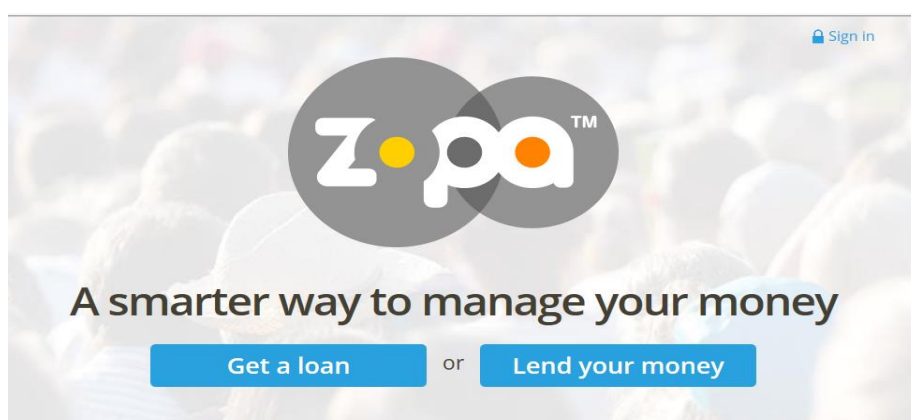
นอกจากนี้ การให้บริการของ Zopa ยังมีระบบกองทุนเงินสำรองสำหรับค่าประกันความเสี่ยง หากเมื่อเงินลงทุนแล้วเกิดความเสียหาย จะมีกองทุนสำรองประกันความเสี่ยง ดังแสดงในตารางที่ 2.7 ดังนี้

ตารางที่ 2. 7 เงินกองทุนสำรองค่าประกันความเสี่ยง Zopa

กองทุนสำรองป้องกัน Zopa	
เงินกองทุนสำรองปัจจุบัน	5,804,683.73 ปอนด์
เงินประมาณการที่สำรองคุ้มครอง	4,643,746.98 ปอนด์
การรองรับ	1,160,936.74 ปอนด์

ที่มา: Zopa Reduced Lending Risk, 2558

จากตารางที่ 2.7 แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการของ Zopa ซึ่งป้องกันความเสี่ยง ซึ่งมีเงินประกันความเสี่ยง รวมถึงมีเงินทุนสำรองป้องกันความเสี่ยงซึ่งปัจจุบันในปี 2558 มีเงินทุนสำรองทั้งหมด 5,804,683.73 ปอนด์ ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ให้กู้ยืมเงิน และยอมที่จะลงมาให้บริการใน แพลตฟอร์มเศรษฐกิจแบ่งปันนี้ (Sharing economy) นอกจากนี้ ภายในแพลตฟอร์มยังแสดงให้เห็นผู้ใช้บริการเห็นถึงความโปร่งใส มีการจัดคิวที่แสดงให้เห็นถึง ผู้กู้เงินจะได้คิวในการกู้เป็นคิวที่เท่าไร และยังโชว์ให้เห็นว่า มีผู้กู้เงินทั้งหมดกี่ราย และเป็นจำนวนเงินเท่าไรต่อวัน นอกจากนี้ ผู้ให้กู้ยังสามารถตรวจสอบเงินที่โอนเข้ามาผ่าน Zopa และได้เห็นความคืบหน้าในการให้กู้ยืมเงินทุกระยะ ซึ่งการให้บริการของ Zopa ในรูปแบบของ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) นี้ กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศ ดังมีกระบวนการการให้บริการ ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.8 และ 2.9 ดังนี้



ภาพที่ 2. 8 แพลตฟอร์มการให้บริการของ Zopa

ที่มา: <http://www.zopa.com/>

Zopa loans
Zopa offers low rate loans with no early repayment fees.

I want to get a loan for £

£

Term	APR	Monthly cost
<input type="radio"/> 1 year	6.9%	£863.72
<input type="radio"/> 2 years	5.2%	£439.25
<input type="radio"/> 3 years	4.8%	£298.56
<input type="radio"/> 4 years	4.8%	£229.14
<input checked="" type="radio"/> 5 years	4.8%	£187.54

[Get a quote today](#)

ภาพที่ 2.9 แพลตฟอร์มการให้บริการของ Zopa

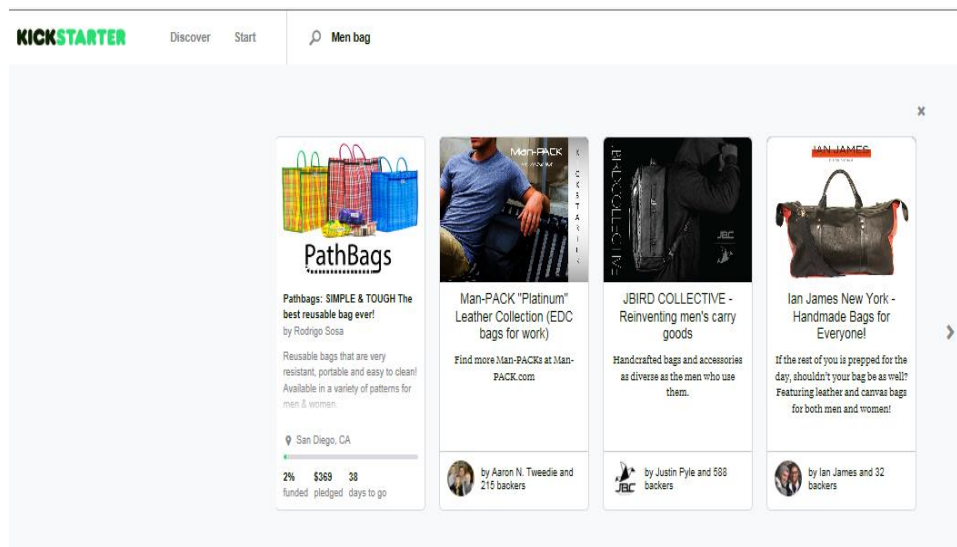
ที่มา: <http://www.zopa.com/>

จากภาพที่ 2.8 และ 2.9 แสดงถึง การให้บริการแพลตฟอร์มที่แบ่งเป็นผู้ให้กู้ และ ผู้ต้องการ กู้ ซึ่งในฝ่ายผู้ให้กู้ เข้าไปโพสต์ว่าต้องการให้เงินกู้ มีจำนวนเงินเท่าไรที่จะสามารถให้กู้ได้ และ ดอกเบี้ยที่ต้องการ เวลาที่สามารถให้กู้ได้ เป็นต้น และ ฝ่ายผู้กู้ก็สามารถเข้าไปเลือกรายการ ที่ ต้องการกู้จำนวนปี และจำนวนดอกเบี้ยพิเศษที่ Zopa จัดให้

- **คิกสตาร์ทเตอร์ (Kickstarter)** เป็นแพลตฟอร์ม หรือเว็บไซต์ที่อนุญาตให้บริษัทรวมถึง บุคคลใดๆก็ตาม สามารถทำการแสวงหาเงินทุนสำหรับโปรเจกต์ที่พวกเขา กำลังทำงานอยู่ ซึ่งมีโปรเจกต์ ที่น่าสนใจอยู่อย่างมากมายที่เราสามารถเลือก และสนับสนุนโปรเจกต์เหล่านั้นได้ด้วยการร่วมระดมเงิน

Kickstarter เป็นโครงการที่เชิญชวนนักลงทุนที่มีศักยภาพผ่านโครงการ ระดมเงินทุน (Crowd funding) โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2009 ผู้ชนประมาณ 7.2 ล้านคนได้เข้ามาศึกษาโครงการและ ลงทุนผ่านโครงการเป็นเงิน 1.3 พันล้านดอลลาร์ ใน 72,000 โครงการ ในโครงการจะมี ทั้ง “ผู้สร้าง” และ “ผู้สนับสนุน” ในโครงการ ผู้สร้างจะต้องเขียนโครงการที่จะชักชวนให้ ผู้สนับสนุน สนใจที่จะ ลงทุน ที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน เมื่อ ผู้สนับสนุน ตัดสินใจลงทุนเงินจะหักจากบัญชี จากนั้น ผู้สนับสนุน ก็จะได้รับผลตอบแทน จากการลงทุนในโครงการนั้นๆ ระหว่างโครงการเริ่ม ผู้สนับสนุน สามารถ ติดตามเงินทุนที่ลง และสามารถกดเพิ่มเติมได้ ถ้าเห็นว่าโครงการนี้มีความน่าสนใจมาก สิ่งที่เป็น ผลตอบแทนในการลงทุนนี้ ยกตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนากล่องถายรูปชนิดหนึ่ง หากมีการระดมทุน ในการพัฒนาสร้างกล่องชนิดนี้ขึ้นมา เมื่อพัฒนาเรียบร้อยแล้ว สิ่ง ที่ ผู้สนับสนุน จะได้คือ ได้กล่องที่พัฒนา เสร็จแล้ว และจะมีการสลักชื่อ หมายเลขเครื่อง พร้อมมีการจัดส่งให้ทั่วโลก โดยเสียค่าจัดส่งเพิ่มเติม แล้วแต่ละประเทศ เป็นต้น การประกันความเสี่ยง สำหรับผู้สนับสนุน คือหากการระดมเงินทุน ไม่ถึง เป้าหมายก็ จะไม่มีการจ่ายเงิน เป็นการป้องกันการความเสี่ยงในการลงทุน ให้แก่ ผู้สนับสนุน Kickstarter จะได้เงินร้อยละ 5 จากโครงการที่ประสบความสำเร็จ สำหรับเงินประกันโครงการหากไม่ประสบ

ความสำเร็จไม่มี ทาง Kickstarter เป็นเพียงผู้ประสานงานระหว่าง ผู้สนับสนุน และ ผู้สร้าง เท่านั้น
 ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.10 ดังนี้



ภาพที่ 2. 10 แพลตฟอร์มการระดมเงินทุน Kickstarter

ที่มา : <https://www.kickstarter.com/projects/search?utf8=%E2%9C%93&term=T-shirt>

จากภาพที่ 2.10 แสดงให้เห็นถึงแพลตฟอร์มการระดมทุน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนที่มีผู้สนับสนุน และ ผู้สร้าง ซึ่งผู้สร้างจะนำเสนอไอเดียและโครงการของตนเองในแพลตฟอร์ม นี้ จากนั้นผู้สนับสนุน หากสนใจในการลงทุนโพเจ็ตใด ก็จะสามารถเข้าไปติดต่อกันระหว่าง ผู้สนับสนุน และ ผู้สร้าง ได้โดยตรง ซึ่งวิธีการนี้ ในปัจจุบันได้รับความนิยมมากในต่างประเทศ

สรุปจากการศึกษาการนำเอาแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ไปใช้ในธุรกิจ ทั้ง 5 อย่าง ซึ่งในแต่ละธุรกิจสามารถแบ่งปันการใช้งาน ของทรัพยากรที่มีเหลือใช้จากคนหนึ่งนำไปใช้ประโยชน์ให้กับอีกคนหนึ่ง หรือกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เป็นการนำเอาของที่ไม่ได้ใช้ ไปสร้างรายได้ในปีหน้า โดยใช้หลักการบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ที่สามารถทำให้คนทั่วทุกมุมโลกสามารถหาประสบการณ์ ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว และปลอดภัย โดยไม่ต้องใช้เงินทุนมากมาย และยังสามารถลดต้นทุน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและจับต้องสิ่งที่คิดว่ามันยาก ให้ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการลดการสิ้นเปลืองของทรัพยากรที่มีเพิ่มขึ้นทุกวันจนกลายเป็นภาระในการทำลาย

5) การศึกษาในอดีตของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจ แบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในประเทศไทย

สำหรับการรวมกลุ่มธุรกิจ โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในประเทศไทยนั้น ก็กำลังเป็นที่นิยมเช่นกัน และมีเกิดขึ้นบ้าง เช่น

- **อูเบอร์ (Uber)** บริการรถแท็กซี่ ก็เป็นตัวอย่างเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่ค่อนข้างชัดเจนที่นำมาใช้ในประเทศไทย และเริ่มมีเว็บไซต์เชื่อมโยงการหาที่พักระหว่างเจ้าของที่พัก กับนักเดินทางทั่วโลก ขึ้นมาแล้วจำนวนหนึ่ง รวมทั้งยังมีการรวมตัวเพื่อแชร์ข้อมูล เทคนิค หรือ สินค้า สำหรับคนที่ชอบในสิ่งๆ เหมือนกัน เช่นกลุ่มคนที่รักการขี่จักรยาน แนวคิดในการให้บริการเป็นการนำเอาหลักการทำงานทุกอย่างมาจากต่างประเทศ โดยเปิดให้บริการบนแพลตฟอร์ม ที่เชื่อมโยงระหว่าง ผู้ใช้รถ กับ ผู้ขับรถ เจ้าของรถสามารถนำรถที่จอดทิ้งไว้ที่บ้านเฉยๆ มาให้เช่าเป็นแท็กซี่ ทำให้ผู้เช่ารถได้ประสบการณ์ในการนั่งรถโดยที่ไม่ต้องลงทุนซื้อเป็นของตนเอง

- **Crowd funding** รูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในไทยก็เริ่มเปิดตัว โดยเป็นลักษณะ 2 ทาง คือ ในกลุ่มคนที่มีไอเดียแต่ไม่มีเงินทุน ก็มาเสนอขอเงินทุน และอีกทางคือคนที่มีเงินทุน แต่ไม่มีไอเดีย หรืออยากช่วยสนับสนุนโครงการก็เข้ามาเสนอ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยในเว็บไซต์ทำหน้าที่เหมือนคนกลางจับคู่ให้ผู้ สนับสนุน และ ผู้สร้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างไรก็ตามในประเทศไทยการระดมเงินจากประชาชนรายย่อย หรือเรียกว่ามวลชนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือ Crowd funding นี้แม้จะได้รับความนิยมในต่างประเทศ สำหรับในประเทศไทยยังอยู่ในขั้นตอนการศึกษา ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อออกกฎระเบียบป้องกัน ให้เกิดความเป็นธรรม

- **ปั่นปั่น** โครงการจักรยานสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ให้บริการทั้ง ให้ยืม หรือ ให้เช่า โดยให้บริการเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยระบบอัตโนมัติ เพื่อใช้ในระยะสั้นๆ โดยไม่ต้องมีรถจักรยานเป็นของตัวเอง โครงการจักรยานสาธารณะจะช่วยเติมเต็มช่องว่างในการเดินทางด้วยรถขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ โดยจะมีสถานีจอดรถจักรยานอยู่ใกล้ๆ เพื่อปั่นไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นอาคารสำนักงาน หรือศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีสถานีจอดรถจักรยานอยู่ใกล้ๆ โครงการนี้มีแนวคิดสำคัญ คือ “การแบ่งปัน” ที่ช่วยส่งเสริมให้ชาวกรุงเทพมหานครได้ใช้รถจักรยานสาธารณะร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากจักรยาน และ สถานีจอดรถจักรยานมีจำนวนจำกัด ดังนั้นผู้ใช้บริการควรใช้งานในเวลาสั้นๆ เพื่อหมุนเวียนได้ใช้ประโยชน์กันทั่ว ผู้ยืมต้องลงทะเบียนในระบบออนไลน์ และเติมเงินลงในบัตร สำหรับสถานีจอดรถจะมีจอดให้ตามจุดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร โดยจะมีตู้อัตโนมัติ ให้เช่า หรือ ยืม ณ สถานี ทั้งนี้ หากเป็นการใช้ ระยะสั้นๆ 15 นาที ก็ไม่ต้องเสียเงิน ถือเป็นการใช้จักรยานออกแบบมาสำหรับสรีระของคนไทย เบาะที่นั่งสามารถปรับระดับขึ้นลงได้ พร้อมด้วยอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยมาตรฐานครบถ้วน และมีที่วางสัมภาระด้านหน้าพร้อมสายรัด ดังแสดงภาพ 2.11 ดังนี้



ภาพที่ 2. 11 โครงการจักรยานสาธารณะโดยกรุงเทพมหานคร

ที่มา : http://www.punpunbikeshare.com/?page_id=27

จากภาพ 2.11 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรม เศรษฐกิจแบ่งปัน ในโครงการ จักรยานสาธารณะ โดยกรุงเทพมหานคร สามารถเปรียบได้รูปแบบของ เศรษฐกิจแบ่งปัน ได้ในแบบที่ 2 โดยมีการร่วมลงทุนโดยภาครัฐบาล กรุงเทพมหานครเป็นเจ้าของโครงการ กับ กิจกรรมคาร์ร่วมเอสบีเอส (Smart Bike Service) เริ่มนำเข้ามาใช้ในประเทศไทยบ้างแต่ยังไม่มากนัก โครงการนี้เป็นโครงการที่มีจุดประสงค์ ไม่ต้องการให้ผู้ที่ประสงค์จะใช้จักรยานในระยะเวลานั้นๆ ต้องแบกภาระซื้อจักรยานเป็นของตนเอง อีกทั้ง ต้องการลดมลภาวะที่ต้องใช้รถกันมากมาย ในช่วงเวลาที่ถนนแออัด และประหยัดเวลาในการเดินทาง

รูปแบบการให้บริการ ของโครงการจักรยานสาธารณะ โดยกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียด ดังนี้

- 1) เป็นบัตร RFID Smart Card
- 2) ผู้ใช้ต้องมีอายุไม่น้อยกว่า 18 ปีบริบูรณ์
- 3) สมัครได้ทางออนไลน์
- 4) ค่าใช้จ่ายในการสมัคร 320 บาท แบ่งเป็นค่าธรรมเนียมบัตร 120 บาท ค่าสมาชิกรายปี 100 บาท บัตรมีอายุปี
- 5) มูลค่าบัตรเติมล่วงหน้า สำหรับใช้บริการ ในเวลาสมัคร 100 บาท
- 6) สิทธิประโยชน์ สามารถเช่า หรือ ยืมรถจักรยานในโครงการจักรยานสาธารณะปันปัน
- 7) คุ้มครองประกันอุบัติเหตุเนื่องจากการใช้จักรยานของโครงการ ในวงเงิน 50,000 บาท

- 8) ค่ารักษาพยาบาลในกรณีเกิดอุบัติเหตุเนื่องจากการใช้จักรยานของโครงการตามจริงหรือครั้งละไม่เกิน 50,000 บาท ต่อครั้ง
- 9) มีแท่นจอดสถานี 50 สถานี และมีรถ 8 แท่นต่อ 1 สถานี คอยให้บริการ
- 10) อัตราค่าบริการ 15 นาทีแรก ไม่เสียค่าบริการ หลังจาก 15 นาที คิด เป็น 1 ชั่วโมง คิดค่าบริการ 10 บาท ชั่วโมงแรก 1-3 คิดค่าบริการ 20 บาท ชั่วโมงที่ 3-5 คิดค่าบริการ 40 บาท ชั่วโมงที่ 5- 6 ชั่วโมง คิดค่าบริการ 60 บาท ชั่วโมงที่ 6-8 ชั่วโมง คิดค่าบริการ 80 บาท และ เกิน 8 ชั่วโมง คิดค่าบริการ 100 บาท

สรุปได้ว่า แนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปันนั้น เป็นแนวคิดใหม่ที่เริ่มมีความนิยมในต่างประเทศ แต่ในประเทศไทยมีนำมาใช้บ้าง แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมาก ซึ่งขณะนี้ ทางภาครัฐยังคงอยู่ในขั้นตอนของการศึกษา ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ทำให้ยังไม่สามารถหากรณีศึกษาที่เห็นได้ชัดเจนมากกว่านี้ในประเทศไทย

6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

มีงานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาผลกระทบของการเพิ่มขึ้นในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยใช้กรณีศึกษาจาก ธุรกิจ AirBNB (Zervas, Proserpio, & Byers, 2015) ที่ได้เปิดธุรกิจตลาดชุมชนออนไลน์ โดยเปิดตลาดด้วยการให้หาบ้านพักที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องว่างให้เช่า อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม ทั้งในระยะสั้น และ ระยะยาว แทนที่จะเข้าพักที่โรงแรม โดยรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ใช้บริการเข้าพักมากกว่า 22,000 ราย ในรัฐเท็กซัสในช่วง 5 ปี ตั้งแต่ปี 2008-2013 และเก็บรวบรวมรายได้และการเสียภาษีโรงแรมกว่า 4,000 แห่ง ในเท็กซัสย้อนหลังไปตั้งแต่ปี 2003 พบว่า ธุรกิจ AirBNB มีความสัมพันธ์เชิงลบกับรายได้ของโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นผลกระทบทางด้านรายได้ การเข้ามาของแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน ทำให้รายได้ของโรงแรมลดลง ผู้คนทั่วโลกนิยมใช้บริการของ AirBNB เนื่องจากได้ราคาประหยัดกว่าพักที่โรงแรม และยังได้ประสบการณ์ในการลิ้มลอง อาหารท้องถิ่น ชีวิตความเป็นอยู่ท้องถิ่น เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) จึงกลายเป็นทางเลือกที่สามารถตอบโจทย์ให้กับธุรกิจในปัจจุบันในยุคที่เทคโนโลยีสามารถทำให้คนเข้าถึงแหล่งได้ง่าย รวดเร็ว และประหยัด

ในขณะที่มีการสำรวจคล้ายกัน ของ (Martin, Shaheen, & Lidicker, 2010) ได้ทำการสำรวจประมาณ 6,000 คริวเรือนในทวีปอเมริกาเหนือที่ได้มีส่วนร่วมในโปรแกรม Carsharing จากผลสำรวจพบว่า จำนวนคนที่ซื้อรถเป็นของตัวเองลดลงเกือบร้อยละ 50 นอกจากนี้ผลการสำรวจยังพบว่ามีจำนวนมากมายของความคิดเห็นในการแบ่งปันที่พัก โดยการเข้าไปให้คะแนนความพึงพอใจใน

บล็อก ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัย ของ AirBNB ที่ยืนยันว่า รูปแบบ ธุรกิจของ AirBNB ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ผู้เช่า มากมาย ยานพาหนะบนท้องถนนลดไปกว่าครึ่งทำให้การจราจรไม่ติดขัด การสิ้นเปลืองน้ำมันน้อยลง ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น ความนิยมในการใช้ Carsharing ยังคงเติบโต ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจในธุรกิจนี้อย่างกว้างขวางในสหรัฐอเมริกา

ในขณะที่ความเจริญเติบโตของแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตชนิดเรียลไทม์ บ่อยครั้งอาจทำให้เกิดความไม่สมมาตรของข้อมูล และอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดการเสียเปรียบได้ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกันกับอินเทอร์เน็ตจะสามารถช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ ที่ใช้แนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ที่ให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม จะต้องมีส่วนที่จะให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้หลายช่องทาง เพื่อเป็นการเช็คความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หรือเรียกว่า Feedback mechanisms เช่น อีเมล การให้คะแนน Live chat Instant messaging Feedback manager Comment เหล่านี้ถือเป็น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ และช่วยแก้ปัญหา ข้อมูลที่ไม่สมมาตรซึ่งอาจเกิดขึ้นได้

สรุป รูปแบบธุรกิจใหม่โดยใช้แนวคิด “เศรษฐกิจแบ่งปัน” เป็นแนวคิดการรวมกลุ่มที่เน้นการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรที่เหลือใช้ให้เป็นประโยชน์ร่วมกัน ส่งผลทำให้ลดต้นทุน ลดเวลา และยังสามารถแลกเปลี่ยนทักษะความรู้ แก่สมาชิกในกลุ่มได้ดี นอกจากนี้ การรวมกลุ่มในแนวคิด เศรษฐกิจแบ่งปัน ยังสามารถทำให้เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงกัน ทำให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อที่จะรับมือกับเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วได้

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการรวมกลุ่ม ในรูปแบบของ คลัสเตอร์ (Cluster) และรูปแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) แล้วพบว่า การรวมกลุ่มในรูปแบบของคลัสเตอร์ ก็เป็นการรวมกลุ่มที่ดี อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงสมาชิกได้ทั้งแนวตั้ง และ แนวนอน แต่ แนวคิด “เศรษฐกิจแบ่งปัน” ก็เป็นแนวคิดใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในต่างประเทศ สามารถนำทรัพย์สิน ที่ทิ้งไว้และไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ มาให้ผู้ที่ต้องการใช้ประโยชน์ใช้ได้คุ้มค่ามากกว่า ซึ่งในขณะนี้ในต่างประเทศได้ กลายเป็นรูปแบบธุรกิจที่ทำให้ ผู้ประกอบการรายเล็ก สามารถทำธุรกิจได้ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อสินทรัพย์ทั้งหมดในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยเห็นว่า การรวมกลุ่มในแนวคิด “เศรษฐกิจแบ่งปัน” ยังคงเป็นแนวคิดใหม่สำหรับประเทศไทย และเป็นแนวคิดที่น่าสนใจ น่าศึกษา และหาแนวทางในการประยุกต์ใช้ให้กับผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMCBEs) ในประเทศไทย เพื่อสร้างขีดความสามารถให้สามารถอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ต่อไปได้ เพื่อประโยชน์ในการรองรับการเปิดการค้าเสรีอาเซียนอันใกล้

2.5 ข้อเปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์และการรวมกลุ่มแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน

จากการศึกษาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) และ การรวมกลุ่มแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) สามารถทำข้อเปรียบเทียบดังแสดงในตารางที่ 2.8 ดังนี้

ตารางที่ 2. 8 เปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่ม แบบคลัสเตอร์ และ แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

องค์ประกอบสำคัญ	รูปแบบการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster)	รูปแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)
ภาคเอกชน ภาครัฐ สถาบันสมาคม	มีการรวมตัวกันครบวงจรโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ ปลายน้ำ ทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ และทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ มีการรวมตัวกันอย่างหนาแน่น ในสถานที่ใกล้เคียงกัน เพื่อความสะดวกและลด ต้นทุน (Porter, 1998)	ไม่ได้เจาะจงว่าส่วนใหญ่จะเป็นการรวมตัวกันแบบหลวมๆ ระหว่างผู้ที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ที่ต้องการแลกเปลี่ยน ธุรกรรมกันเพื่อจุดประสงค์ในการลดต้นทุน (Allen and Berg, 2014)
มีการรวมตัวกันในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web application)	ขึ้นอยู่กับการบริหารของกลุ่มว่าจะทำธุรกรรมโดยผ่านแอปพลิเคชันหรือไม่ บางคลัสเตอร์ก็ไม่มี	รูปแบบการให้บริการนี้ใช้บริการผ่านเว็บแอปพลิเคชัน แบบ Peer-to Peer ไม่จำเป็นต้องอยู่รวมกัน (Mugar, 2013)
การแข่งขันในกลุ่ม	คลัสเตอร์จะมีทั้งการร่วมมือกัน และการแข่งขันกันเองภายในคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มทักษะและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1998)	รูปแบบการรวมกลุ่ม ไม่ได้มีการการแข่งขันแต่เน้น นำของที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาแลกเปลี่ยนกัน เพื่อใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด อีกแบบหนึ่งเป็นการร่วมกันลงทุนซื้อ ทรัพยากรมาแล้วใช้ร่วมกันเพื่อลดต้นทุน จึงไม่มีรูปแบบของการแข่งขันภายในกลุ่ม (Belk, 2014)
มีคนกลางประสานงาน	คลัสเตอร์มีความจำเป็นต้องมี ผู้แทนประสานงานในคลัสเตอร์ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกระ สาคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้น สนับสนุนให้เกิดการ รวมตัวของคลัสเตอร์ส่วนใหญ่ ผู้แทนประสานงาน ในรูปแบบคลัสเตอร์ มักจะมาจากภาครัฐในการ สนับสนุน (คณะกรรมการการพัฒนาขีดความ สามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2545)	เศรษฐกิจแบ่งปัน มีความจำเป็นต้องมีคนกลางคอยดูแลเว็บ แอปพลิเคชัน และ คนกลางนี้จะได้รับเงินจากการหักค่าบริการ ในแต่ละกิจกรรม คนกลางนี้ เป็นเอกชน ไม่จำเป็นต้องแต่งตั้งมาจากรัฐ (Allen and Berg, 2014)

จากภาพตารางที่ 2.8 แสดงให้เห็นข้อเปรียบเทียบของลักษณะการรวมตัวกันเป็นกลุ่มใน รูปแบบของคลัสเตอร์ และการรวมตัวกันในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะเห็นได้ว่า การรวมกลุ่มกัน แบบคลัสเตอร์นั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือต้องมีองค์ประกอบที่ช่วยสนับสนุน คือภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคมต่างๆ เพื่อทำการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ทำความร่วมมือตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ บางคลัส เตอร์ยังไม่มีให้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ และจัดทำเว็บแอปพลิเคชันของกลุ่มคลัสเตอร์แต่บางกลุ่มมี การจัดทำ นอกจากนี้กลุ่มคลัสเตอร์ จะมีทั้งทำความร่วมมือกัน และเป็นการแข่งขันกันเองภายใน กลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และสุดท้ายการรวมกลุ่มกันแบบคลัสเตอร์ ต้องมีความจำเป็นจะต้องมี ผู้แทนประสานงานในคลัสเตอร์ ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญอย่างยิ่งในการ กระตุ้น และสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของคลัสเตอร์ ผู้แทนประสานงานส่วนใหญ่มาจากรัฐบาล

ส่วนการรวมกลุ่มในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะเป็นการรวมตัวกันแบบไม่ได้เจาะจง และเป็นการรวมตัวกันแบบหลวมๆ ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนธุรกรรมกันเพื่อจุดประสงค์ในการลดต้นทุน รูปแบบในการรวมตัวกันโดยใช้เทคโนโลยี เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน บนแพลตฟอร์มเดียวกัน แบบ Peer-to Peer โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานประกอบการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน สำหรับการแข่งขันกันในกลุ่ม การรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ไม่มีการแข่งขันกัน แต่เป็นการนำเอาของที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาแลกเปลี่ยนกัน เพื่อใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด หรือการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน อีกแบบหนึ่ง คือการร่วมมือกันลงทุนในทรัพย์สิน โดยการซื้อทรัพยากรมาแล้วใช้ร่วมกันเพื่อลดต้นทุน ซึ่งไม่มีรูปแบบของการแข่งขันกันภายในกลุ่ม การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันจำเป็นต้องมี ตัวกลางประสานงาน เพื่อคอยดูแลระบบการทำงานของเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โดยที่ตัวกลางประสานงานจะได้รับเงินจากการหักค่าบริการในแต่ละกิจกรรม และไม่จำเป็นต้องมาจากหน่วยงานของรัฐ โดยเอกชนสามารถดำเนินการได้เอง ซึ่งจะมีความคล่องตัวกว่า

สรุป จากการเปรียบเทียบลักษณะการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์และการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปัน จะเห็นได้ว่า การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นการทำงานร่วมกันบนแพลตฟอร์มโดยใช้เทคโนโลยีเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน สามารถทำงานได้รวดเร็ว และสามารถทำการตลาดได้ในมุมกว้างมากกว่า การเข้าถึงแหล่งทรัพยากรต่างๆ ง่าย และสามารถเชื่อมโยงเครือข่าย และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างทั่วถึง ทั้งยังสามารถควบคุมระบบการทำงานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ลดต้นทุน ลดเวลา ในขณะที่การรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ ผู้ดูแลประสานงาน มาจากภาครัฐ ซึ่งการประสานงาน ต่างๆ จะเกิดการล่าช้า ความเชื่อมโยงกันภายในกลุ่ม ยังทำได้ไม่ดีพอ ไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันดีพอ เมื่อพิจารณาถึงข้อดี และ ข้อเสียของการรวมกลุ่มทั้งสองอย่างแล้ว ผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกศึกษาการรวมกลุ่มแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างต้นแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

2.6 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD - New Product Development)

1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ NPD (New Product Development) ตามแนวคิดต่อไปนี้

- แนวคิด BAH model ของ Booz, Allen, & Hamilton (1982)

- แนวคิด Stage gate ของ Robert G. Cooper (1994)
- แนวคิด Ulrich & Eppinger model ของ Ulrich & Eppinger (2008)

ในงานวิจัยนี้ได้คัดเลือกแนวคิดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ทฤษฎีที่มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน และเป็นทฤษฎีที่มีความเหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในเกือบทุกๆ อุตสาหกรรมได้แก่

▪ แนวคิด BAH model ของ Booz, Allen, Hamilton (1982)

เป็นผู้ริเริ่มในการสร้างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ซึ่งมีทั้งหมด 6 ขั้น ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation)

เป็นวิธีการค้นหาความคิดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ จะเริ่มตั้งแต่การเสาะหาแนวความคิดต่างๆ การสร้างสรรค์ความคิด จะมาจากการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น จุดเริ่มต้นของการแสวงหาความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Idea) แหล่งความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากลูกค้า พนักงาน และคู่แข่ง นักวิทยาศาสตร์ เทคนิคการสร้างสรรค์ความคิด คำแนะนำจากลูกค้า (Customer Suggestion) บทวิเคราะห์ปัญหาและ ข้อร้องเรียนของผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ จุดประสงค์เพื่อสร้างโปรแกรมการสร้างความคิด และการประเมินผลความคิดซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นข้อเสนอรูปแบบของสินค้าที่จะสามารถนำมาผลิตได้จริง และมีโอกาสที่จะเสนอขายในตลาดได้ในอนาคต ความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ อาจจะได้มาจากความคิดของบุคคลๆหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้นๆ และจำนวนความคิดที่ได้มา จะช่วยสร้างกรอบให้แนวคิดนั้นสอดคล้องกับ พันธกิจ (Mission) และทรัพยากรภายในองค์กร (Resource Base)

ข้อควรระวัง ไม่ควรวิพากษ์วิจารณ์ความคิดใคร

เทคนิควิธีที่ใช้ เทคนิคการสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ NPD (New Product Development) แนวคิดในการสร้างความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการ ระดมสมอง หรือการระดมความคิด การวิเคราะห์ลักษณะของผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ช่องว่างในตลาด การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค การสัมมนาประเด็นเฉพาะ (Focus group) และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview)

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค ในขั้นตอนสัมภาษณ์ และ เก็บข้อมูลต้องดึงเอาประสบการณ์ภายในตัวที่ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอยู่ออกมาให้ได้

ขั้นตอนที่ 2 การคัดกรองความคิดและการประเมิน (Screening and Evaluation)

การคัดกรองความคิดมีจุดมุ่งหมายเพื่อเลือกความคิด 2-3 ความคิดที่มีศักยภาพ ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกความคิดมี 3 ปัจจัย ความคิดต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร อุปสงค์มีศักยภาพ และ ความคิดต้องมีความสอดคล้องกับความสามารถขององค์กร

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ ในขั้นตอนนี้ทีมพัฒนาจะแปลงความคิดผลิตภัณฑ์เป็นคำอธิบายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบเพื่อที่จะสามารถสื่อให้เกิดจินตนาการแก่นักการตลาด ให้สามารถคัดกรองความคิดที่ได้มา ที่มีความน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จเมื่อนำออกสู่ตลาด ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวคัดกรอง ได้แก่ รูปแบบ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ความเหมาะสมต่อตลาด และผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ข้อควรระวัง อย่าละทิ้งความคิดที่ต้อออก และการคัดเลือกต้องให้แน่ใจว่าผ่านและพร้อมที่จะไปสู่ประตูต่อไป ทำให้ความผิดพลาดและความล้มเหลว ทางธุรกิจน้อยลง

เทคนิคที่ใช้ จะต้องเลือกแนวความคิดที่ได้จากการค้นหาวิธีการแก้ปัญหา และสามารถตอบโจทย์แนวคิดการสร้างต้นแบบได้

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกแนวความคิด ใช้เกณฑ์ประเมินจากการวิเคราะห์โอกาส ทางการตลาด การผลิต การเงิน เทคนิคที่ใช้ กฎหมาย ศักยภาพ และการแข่งขัน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis)

ขั้นตอนนี้สำคัญมากต่อความสำเร็จในการตัดสินใจนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด การตัดสินใจนี้จะต้องได้รับความเห็นชอบต่อฝ่ายบริหารระดับสูงเท่านั้น ก่อนที่จะนำเสนอให้ผู้บริหารระดับสูงตัดสินใจนั้น ทีมพัฒนาจะต้องแปลงแนวคิดผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นรูปแบบที่มองเห็นหรือสัมผัสได้ โดยอาจใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ช่วยในการออกแบบ (Computer-aided design: CAD) หรือการสร้างผลิตภัณฑ์จำลองหรือโมเดลที่สามารถจับต้องได้

หลังจากได้พัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ และ กลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว ยังคงต้องประเมินความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจ คือ จะต้องเตรียมข้อมูล การประมาณการยอดขาย ต้นทุน และ กำไรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขององค์กร การวิเคราะห์ธุรกิจประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การประมาณการยอดขาย และ การประมาณการต้นทุน และ กำไร

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ เป็นการถ่วงดุลความคิดพิจารณาความเหมาะสม ในการนำความคิดไปปฏิบัติ โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

ข้อควรระวัง ไม่ควรใช้ Feasibility มาใช้ในสินค้าที่เป็น Redical Product เนื่องจากมีความเสี่ยงสูง

เทคนิควิธีที่ควรใช้ การวิเคราะห์ Value Chain, 5 Force หาค่า ROI และ การประเมินโครงการ (Feasibility)

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค เกณฑ์ในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่สูง ควรพิจารณาทุกด้านให้ถี่ถ้วน

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development)

ขั้นตอนนี้มีความสำคัญ เนื่องจากมีการเปลี่ยนความคิดให้เป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ขั้นตอนพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะเกี่ยวข้องกับการหากรรมวิธีการผลิตการเลือกวัตถุดิบ ในขั้นตอนนี้ ฝ่ายการตลาดจะส่งต่อแนวคิด และ ข้อมูล รูปภาพ โมเดล ไปยังฝ่ายวิจัยและพัฒนา เพื่อพิจารณาว่าแนวคิดนี้เป็นไปได้มากน้อยเพียงใด หาวัตถุดิบและเทคโนโลยี

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ เปลี่ยนจากแนวคิดเป็นตัวสินค้าจริงที่สามารถจับต้องได้ (Physical Product) หรือผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิต วิธีการผลิตให้ได้คุณภาพ ประสิทธิภาพ รูปแบบ สี สัน ขนาดต่างๆ ตามความต้องการ ของตลาด หลายต่อหลายครั้งที่ความคิดที่ผ่านการคัดกรองไม่สามารถผลิตเป็นสินค้ามีตัวตนได้ เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงมากจนไม่คุ้ม หรือต้องใช้เวลาในการผลิตนานเกินไปไม่ทันกับความต้องการของตลาด ดังนั้น เมื่อแนวคิดผ่านขั้นตอนนี้ไปย่อมหมายถึงกิจกรรมมีผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในมือเพื่อรอการจัดจำหน่าย เพียงแต่ปริมาณสินค้าที่ผลิตขึ้นมายังคงมีจำนวนน้อย เนื่องจากยังไม่มี ความมั่นใจต่อการตอบรับของตลาดมากนัก

เทคนิควิธีที่ใช้

- QFD วิธีประเมินด้วยบ้านคุณภาพ
 - กำหนดลักษณะสินค้า (Product specification) ต้องใช้ข้อกำหนดคุณลักษณะของสินค้าเพื่อการพัฒนาสินค้า ซึ่งแสดงถึงประโยชน์ที่ได้จากสินค้า คุณลักษณะจะประกอบด้วย 2 ส่วน คุณลักษณะทางกายภาพ และ คุณลักษณะการปฏิบัติงาน
 - สินค้าต้นแบบ (Prototype) กำหนดคุณลักษณะของสินค้าเพื่อการพัฒนาสินค้าต้นแบบ ซึ่งยังไม่ใช้การผลิตเพื่อการค้า และ ตลาด
 - ทดสอบการใช้ (Use tests) นำสินค้าต้นแบบทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อได้ข้อมูลด้านความชอบ ไม่ชอบสินค้า การใช้สินค้า และผู้ใช้งาน โดยเปรียบเทียบกับสินค้าของผู้แข่งขัน

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกเทคนิคนี้ ใช้วัดความพึงพอใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบ (Testing)

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจะถูกนำไปผ่านสายตาและทดลองใช้จากกลุ่มตลาดเป้าหมาย เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงก่อนนำออกสู่เชิงพาณิชย์ ข้อมูลจากการทดสอบตลาดนี้ทำให้ฝ่ายการตลาดมีความมั่นใจมากขึ้นในการนำเสนอต่อผู้บริหารว่าควรนำผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ตลาดหรือควรระงับโครงการ หากผู้ผลิตต้องการลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของลูกค้า สามารถทำได้ด้วยการทดสอบตลาด โดยการทดลองนำผลิตภัณฑ์จำนวนน้อยๆ ไปวางจำหน่ายในตลาดเล็กๆ เพื่อดูปฏิกิริยาตอบรับของลูกค้า หากผลการทดสอบตลาดพบว่า ลูกค้าตอบรับเป็นอย่างดี จึงค่อยตัดสินใจผลิตจำนวนมาก เพื่อวางจำหน่าย แต่ถ้าลูกค้ามีข้อตำหนิบางประการ ให้ปรับปรุงหรือแก้ไขข้อตำหนิ แล้วจึงวางจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ขั้นตอนนี้ ถ้าลูกค้าไม่ยอมรับและปฏิเสธอย่างสิ้นเชิง บริษัทอาจจะต้องยุติในการทำตลาด เพราะไม่คุ้มกับการลงทุน

การทดสอบตลาดจะเกิดประโยชน์กับผู้ผลิตในแง่ของการลดความเสี่ยง อย่างไรก็ตามอาจเกิดผลเสียคือ คู่แข่งอาจจะล่วงรู้ความลับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กิจการกำลังทดสอบตลาด ซึ่งหากคู่แข่งมีความไวต่อการผลิตเพื่อการจำหน่าย จะสามารถแก้ไขข้อบกพร่องแล้วช่วงชิงการวางจำหน่ายตัดหน้า จะเกิดผลเสียต่อกิจการที่ทำการทดสอบตลาดได้ ดังนั้นการทดสอบตลาดจึงเป็นดาบสองคมที่ผู้ผลิตจะต้องชั่งน้ำหนัก และคำนึงถึงส่วนได้และส่วนเสีย ที่จะเกิดก่อนที่จะมีการทดสอบตลาด หรืออาจหาวิธีทดสอบตลาดที่ปลอดภัยจากการช่วงชิงจากคู่แข่ง

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ เพื่อทราบผลตอบรับในผลิตภัณฑ์ ทราบความสนใจจากผู้ซื้อ ทำการทดสอบตลาดโดยมีองค์ประกอบในการทดสอบด้าน ลูกค้า ยอดขาย เป้าหมาย ขนาด ส่งเสริมการขาย ราคา งบประมาณ การกระจายสินค้า ลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของลูกค้า ศึกษาความเร็วในการยอมรับผลิตภัณฑ์ ทราบถึงปัญหาที่ต้องปรับปรุงจากลูกค้า

เทคนิควิธีที่ใช้ ใช้วิธีการจัดกลุ่มสัมมนาประเด็นเฉพาะ (Focus group) เพื่อสัมภาษณ์ความพึงพอใจในการใช้สินค้า และความพึงพอใจในแผนการขายที่นำเสนอ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก ในการที่จะนำมาปรับปรุงและพัฒนา ก่อนนำออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์

เกณฑ์ในการเลือกใช้เทคนิคนี้ ความเสี่ยงในการปล่อยสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพออกสู่ตลาด ต้องการทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า เพื่อได้ข้อมูลตรงประเด็นในการนำเอามาปรับปรุงก่อนนำออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์

ขั้นตอนที่ 6 การแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (Commercialization)

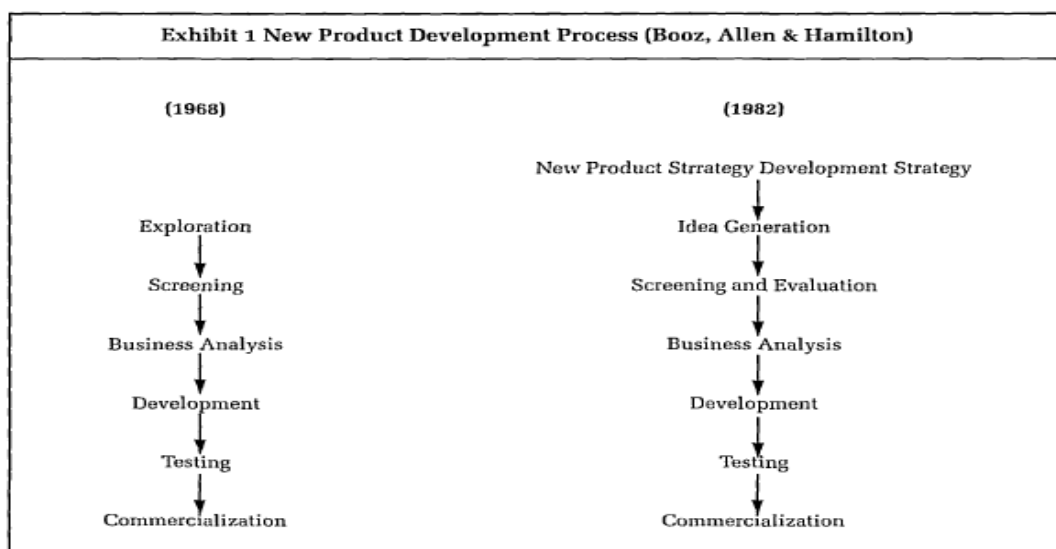
หลังจากที่ความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่กลายเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จที่สามารถผลิตได้จริงแล้ว องค์กรจะจัดสรรทรัพยากรเช่น บุคลากร ต้นทุน ระยะเวลา ในการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถออกสู่ตลาดได้ตามระยะเวลาที่กำหนดตามเป้าหมาย เป็นการตัดสินใจนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ซึ่งในขั้นนี้ บริษัทจะใช้ต้นทุนมากที่สุด เพราะต้องผลิตสินค้าเต็มที่ และต้องตัดสินใจเกี่ยวกับจำนวนการผลิตที่เหมาะสม ในขั้นนี้ถือว่าเป็นขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (Introduction Stage)

เป้าหมายในขั้นตอนนี้ การตัดสินใจนำสินค้าออกสู่ตลาดมี 4 ประการด้วยกัน

- **เมื่อไร** เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับจังหวะเวลาที่เหมาะสม ที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด สามารถเลือกจังหวะเวลาในการเปิดตัวสินค้าใหม่ได้ 3 ทางเลือก
 1. การเข้าก่อน (First entry) มีข้อได้เปรียบในการดึงดูดผู้จำหน่าย ลูกค้ายายใหญ่ และชื่อเสียงว่าเป็นผู้นำ แต่ถ้ารีบร้อนเกินไปก็อาจเกิดความเสียหายได้
 2. เข้าพร้อมกัน (Parallel entry) สินค้าใหม่ 2 ตัวออกโฆษณาพร้อมกัน
 3. เข้าทีหลัง (Late entry) เลื่อนกำหนดการเปิดตัวสินค้าเป็นหลังจากคู่แข่งเปิดตัวไปแล้ว เท่ากับคู่แข่งลงทุนบุกเบิกตลาดแทนเรา บริษัทสามารถเก็บข้อมูลของคู่แข่งขึ้นเพื่อป้องกันความผิดพลาดและยังได้ศึกษาขนาดของตลาดอีกด้วย
- **สถานที่** กลยุทธ์ด้านภูมิศาสตร์ เป็นการตัดสินใจว่าจะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดใดบ้าง ในพื้นที่เดียว ภูมิภาคเดียว หรือหลายภูมิภาค ทั่วประเทศหรือระดับนานาชาติ
- **กับใคร** เป้าหมายทางการตลาด เป็นการกำหนดเป้าหมายในการจัดจำหน่ายและส่งเสริมกลุ่มที่เป็นตลาดเป้าหมาย
- **อย่างไร** กลยุทธ์การตลาดขั้นแนะนำ เป็นการพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อจะแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ วิชาการจัดสรรงบประมาณระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้ฝ่ายการตลาดต้องใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อทำการตลาด เช่น สื่อโฆษณาวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น ให้สอดคล้องกับวันที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

ต่อมา ในปี 1982 Booz, Allen, Hamilton ได้มีการพัฒนากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเพิ่มขึ้นอีก 1 ขั้นตอนที่จากเดิม 6 ขั้นตอนที่ เป็น 7 ขั้นตอนที่ โดยเพิ่ม กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Strategy Development Strategy) ไว้เป็นขั้นตอนแรก เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และ เป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจนก่อนที่จะตัดสินใจทำโครงการ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก การกำหนดทิศทางที่ชัดเจนจะช่วย ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ส่วนขั้นตอนอื่นๆ ยังคงไว้เช่นเดิม ดังแสดงในรูป 2.12



ภาพที่ 2. 12 เปรียบเทียบขั้นตอนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบเดิมและแบบใหม่
ที่มา: Booz, Allen & Hamilton, 1982

จากภาพที่ 2.12 แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงโดยเริ่มมี 6 ขั้นตอนในปี ค.ศ.1968 และมีการเปลี่ยนแปลงเป็น 7 ขั้นตอนในปี ค.ศ. 1982 ซึ่งได้เพิ่มขั้นตอนแรกเป็นการวางกลยุทธ์ให้ชัดเจนก่อนการดำเนินการกระบวนการต่อไป

ขั้นตอนที่ 7 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Strategy Development Strategy)

เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่ชัดเจน ต้องวิเคราะห์ลักษณะของตลาดและสภาวะการแข่งขันเพื่อสามารถสร้างกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความสามารถหรือศักยภาพขององค์กรในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มขีดความสามารถสู่ความสำเร็จให้กับองค์กร ดังนั้นขั้นตอนที่เพิ่มเข้ามาจึงกลายเป็นขั้นตอนที่ 1 ในโมเดลนี้

เป้าหมายในขั้นตอนนี้

- การวางกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจและกำหนดสิ่งที่ต้องการให้องค์กรในอนาคต โดยกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของเป้าหมายหลักการขององค์กร นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์ของตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถจัดสรรทรัพยากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมี
- ขั้นตอนในการดำเนินงานมี ต้องมีเป้าหมายของโครงการ วัตถุประสงค์ และกำหนดข้อจำกัดอย่างชัดเจน

ข้อควรระวัง ผลสำเร็จในขั้นนี้มักจะขึ้นอยู่กับ

- ทัศนคติของผู้บริหาร
- การวิเคราะห์และการตัดสินใจที่มองเห็นการณ์ไกล
- การตีประเด็นปัญหาได้ถูกต้อง

เทคนิคที่ใช้ เทคนิคที่ใช้มี 3 เทคนิค

- **เทคนิคที่ 1 Ansoff matrix** เพื่ออธิบายการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ NPD ว่าจะวางกลยุทธ์ในรูปแบบใดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อ
 - Market Penetration การเจาะตลาด ขายสินค้าเก่าให้ลูกค้าเก่า เพิ่มยอดขาย โดยการ โพรโมทสินค้ามากๆ มีความเสี่ยงน้อย
 - Market Development พัฒนาตลาด สินค้าเก่าตลาดใหม่ สินค้าเหมือนเดิม แต่ต้องหาลูกค้าใหม่ เช่น นำสินค้าส่งออก หาตลาดใหม่ยังภูมิภาคใหม่ หรือ เปลี่ยนลูกค้าใหม่ เช่น สบู่เด็ก ขยายตลาดสู่ ผู้ใหญ่
 - Product development พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าใหม่ ตลาดเก่า ต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ขึ้นมาแทนตัวเก่า ปรับปรุงสินค้าให้ดีขึ้น ขายในตลาดที่มีลูกค้ารองรับอยู่แล้ว มีการแข่งขันสูง นำวิทยาการเทคโนโลยีใหม่ๆ มาคิดค้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์
 - Diversification การเปลี่ยนแปลงตลาดและลูกค้า สินค้าใหม่ ลูกค้าใหม่ มี 2 แบบ คือ เปลี่ยนตลาด แต่ยังเกี่ยวข้องกับสินค้าเดิม และ เปลี่ยนตลาด ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าเดิม

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค Ansoff matrix ได้พูดถึงกลยุทธ์ในการขยายตลาด เพื่อใช้อธิบายการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ NPD ว่าธุรกิจจะวางกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์ของเราในรูปแบบใดและ ณ จุดใด เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมารซื้อ

- **เทคนิคที่ 2 ADL Portfolio-planning matrix** จะใช้ประเมิน วัฏจักรของอุตสาหกรรม ว่าอยู่ในขั้นใด ขั้นฟักไข่ เติบโต เติบโตเต็มที่ หรือในขั้นถดถอย ซึ่งจะประเมินได้จากปัจจัยด้านการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ศักยภาพของอุตสาหกรรม จำนวนคู่แข่ง ความมั่นคงของส่วนของตลาด หรือดูที่เทคโนโลยี ส่วนการประเมินความสามารถด้านการแข่งขันจะแบ่งเป็น 5 ชั้น (อัจฉรา จันทร์ฉาย, 2555) ได้แก่
 - Dominant มีข้อได้เปรียบเด่นมาก ซึ่งอาจจะเกิดจากการมีระบบกึ่งผูกขาด หรือ การที่มีความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการยกย่อง

- Strong ธุรกิจมีความเข้มแข็งเหนือคู่แข่ง
- Favorable คือการที่ธุรกิจไม่มีคู่แข่งเด่น ธุรกิจนั้นก็ยังคงอยู่ในสถานะที่น่าพอใจ
- Tenable เมื่อธุรกิจนั้น ยังสามารถทำกำไร จากความเชี่ยวชาญด้านตัวสินค้า
- Weak เมื่อธุรกิจอ่อนแอ ที่จะอยู่รอดในระยะยาว เนื่องจากมีขนาดเล็กหรือใหญ่ แต่ได้รับผลจากความผิดพลาดในอดีตหรือมีจุดอ่อนที่สำคัญ

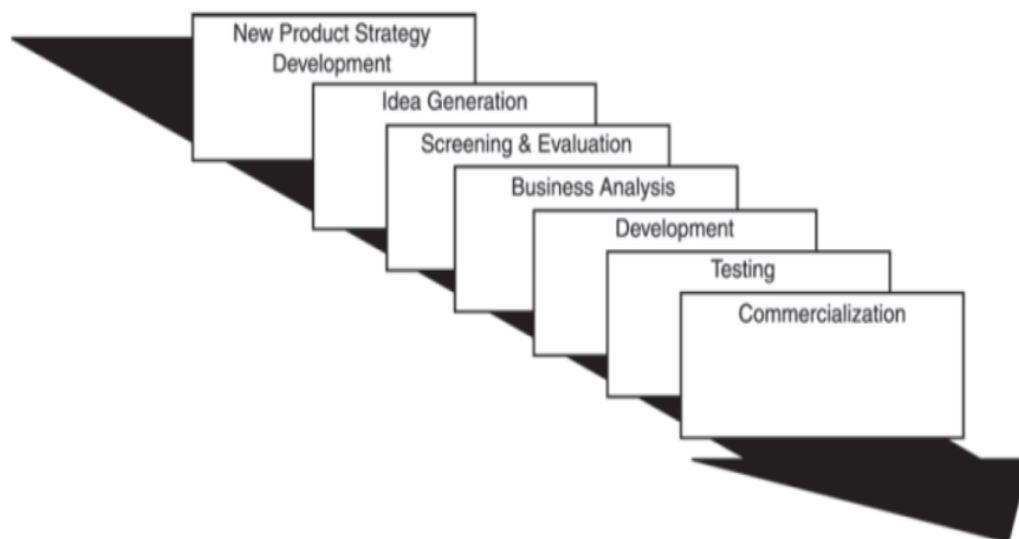
เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค ADL Portfolio-planning matrix จะสามารถประเมินวัฏจักรในแต่ละช่วง และ มีการแบ่งประเภทของธุรกิจตามความเข้มแข็งได้ชัดเจน

- **เทคนิคที่ 3** หลักการ SMART ในการพิจารณาความเหมาะสมของกลยุทธ์ และ วัตถุประสงค์ของโครงการ ลักษณะที่ดีของเป้าหมาย (อัจฉรา จันทร์ฉาย, 2555) ดังนี้

- S =Sense of Commitment เป็นที่ยอมรับ ผูกพัน ความมีส่วนร่วม
- M = Measurable สามารถวัดได้ ในรูปแบบของการวัดตัวชี้วัดที่สำคัญจะเป็นหน่วยนับเชิงปริมาณ หรือ หน่วยวัดเปรียบเทียบเชิงคุณภาพก็ได้
- A = Attainable มีความเป็นไปได้ บรรลุผลที่ต้องการได้
- R = Realistic มีเหตุผล อธิบายได้มีความสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับเป้าประสงค์ในภาพรวมขององค์กร กลยุทธ์ จุดมุ่งหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร
- T =Time Frame มีระยะเวลา ติดตามได้ สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน

เกณฑ์การตัดสินใจเลือกใช้เทคนิค SMART สามารถใช้ตรวจสอบควบคู่หลังจากกำหนด Business Objective & Product Strategy แล้วว่าสิ่งที่เราต้องการจะทำได้ความเหมาะสมของกลยุทธ์ และ วัตถุประสงค์ของโครงการแล้วหรือไม่

สรุปได้ว่า แนวคิด BAH model ได้มีการพัฒนาเพิ่มจุดเริ่มต้นในการวางกลยุทธ์ขององค์กรเพิ่มเข้าไป ดังแสดงในภาพ 2.13 ดังนี้



ภาพที่ 2. 13 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Booz, Allen, & Hamilton

ที่มา: New Product Management by Booz & Company (1982)

ข้อดีของการพัฒนาของ BAH model คือการกำหนดเป้าหมาย และกลยุทธ์อย่างชัดเจน ก่อนทำขั้นตอนอื่น ทำให้การทำงานไปในทางเดียวกัน ง่ายขึ้น

ข้อจำกัดของการพัฒนาของ BAH model คือไม่มีจุดบ่งชี้ จุดสิ้นสุดที่แน่นอนอย่างชัดเจน และขบวนการมีความซับซ้อน

▪ แนวคิด Stage-gate model ของ Robert G. Cooper (1994)

คิดค้นขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1980 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จในตลาดได้นั้น ไม่ใช่ใช้เวลาเพียงชั่วข้ามคืน แต่ต้องมีการดำเนินงานที่เป็นขั้นเป็นตอนต่างๆ อย่างเป็นระบบ โมเดลนี้ได้รับความนิยม อย่าง Cooper's stage-gate model เหมาะสำหรับในกรณีที่มีแนวคิดอยู่แล้วไม่ต้องหาใหม่และผู้บริโภคยังคงอยู่ในตลาดเดิม เหมาะสำหรับการพัฒนาสินค้าเป็นค่อยเป็นค่อยไป โดยได้แบ่งกระบวนการคัดกรองออกเป็น 2 ส่วน ที่ต่อเนื่องกัน Stage และ Gate ซึ่งอธิบายความหมายได้ดังนี้ (ชลธิศ ดาราวงษ์, 2558)

Stage หมายถึงกระบวนการที่ทำเป็นขั้นตอน ประกอบด้วย การสำรวจ-การค้นหาแนวทาง-การประเมิน การออกแบบ- การผลิต และ การตลาด ช่วงการสำรวจจะเป็นช่วงที่ย่างยากมากที่สุด เนื่องจากแนวคิดยังคงเป็นนามธรรม และมีความไม่แน่นอนสูง

Gate หมายถึงประตูคัดกรองความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด ขบวนการคัดกรอง 5 ขั้น เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กระชับและรวดเร็วขึ้น

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในแนวคิดของ Cooper's stage-gate model ดังสามารถแสดงในภาพ 2.14 ได้ดังนี้ (Cooper, 1994)



ภาพที่ 2. 14 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ขั้นตอน State gate

ที่มา : Robert G. Cooper, 1994

จากภาพแสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ซึ่งเป็นแนวคิดที่เสนอโดย Cooper มีอยู่ 5 ประตูกและตัวประเมิน 5 ขั้นตอน โมเดลนี้จะเน้นถึงกระบวนการ การตัดสินใจของผู้มีอำนาจในระดับต่างๆ ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ย้อนกลับ-ไปมา (Iteration) โดยมีรอบของการตัดสินใจ (Feedback Loops) โดยจะมีผู้มีอำนาจให้ความเห็นชอบว่าควรให้ดำเนินการในแต่ละขั้นตอน การพัฒนาว่าผ่านความเห็นชอบหรือไม่ ในกรณีที่ขั้นตอนใดไม่ผ่านความเห็นชอบก็จะต้องย้อนกลับ โดยต้องเริ่มต้นขั้นตอนนั้นใหม่อีกครั้ง (ชลธิศ ดาราวงษ์, 2558) พบว่าร้อยละ 60 (Cooper, Edgett and Kleinschmid, 2002) ของธุรกิจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องผ่านกระบวนการขั้นตอน-ประตู (Stage-Gate Process) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เสนอโดย คูเปอร์ ดังรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 Discovery stage เป็นขั้นตอนของการค้นหาปัญหา โอกาส และ ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ผลลัพธ์จากขั้นตอนที่ 1 นี้แล้วจึงนำผ่านประตูที่ 1 เพื่อนำไปสู่การคัดกรองแนวความคิดในขั้นต่อไป

❖ **ประตู 1** การคัดกรองเบื้องต้น (Idea Screen) เมื่อผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้รับแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมดมาเพื่อทำการตัดสินใจนั้น จากนั้นจะทำการทบทวนแต่ละแนวคิด โดยการประชุมกับผู้จัดการฝ่ายต่างๆ เพื่อให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ ความใหม่ของผลิตภัณฑ์ หรือขนาดของตลาด แล้วทำการตัดสินใจร่วมกันว่าจะให้ผ่านประตูที่ 1 หรือไม่ ในกรณีที่ไม่ผ่านทุกคนจะต้องหาเหตุผลร่วมกันเพื่อทำข้อสรุป เพื่อนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกแนวคิดใหม่ต่อไป หรืออาจเก็บแนวคิดนั้นไว้เพื่อให้พนักงานได้นำเสนอข้อคิดเห็นที่อาจนำมาปรับปรุงเป็นแนวคิดอื่นได้ต่อไปในอนาคต เมื่อผู้บริหารตัดสินใจคัดเลือกไอเดียที่ได้รับการยอมรับเบื้องต้นแล้วผลลัพธ์นี้จะนำไปสู่กระบวนการในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์เบื้องต้น ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จัดตั้งทีมจากฝ่ายต่างๆ เพื่อมาทำงานในโครงการผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเริ่มจากการค้นหาข้อมูลสนับสนุนแนวคิดนั้นเพื่อนำมาพัฒนาเป็นแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อกำหนดผู้รับผิดชอบ วัตถุประสงค์ ดัชนีความสำเร็จ งบประมาณ วัตถุประสงค์ และระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมด ในขั้นตอนนี้มีการนำแนวคิดที่คัดเลือกแล้ว มาสู่กระประเมินในประตูที่ 2 ต่อไป

❖ **ประตู 2** การประเมินรอบสอง (Second Screen) เมื่อทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์กำหนดแผนของโครงการแล้ว ผู้บริหารจะเรียกประชุม เพื่อทำการตัดสินใจว่าแนวคิดผลิตภัณฑ์ตัวใดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจขณะนั้นมากที่สุด เพื่อมอบหมายให้ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ ผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินการคัดกรองแนวคิดรอบสอง ผู้บริหารจะคัดเลือกและส่งต่อมายังกระบวนการพัฒนาในตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดแผนธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์หาปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการผลิตภัณฑ์ รวมถึงแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตใหม่อย่างละเอียด ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ไปจนถึงการนำสินค้าออกสู่ตลาด ในขั้นตอนนี้มีการนำไปทำแผนกรณีศึกษา เพื่อดูแผนการตลาด ผลตอบแทนต่อเงินลงทุน จากนั้นนำผลลัพธ์ที่ได้มาสู่ขั้นตอนประเมินในประตูที่ 3 ต่อไป

❖ **ประตู 3** การตัดสินใจต่อแผนธุรกิจ (Development) นำแผนธุรกิจที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเข้าที่ประชุมของทีมผู้บริหารเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละตัว เมื่อผู้บริหารเห็นชอบและตัดสินใจดำเนินโครงการ นำผลลัพธ์ในขั้นตอนนี้ไปพัฒนาเป็นต้นแบบจริงในกระบวนการพัฒนาขั้นที่ 3 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ เป็นการเริ่มผลิตสินค้าต้นแบบเพื่อทดสอบการทำงาน ของเครื่องจักร และองค์ประกอบหรือส่วนผสมอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์จนได้เป็นสินค้าสำเร็จ แล้วทำการทดสอบคุณภาพของการใช้งานของผลิตภัณฑ์รวมถึงอายุของการใช้งานของผลิตภัณฑ์ด้วย นำผลจากการทดสอบตลาด และแผนการทำการตลาดที่ทดลอง มานำเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อทำการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการ โดยส่งผลลัพธ์ไปประเมินในประตูที่ 4 ขั้นต่อไป

❖ **ประตู 4** การวิเคราะห์ผลการทดสอบผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง (Testing) เป็นการวิเคราะห์ผลการทดสอบผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเมื่อฝ่ายวิจัยและพัฒนาได้ทำการทดสอบคุณสมบัติของสินค้าตัวอย่างตามเกณฑ์ มาตรฐานสากลแล้ว ผู้บริหารจะประชุมเพื่อตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ตรงตามคุณภาพที่ตลาดต้องการหรือไม่ เมื่อทำการทดสอบตลาดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำผลลัพธ์จากการตัดสินใจของผู้บริหารในขั้นตอนนี้ เพื่อส่งต่อไปยังกระบวนการพัฒนาในขั้นตอนที่ 4 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบตลาด ฝ่ายการตลาดนำสินค้าตัวอย่าง รวมทั้งภาชนะบรรจุและสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดไปทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสำรวจความพึงพอใจและ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงต่อไป จากนั้นนำผลการทดสอบส่งต่อมายังผู้บริหารในประตูที่ 5 เพื่อตัดสินใจที่จะนำออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์

❖ **ประตู 5** การวิเคราะห์ผลการทดสอบตลาด เพื่อนำออกสู่ตลาด (Launch) ผู้บริหารจะนำผลการทดสอบตลาดมาร่วมกันตัดสินใจว่าสินค้า และสื่อที่ใช้เหมาะสมต่อการออกสู่ตลาดหรือไม่ ซึ่งประตูการตัดสินใจนี้มีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้บริหารจะตัดสินใจความเหมาะสมในการนำออกสู่ตลาดในวงกว้างหรือไม่ จากนั้นนำผลไปสู่กระบวนการขั้นที่ 5

ขั้นตอนที่ 6 การผลิตจริง และการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ฝ่ายผลิตเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตขนาดใหญ่เพื่อให้จำนวนสินค้าตามที่ฝ่ายตลาดกำหนดตามความสามารถของช่องทางกระจายสินค้าเพื่อไปถึงผู้บริโภค พร้อมกับนำเสนอสินค้าผ่านสื่อต่างๆ

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) จะเป็นกระบวนการที่ให้ภาพรวมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมดต่อผู้บริหาร เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจที่ง่ายและสามารถควบคุมได้ (Cooper, 1990) กระบวนการนี้เป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย เป็นแผนผังจัดการอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นตั้งแต่ แนวความคิดเริ่มแรกผลิตภัณฑ์ ซึ่งในแต่ละขั้นจะประกอบไปด้วย กิจกรรมที่ทำหน้าที่ไขว่กันแบบคู่ขนาน ซึ่งจะต้องถูกทำให้สมบูรณ์ก่อนที่จะส่งต่อไปยังขั้นต่อไป ซึ่งในแต่ละขั้นของกิจกรรมมีส่วนของการทบทวนโครงการ ซึ่งเราเรียกว่า “Gate” หรือความต้องการการตัดสินใจ (Decision Demand) ซึ่งจะเป็นตัวคอยควบคุมกระบวนการ และ ส่งเสริมในด้านของคุณภาพ

การส่งผ่านจากขั้นตอนหนึ่ง ไปยังขั้นตอนต่อไป หรือการยุติ (Kill) เพื่อทำการตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์ที่กำลังพัฒนาอยู่ในมาตรฐานตรงตามที่ต้องการหรือไม่ สมควรที่จะถูกพัฒนาต่อหรือไม่

ข้อดีของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยโมเดล Stage-gate model (Cooper, 1994)

การพัฒนาสินค้าใหม่ จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีการวางแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนอย่างเป็นระบบ ข้อดีของ Stage-gate model อธิบายได้ดังนี้ (ดวงกมล ลิ้มวงศ์, 2552)

- กระบวนการ State-gate model จะสิ้นสุดลงหากผลิตภัณฑ์ที่กำลังพัฒนานั้นไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่เหมาะสม จะมีผลต่อกันเป็นขั้นๆ มีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ลดความเสี่ยง และการเสียเวลาในการพัฒนา ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้อยออกสู่ตลาด
- สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนวัตกรรม

- สามารถจัดลำดับความสำคัญโดยรวมของกระบวนการพัฒนาเพื่อให้ทราบความสำคัญก่อนและหลัง และสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจ
- ใช้เวลานาน

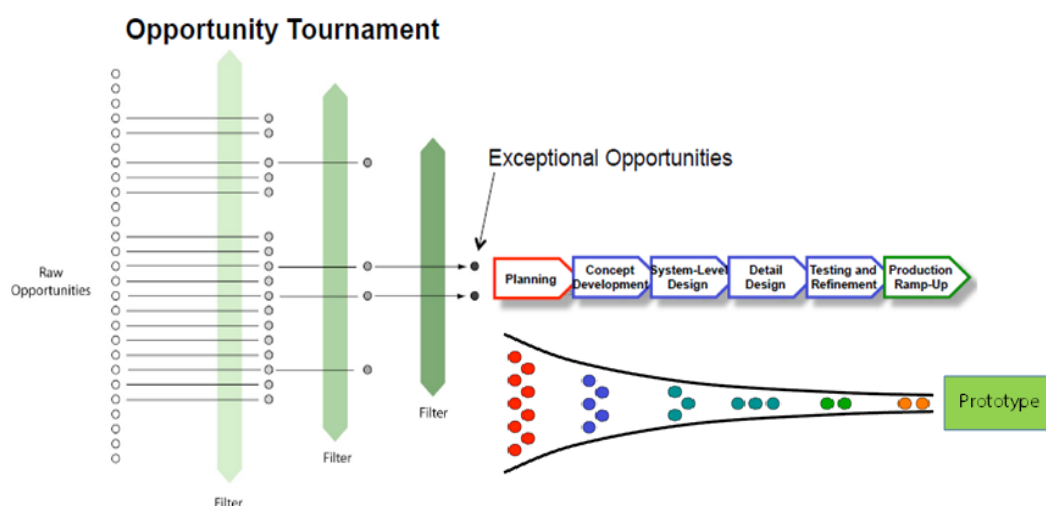
ข้อจำกัดของกระบวนการพัฒนาสินค้าใหม่ด้วยแนวคิดของ State-gate model (Cooper, 1994) ที่เห็นได้ชัดเจน ดังนี้ คือ

- การพัฒนาของผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละขั้นตอน สามารถจะเกิดกิจกรรมอื่นแบบคู่ขนาน ซึ่งสามารถดำเนินการไปได้แบบคู่ขนาน แต่ State-gate model จะต้องถูกทำให้จบในแต่ละขั้นเสียก่อนจึงจะผ่านไปสู่อันดับต่อไปได้
- มีความไม่ยืดหยุ่นอยู่ระหว่างการจัดการ และ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทั้งสองเรื่องนี้เป็นหัวใจสำคัญมากของการเกิดนวัตกรรม
- กระบวนการ State-gate model แบบดั้งเดิมไม่มีความเกี่ยวข้องกับการค้นพบและ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดใหม่ (Discovery Process)
- เหมาะกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

■ **แนวคิด Ulrich & Eppinger model 2012**

ได้แบ่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพ 2.15 ดังนี้

Opportunities Begin the Product Planning and Product Development Processes



ภาพที่ 2. 15 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Ulrich & Eppinger, 2012

ที่มา: Ulrich and Eppinger, 2012

จากรูปภาพที่ 2.15 แสดงรูปกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Ulrich และ Eppinger ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 10 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า (Identifying Customer Needs) คือการเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถสื่อสารความต้องการของลูกค้าไปยังทีมพัฒนาได้ถูกต้อง ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้คือ กำหนดความต้องการของลูกค้าได้ตรง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดเป้าหมายของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Establishing Target Specification) ระบุคุณลักษณะด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการลูกค้าต้องการ และสามารถแปลความต้องการนี้ ไปสู่ทีมพัฒนาได้ ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้คือ กำหนดลักษณะรูปลักษณ์ วัสดุ ที่ลูกค้าต้องการได้

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างแนวคิด (Concept generate) จากขั้นตอนนี้กำหนดเป้าหมาย รู้ถึงรูปลักษณ์ที่ลูกค้าต้องการ และสามารถนำเอามาคิดเป็นรูปแบบต่างๆ ได้

ขั้นตอนที่ 4 การเลือกแนวคิด (Concept Selection) เป็นขั้นตอนที่คัดเลือกแนวคิดที่ดีที่สุด เพื่อที่จะสามารถพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบแนวคิด (Concept Testing) เป็นขั้นตอนทำการทดสอบ แนวคิดที่เลือกไว้ที่ดีที่สุด จะเป็นการทดสอบ 1 หรือ 2 แนวคิดก็ได้ เพื่อพิสูจน์ว่าแนวคิดที่เลือกไว้ ตรงกับความ ต้องการของลูกค้าจริงหรือไม่

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (Set Final specifications) เป็นการปรับปรุงแนวคิดที่ได้ผ่านการทดสอบมาแล้ว ให้มีความสมบูรณ์ และลดข้อผิดพลาดโดยอาศัย ข้อมูลจากการทดสอบจากกระบวนการก่อนหน้า

ขั้นตอนที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Plan downstream development) เป็นการเตรียม พัฒนาผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ซึ่งจะประกอบด้วยข้อมูลครบถ้วน ตั้งแต่วัตถุดิบ แผนเวลาในการพัฒนา และชี้ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อเสร็จสิ้นผลงาน จะมีการจัดเตรียมทำแผนการดำเนินงานที่แสดงขั้นตอน ตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุด เริ่มตั้งแต่การกำหนด Mission การเลือกวัสดุ ระบุความต้องการของลูกค้า การ วิเคราะห์ทางการเงิน งบประมาณ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 8 การวิเคราะห์ ทางการเงิน (Perform Economic Analysis) เพื่อใช้สนับสนุนใน การพัฒนาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงแผนการพัฒนาด้านทุน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 9 การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับคู่แข่ง (Benchmark Competitive Products) ต้องเข้าใจตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนา เพื่อจะได้จัดหาแหล่งแหล่งข้อมูลที่ดีสำหรับการ ออกแบบ และกระบวนการผลิต

ขั้นตอนที่ 10 การทำต้นแบบ (Build and Test Models and Prototypes) ทุกขั้นตอนใน กระบวนการพัฒนา นำไปสู่รูปแบบโมเดลและตัวต้นแบบ

ข้อดีของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Ulrich & Eppinger, 2008

- แนวคิดที่ได้จะเป็นแนวคิดที่ถูกกลั่นกรองซ้ำๆ จากกระบวนการต่างๆ ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด
- ในการกลั่นกรองแนวคิดแต่ละครั้ง อาจมีแนวคิดอื่นที่ดีเกิดขึ้น เป็นนวัตกรรมใหม่
- เหมาะสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นการบริการ

ข้อจำกัดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Ulrich & Eppinger, 2012

- กระบวนการพัฒนามีความซ้ำซ้อน
- ในแต่ละขั้นไม่มี จุดกำหนดสิ้นสุดที่ชัดเจน

กล่าวสรุปได้ว่า แนวคิดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) ทั้ง 3 แบบนั้นทุกแนวคิดมีจุดมุ่งหมายเพื่อเน้นการออกแบบ ให้ตรงกับผู้บริโภคต้องการ นอกเหนือจากนี้ในแต่ละแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ยังมีความโดดเด่น อยู่ในตัว ซึ่งในปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นตัวสินค้า จะนิยมใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Stage-gate

model ของ (Cooper, 1994) กันมากเนื่องจากมีประตูที่กั้นกรองตัดสินใจก่อนที่จะข้ามไปขั้นของการพัฒนาต่อไป ทำให้ลดความเสี่ยง สามารถป้องกันไม่ให้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพออกสู่เชิงพาณิชย์ ส่วนแนวคิดของ BAH model (Booz, Allen and Hamilton, 1982) ยังคงเป็นการทำงานที่ซ้ำซ้อน และไม่มีตัวบ่งชี้ถึงจุดสิ้นสุดที่แน่นอน และหากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้น บริการ จะนิยมใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ Ulrich & Eppinger, 2012)

2.7 เปรียบเทียบข้อดี และ ข้อเสีย ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 3 ทฤษฎี

ข้อเปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 3 ทฤษฎี BAH model, Stage gate model และ ของ Ulrich & Eppinger model เป็นดังแสดงในตารางที่ 2.9 ดังนี้



ตารางที่ 2. 9 เปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ทฤษฎี

กระบวนการ	BAH Model Booz, Allen, & Hamilton, 1982	State-gate Model Robert G. Cooper, 1993	Ulrich & Eppinger Model Ulrich & Eppinger, 2008
1	Idea generation ค้นหาความคิด	Discovery ค้นหาโอกาส การสร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่	Identify customer needs ค้นหาความต้องการของ ลูกค้า
2	Idea Screening กลั่นกรอง และ คัดเลือก ความคิด	Scooping กำหนดกรอบและประเมิน แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	Establish target specification ระบุรายละเอียดของ เป้าหมาย
3	Concept development and testing พัฒนาแนวความคิดและ ทดสอบ	Non	Generate product concept สร้างแนวคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์
4	Business analysis วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทาง ธุรกิจ	Build a Business case สร้างกรณีศึกษาของธุรกิจ	Select product concept เลือกแนวความคิด
5	Non	Development พัฒนาการเกิดผลิตภัณฑ์	Non
6	Portotype and development ทดสอบทำต้นแบบและพัฒนา	Tesing and validation ทดสอบและรับรองผล	Test product concept ทดสอบแนวความคิดของ ผลิตภัณฑ์
7	Test maket	Non	Non
8	ทดสอบตลาด	Non	Set final specification ระบุรายละเอียดขั้น สุดท้าย
9	Commercialize and launch นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด	Launch นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด	Plan downstream development วางแผนการพัฒนาระยะ ยาว

ตารางที่ 2. 9 (ต่อ) ตารางเปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ทฤษฎี

กระบวนการ	BAH Model Booz, Allen, & Hamilton, 1982	State-gate Model Robert G. Cooper, 1993	Ulrich & Eppinger Model Ulrich & Eppinger, 2008
10	Non	Non	Economic analysis วิเคราะห์ทางการเงิน
11	Non	Non	Benchmarking of competitive products การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ กับคู่แข่ง
12	Non	Non	Modeling and Prototyping การทำต้นแบบ

จากตารางที่ 2.9 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละทฤษฎีมีข้อดีและข้อจำกัด ดังนี้

■ **BAH model**

ข้อดี

- มีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ต่างๆ อย่างชัดเจนก่อนการดำเนินงานขั้นตอนอื่น ทำให้การทำงานไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อจำกัด

- ไม่มีจุดบ่งชี้ จุดสิ้นสุดที่แน่นอนอย่างชัดเจน และ ขบวนการมีความซับซ้อน

■ **State-gate Model**

ข้อดี

- กระบวนการ State-gate กระบวนการ State-gate จะสิ้นสุดลงหากผลิตภัณฑ์ที่กำลังพัฒนานั้นไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่เหมาะสม จะมีผลต่อกันเป็นขั้นๆ มีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ลดความเสี่ยง และการเสียเวลาในการพัฒนา ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้อยออกสู่ตลาด
- สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนวัตกรรม
- สามารถจัดลำดับความสำคัญโดยรวมของกระบวนการพัฒนาเพื่อให้ทราบความสำคัญก่อนและหลัง และสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจ

- เหมาะสำหรับการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด และต้องการลดขั้นตอน ลดต้นทุน ซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมแบบ Incremental Innovation

■ Ulrich & Eppinger Model

ข้อดี

- แนวคิดที่ได้จะเป็นแนวคิดที่ถูกกลั่นกรองซ้ำๆจากกระบวนการต่างๆ ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด
- ในการกลั่นกรองแนวคิดแต่ละครั้ง อาจมีแนวคิดอื่นที่ดีเกิดขึ้น
- เหมาะกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นบริการ

ข้อจำกัด

- กระบวนการพัฒนามีความซับซ้อน
- ในแต่ละขั้นไม่มีจุดกำหนดสิ้นสุดที่ชัดเจน เสียเวลาในการทำซ้ำไปซ้ำมา ในแต่ละขั้นตอน

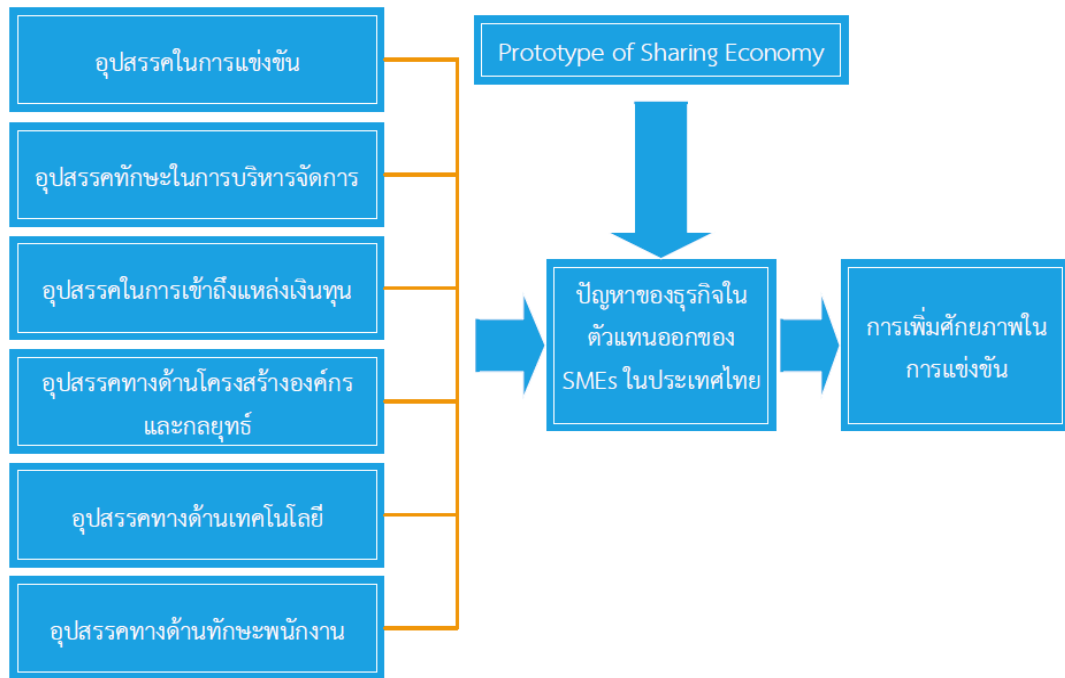
สรุปแนวคิดที่จะใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาในงานวิจัยนี้ หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้ง 3 ทฤษฎี พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสิ่งที่ผู้พัฒนาต้องให้ความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ถือเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่มีความเสี่ยงสูง จึงต้องมีความระมัดระวังขั้นตอนในการพัฒนาอย่างละเอียดซึ่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ State-gate เป็นวิธีการที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และข้อดีจะมีกระบวนการตัดสินใจจากผู้บริการในแต่ละประตู ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงป้องกันสินค้าไม่มีคุณภาพออกสู่ตลาด ส่วน BAH model เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องใช้เวลานาน และเสียเวลามากเกินไป สำหรับการพัฒนาด้านแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในตัวแทนออกของ ซึ่งเป็นงานบริการ ผู้วิจัยจึงเลือกพิจารณานำเอากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ของ Ulrich & Eppinger Model เข้ามาใช้ ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีกลั่นกรองซ้ำไปซ้ำมา และ เป็นกระบวนการที่เหมาะสมกับงานบริการ อีกทั้งยังมีการวางแผนทำแผนการเงิน วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น

2.8. กรอบแนวคิดในการวิจัย (Framework)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน และอุปสรรคในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมต่างๆทั้งในและต่างประเทศ สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเพื่อ

นำมาสร้างเป็นต้นแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ในตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 2.16 ดังนี้

อุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs



ภาพที่ 2.16 กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

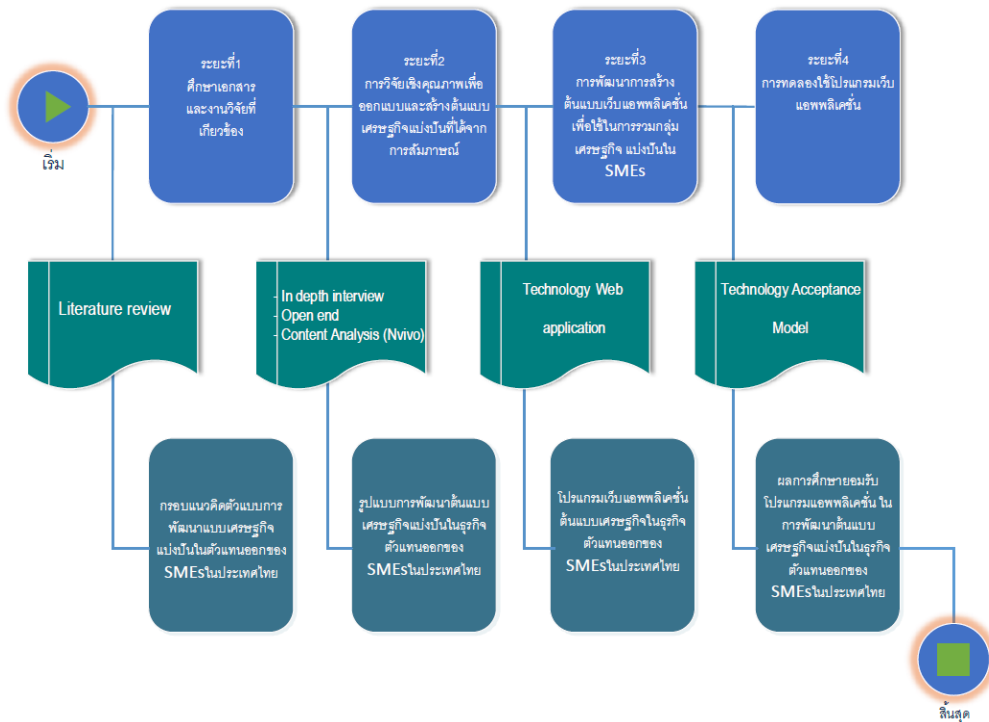
บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกในประเทศไทย ให้กับผู้ประกอบการที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อตรวจสอบปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน โดยดำเนินการสำรวจด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในผู้ประกอบการที่ได้จากการสอบถามผู้สัมภาษณ์ก่อนหน้านั้นและให้การแนะนำบุคคลที่ควรติดต่อขอสัมภาษณ์ท่านต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความเชี่ยวชาญในงาน และเจ้าของกิจการ ที่มีการให้บริการทางด้าน พิจารณาคศุลกากร รถขนส่งสินค้า โกดังสินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ โดยแบ่งเป็น ผู้ประกอบการขนาดกลาง 5 ราย และผู้ประกอบการขนาดย่อม 10 ราย ที่เป็นสมาชิกของ สมาคมตัวแทนออกของรับอนุญาตไทย (Thai Authorized Brokers Association) สมาคมรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarders Association) สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย (The Customs Broker and Transportation Association of Thailand) โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

- 3.1 ระยะที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม เพื่อศึกษารูปแบบของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงศึกษาถึงสภาพปัญหาของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมต่างๆในแต่ละประเทศ
- 3.2 ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสังเคราะห์รูปแบบและพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกในประเทศไทย
- 3.3 ระยะที่ 3 การสร้างโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “เว็บแอปพลิเคชัน” (Web application) เพื่อพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
- 3.4 ระยะที่ 4 การทดลองใช้ระบบ ต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย เพื่อศึกษาการยอมรับในมุมมองของผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 3.1 และตารางที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 สรุปขั้นตอนและวิธีในการดำเนินการวิจัย

ระยะและขั้นตอนในการดำเนินการ	วิธีการดำเนินการ	เครื่องมือ	ผลลัพธ์
ระยะที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	-ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ -ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาที่เป็นปัจจัยต่อการเพิ่มศักยภาพในผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม	Literature Review	กรอบแนวคิดตัวแบบการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

ตารางที่ 3. 1 (ต่อ) สรุปรูปขั้นตอนและวิธีในการดำเนินการวิจัย

ระยะและขั้นตอนในการดำเนินการ	วิธีการดำเนินการ	เครื่องมือ	ผลลัพธ์
ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อออกแบบระบบและสร้างต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก	-คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs และเป็นเจ้าของกิจการในตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย -ออกแบบ แบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง -สัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการที่เป็นผู้ประกอบการในตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย	- Semi-Struttrue interview -Content Analysis (Nvivo)	- รูปแบบการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย
ระยะที่ 3 การพัฒนาการสร้างต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันในผู้ประกอบการตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย	-การนำผลการวิจัย เชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ พัฒนาเป็นโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย	-เทคโนโลยี เว็บแอปพลิเคชัน	-โปรแกรมเว็บแอปพลิเคชัน ต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย
ระยะที่ 4 การทดลองใช้โปรแกรมเว็บแอปพลิเคชันต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน	-การทดลองใช้โปรแกรมการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันกับผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจตัวแทนออกของ และประเมินผล การยอมรับ	-Technology Acceptance Model	-ผลการศึกษายอมรับโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชันของระบบ ในการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

3.1 ระยะที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม

ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษารูปแบบของการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงศึกษาถึงสภาพปัญหาของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมต่างๆในแต่ละประเทศ ศึกษาหลักเกณฑ์และกระบวนการสร้างการรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยมีเกณฑ์ในการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

3.1.1 คัดเลือกเอกสารทางวิชาการจากวารสารในฐานข้อมูลอ้างอิงอิเล็กทรอนิกส์จุฬา (CU Reference) และแหล่งฐานข้อมูลจาก Google Scholar ที่เป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพ เช่นการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) รวมถึงปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละประเทศ รวมถึงประเทศไทย

3.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารทางวิชาการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาสังเคราะห์ และสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย

3.2 ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เพื่อสังเคราะห์รูปแบบ และ พัฒนาดันแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย การวิจัยเรื่องการนำเสนอตัวแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกในประเทศไทยให้กับผู้ประกอบการที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อตรวจสอบปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในธุรกิจตัวแทนออกของที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน โดยดำเนินการสำรวจด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในผู้ประกอบการที่ได้จากการสอบถามผู้สัมภาษณ์ก่อนหน้านี้ และให้การแนะนำบุคคลที่ควรติดต่อขอสัมภาษณ์ท่านต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความเชี่ยวชาญในงาน และเจ้าของกิจการ ที่มีการให้บริการทางด้าน พิธีการศุลกากร รถขนส่งสินค้า โกดังสินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้าน โลจิสติกส์ และที่เป็นสมาชิกของ สมาคมตัวแทนออกของรับอนุญาตไทย (Thai Authorized Customs Brokers Association) สมาคมรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarders Association) สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย (The Customs Broker and Transportation Association of Thailand) โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1) กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์

เป็นการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการในตัวแทนออกของ ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของ ในประเทศไทย โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการ ในงานทางด้านโลจิสติกส์ ที่มีประสบการณ์ในงานทางด้านตัวแทนออกของ ในหลายกิจกรรม เช่น งานพิธีการศุลกากร รถขนส่ง คลังสินค้า เป็นต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย มีประสบการณ์อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ มากกว่า 15-20 ปี โดยมีรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3. 2 กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าของกิจการในตัวแทนออกของ SMEs

กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการ ในตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

ลำดับ	ขนาด	ธุรกิจให้บริการหลัก	ตำแหน่ง
1	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	หุ้นส่วนกรรมการ
2	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	กรรมการผู้จัดการ
3	กลาง	พิธีการศุลกากร	ผู้จัดการอาวุโส
4	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	ผู้จัดการอาวุโส
5	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	ผู้จัดการอาวุโส
6	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	กรรมการผู้จัดการ
7	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	กรรมการผู้จัดการ
8	ย่อม	พิธีการศุลกากร	ผู้จัดการอาวุโส
9	ย่อม	พิธีการศุลกากร	กรรมการผู้จัดการ
10	ย่อม	พิธีการศุลกากร	กรรมการผู้จัดการ
11	ย่อม	บริการขนส่งสินค้า	กรรมการผู้จัดการ
12	ย่อม	พิธีการศุลกากร	หุ้นส่วนกรรมการ
13	ย่อม	พิธีการศุลกากร	ผู้จัดการอาวุโส
14	ย่อม	พิธีการศุลกากร	กรรมการผู้จัดการ
15	ย่อม	บริการรถขนส่งสินค้า	กรรมการผู้จัดการ

จากตารางที่ 3.2. แสดงให้เห็นถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ที่เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจตัวแทนออกของ และ เป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งมีความรู้ความสามารถในงานทางด้านตัวแทนออกของ ในหลากหลายกิจกรรม เช่น พิธีการศุลกากร รถขนส่งสินค้า บรรจุกัมภ์ คลังสินค้า เป็นต้น โดยในกลุ่มตัวอย่างล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มาเกินกว่า 15-20 ปี โดยแยกเป็นผู้ประกอบการรายกลางจำนวน 5 ราย ที่ให้บริการรถขนส่งสินค้าจำนวน 4 ราย และ ให้บริการพิธีการศุลกากร จำนวน 1 ราย และ ผู้ประกอบการรายย่อมจำนวน 10 ราย ที่ให้บริการรถขนส่งสินค้าจำนวน 2 ราย และ ให้บริการพิธีการศุลกากร จำนวน 6 ราย ให้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวน 2 ราย

2) พัฒนาแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

ในการดำเนินการวิจัยในระยะที่ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการแข่งขัน ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละอุตสาหกรรม โดยแบ่งเป็น

- อุปสรรคในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการ SMEs
- อุปสรรคทักษะในการบริหารจัดการ (Management skill) ของผู้ประกอบการ SMEs
- อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ของผู้ประกอบการ SMEs
- อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการ SMEs
- อุปสรรคทางด้านโครงสร้างองค์กร และ กลยุทธ์ ของผู้ประกอบการ SMEs
- อุปสรรคทางด้านทักษะพนักงาน ของผู้ประกอบการ SMEs

ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.3 ถึง ตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3. 3 อุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคในการแข่งขัน
Irjayanti & Aziz, 2012	Barrier factors and potential solution for Indonesian SMEs	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งกลายเป็นภัยคุกคามต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในประเทศอินโดนีเซียเป็นอย่างมาก 2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาด และการตลาดต่างประเทศ ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ยังคงวนเวียนอยู่ในการค้าเพียงกลุ่มเล็กๆ ดังนั้นการทำการตลาดที่ไม่ดียอมส่งผลทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแข่งขันกับแบรนด์อื่นๆ ของต่างประเทศได้ 3. รัฐบาลไม่ได้มีการสนับสนุนในเชิงรุกในการดำเนินธุรกิจต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ SMEs ส่งผลต่อจำนวนผู้ซื้อ และ ยอดขาย ไม่เติบโต
Lolyd-Reason, Deprey, Ibeh, & Lunati, 2009	Top Barriers and Drivers to SMEs Internationalisation	<ol style="list-style-type: none"> 4. ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ขาดข้อมูลทางการตลาดต่างประเทศ ขาดความรู้ในการวิเคราะห์สภาพตลาดต่างประเทศ และในประเทศ ที่จะทำให้ SMEs สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ ซึ่งปัจจุบันนี้ถือเป็นอุปสรรคที่ยังคงเป็นช่องว่างที่ผู้ประกอบการต้องศึกษาเพิ่มเติม เพื่อความท้าทายในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด

ตารางที่ 3.3 (ต่อ) อุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคในการแข่งขัน
Ismail & Karlsson, 2013	Barriers for growth of a SMEs in the Swedish Manufacturing industry	5. การตลาดในอุตสาหกรรมการผลิต กีดกันให้ SMEs ต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการผลิตและการจัดจำหน่าย
Poblete & Grimsholm, 2010	Internal and External factors hampering SME growth-A qualitative case study of SMEs in Thailand	6. ประเทศที่กำลังพัฒนากำลังเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศอื่นๆ อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการค้าที่เพิ่มขึ้น คู่แข่งในตลาดเพิ่มขึ้นจากบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย มีข้อได้เปรียบของความรู้ ในการบริหารจัดการ ที่จะถ่ายโอน องค์ความรู้ กระจายการทำงานไปยังท้องถิ่นทำให้สามารถลดต้นทุนได้ 7. การเปิดเสรีทางการค้าทำให้ผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากมีความยากลำบากในการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ตั้งขึ้นโดยองค์การค้าโลก (WTO) นอกจากนี้ SMEs ไทยยังเผชิญกับคู่แข่ง เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม และ อินโดนีเซีย ที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำ ใช้แรงงานกันอย่างเข้มข้น ธุรกิจมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ด้านราคา โดยใช้แรงงานราคาถูก ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ต้องพยายาม เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อหนีออกจากสภาพการแข่งขันที่รุนแรง 8. อุปสรรคที่ส่งผลต่อการเติบโตของ SMEs คือการปรับตัวในความต้องการอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค
A Madrid-Guijarro, Garcia,D., & Van Auken, H. (2009)	Barriers to innovation among Spanish Manufacturing SMEs	9. ต้นทุนเป็นอุปสรรคกีดขวางทำให้ไม่สามารถเกิดนวัตกรรมขึ้นในองค์กร

ตารางที่ 3. 4 อุปสรรคด้านทักษะในการบริการจัดการของผู้ประกอบการ SMEs

Authors (Year)	Main subject	ทักษะในการบริหารจัดการ
Cooney, 2012	Entrepreneurship Skill for Growth-Orientated Business	<p>1. ปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SMEs ขาดทักษะการบริหารจัดการ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทใหญ่ได้ ทักษะการบริหารจัดการของประกอบการ SMEs ที่จะสามารถฝ่าฝืนอุปสรรค และทำให้องค์กรเติบโตได้จะต้องมีทักษะสำคัญ 3 ส่วนที่ต้องผสมผสานกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Management Skills ผู้จัดการต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานที่มีความจำเป็นแบบวันต่อวัน ■ Technical Skills ผู้จัดการต้องมีทักษะทางด้านเทคโนโลยีเพื่อที่จะได้พัฒนาการผลิตสินค้า และ บริการให้ทันสมัย ให้ทันกับความก้าวหน้าในตลาด ■ Entrepreneurship Skills ผู้จัดการต้องให้ความสำคัญและตระหนักถึงความสำคัญของโอกาสที่เข้ามา และฉวยโอกาสไว้ให้ทันกับเวลา
Ismail & Karlsson, 2013	Barriers for growth of a SME in the Swedish Manufacturing Industry-A case study of a manufacturing company	<p>2. อุปสรรคของ ผู้ประกอบการ SMEs คือมีทักษะของผู้ประกอบการที่มีมุมมองการบริหารแบบเดิมๆ ไม่มีมุมมองทางการตลาดแบบหลายมิติ (Dynamic Market) ที่จะต้องแข่งขันให้ทันกับคู่แข่งในตลาด และต้องมีความต่อเนื่องตลอดเวลา จึงทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ ที่ขาดทักษะการบริหารจัดการบริหารงานล้มเหลว</p>
Pobtete & grimsholm, 2010	Internal and External factors hamping SME growth –A qualitative case study of SMEs in Thailand	<p>3. ผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังคงขาดความรู้ในการบริหารจัดการ ผู้จัดการที่ดีต้องคอยเปรียบเทียบกับองค์กรใหญ่ และต้องคอยติดตามสถานการณ์ให้ทันต่อความต้องการในตลาด ปัจจุบัน ผู้จัดการไทยยังขาดการฝึกอบรมทักษะในการบริหารจัดการ ส่งผลทำให้เลือกใช้เทคโนโลยีที่ไม่ดี ระบบบัญชีไม่เหมาะสม เกิดการลงทุนที่เสี่ยง ผลตอบแทนไม่คุ้ม</p>

ตารางที่ 3. 5 อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการSMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
Edinburgh Group, 2013	Growing the global economy through SMEs	1. อุปสรรคทางการเงินยังคงเป็นปัญหาใหญ่สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังจะปรับตัวให้เป็นสากล หมายถึงต้องใช้เงินทุนสูงเพื่อสนับสนุนกิจกรรมระหว่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนยาก ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการได้คล่องตัว
Pobete & Grimsholm, 2010		2. ประเทศที่กำลังพัฒนา ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขาดบุคคลค้ำประกัน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการไทยหันไปพึ่งแหล่งเงินทุนส่วนบุคคลเพื่อเริ่มต้นธุรกิจ หรือเพื่อขยายกิจการ ไม่สามารถที่จะจัดการกับระบบซับซ้อนของสถาบันการเงินได้
Ismail & Karlsson, 2013		3. ผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ไม่มีเงินทุนเพียงพอในการทำธุรกิจ ทำให้สูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ล้มเหลว เมื่อไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำได้ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มเลือกแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยสูงแทน ส่งผลต่อต้นทุนทุกด้าน มีปัญหาต่อกระแสเงินสด

ตารางที่ 3. 6 อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการSMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคและปัญหาทางด้านเทคโนโลยี
Tarute & Gatautis, 2014	ICT impact on SMEs performance	1. ปัญหาการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการเริ่มใช้เทคโนโลยีในองค์กรโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs การใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆได้ และสามารถเชื่อมโยงใกล้ชิดกับลูกค้าและ คู่ค้า ได้ ทำให้สามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการSMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคและปัญหาทางด้านเทคโนโลยี
Yuwawutto et at., 2011	Increase in effective of TC Development in Thai SMEs with group approach	2. ผู้ประกอบการ SMEs ขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ไม่สามารถต่อยอดไปสู่ความเป็นนวัตกรรมได้ ความสามารถในการถ่ายโอนเทคโนโลยีต่ำ ทำให้เป็นปัญหาในการพัฒนาขีดความสามารถไปสู่สากล
Poblete & Grimsholm,2010	Internal and External factors hampering SME growth-A qualitative case study of SMEs in Thailand	3. มีข้อจำกัดในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs ไทย 4. อุปสรรค จากผู้ใช้งานไม่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ 5. อุปสรรคจากการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 3. 7 อุปสรรคทางด้านโครงสร้างองค์กร และ กลยุทธ์ของผู้ประกอบการSMEs

Authors (Year)	Main subject	อุปสรรคโครงสร้างองค์กร และ กลยุทธ์
Ismail & Karlsson,2013	Barriers for Growth of a SME in the Swedish Manufacturing industry-A case study of the manufacturing company	1. SMEs ส่วนใหญ่ยังคงใช้กลยุทธ์แบบเดิมๆ และไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารใหม่ๆ ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร

ตารางที่ 3. 8 อุปสรรคทางด้านทักษะพนักงานของผู้ประกอบการ SMEs

Authors (Year)	Main subject	ทักษะพนักงาน
Norrozi, Mobarekeh, & Zadeh,2010	The impact of e-commerce on export development in developing countries: A case of small and medium-sized enterprises in Iran and Malaysia	1. ทักษะในการใช้ อีเมล และ เว็บไซต์ ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่มีความชำนาญที่จะช่วยทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งตลาดต่างประเทศได้
Poblete & Grimsholm, 2010	Internal and External factors hampering SME growth-A qualitative case study of SMEs in Thailand	2. ในประเทศที่กำลังพัฒนา ผู้ประกอบการ SMEs ยังคงขาดแรงงานฝีมือที่มีทักษะเฉพาะด้าน เนื่องจากแรงงานพึงพอใจที่จะทำงานกับองค์กรใหญ่มากกว่า ทำกับองค์กรเล็ก ส่งผลต่ออุปสรรคการขาดแคลนแรงงานทักษะในผู้ประกอบการ SMEs

จากตารางที่ 3.3 ถึง ตารางที่ 3.8 แสดงถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ขนาดกลางและ ขนาดใหญ่ ที่มีการศึกษาไว้ในแต่ละประเทศ จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่ได้แสดงรายละเอียดไว้ในตาราง จึงนำมาสู่การออกแบบ แบบสอบถาม ในการวิจัย การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย โดยข้อคำถามได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- **ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- **ส่วนที่ 2** สอบถามถึงสภาพปัญหาที่ส่งผลต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันของธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) โดยแบ่งออกเป็น อุปสรรค 6 ด้าน ซึ่งแยกเป็น:

ปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วย

 - อุปสรรคทางการแข่งขัน (Competition Barriers) โดยมีข้อคำถามย่อย 7 คำถาม
 - อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี (Technology Barriers) โดยมีข้อคำถามย่อย 5 คำถาม
 - อุปสรรคทางด้านบริหารจัดการ (Management Barriers) โดยมีข้อคำถามย่อย 3 คำถาม
 - อุปสรรคทางการสื่อสาร (Communication Barriers) โดยมีข้อคำถามย่อย 3 คำถาม

ปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย

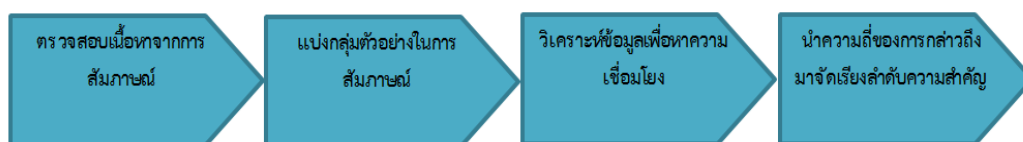
 - อุปสรรคการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to Capital) โดยมีข้อคำถามย่อย 2 คำถาม
 - อุปสรรคจากความผันผวนทางเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic instability) โดยมีข้อคำถามย่อย 3 คำถาม
- **ส่วนที่ 3** สอบถามถึงการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในผู้ประกอบการตัวแทนออกของ SMEs มีแนวโน้มการสร้างโอกาส ที่จะช่วยจัดการกับปัญหาได้อย่างไร โดยแบ่งคำถามออกเป็น 11 คำถาม
- **ส่วนที่ 4** สอบถามถึงปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มธุรกิจ ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ให้ประสบความสำเร็จ และ ต้นแบบการสร้างบริการในกลุ่มนี้ต้องมีลักษณะเป็นอย่างไร โดยแบ่งคำถามหลักเป็น คำถามปลายเปิด 3 คำถาม และเป็นคำถามแบบปลายเปิด Multiple choice จำนวน 1 คำถาม
- **ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 คำถาม

3) รูปแบบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าของกิจการในตัวแทนออกของ SMEs

ในการวิจัยในครั้งนี้ได้ ดำเนินการด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ซึ่งผู้วิจัยได้จัดส่งชุดคำถามวิจัย สำหรับการสัมภาษณ์ให้กับผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนการสัมภาษณ์และได้กำหนดสถานที่สัมภาษณ์ ณ สถานที่ประกอบการของผู้ให้สัมภาษณ์ ตามกำหนดและเวลาที่นัดหมาย โดยในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที และผู้สัมภาษณ์ได้แจ้งรายละเอียดวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ให้แก่ผู้ให้สัมภาษณ์อย่างชัดเจน เพื่อการนำเสนอต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ให้กับผู้ประกอบการตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่มีขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) โดยการสัมภาษณ์แต่ละครั้งจะมีการบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์โดยใช้เทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

4) การวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป NVivo ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

- ตรวจสอบเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ที่ทำการถอดเทปทุกคำพูด ทำความเข้าใจประเด็นต่างๆที่ได้สัมภาษณ์อย่างชัดเจน
- แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ (Cassification) ตามคุณลักษณะต่างของของผู้สัมภาษณ์ ได้แก่ ขนาดของประกอบการ ลักษณะการประกอบการ ตำแหน่ง ประสบการณ์ อายุ เพศ เป็นต้น
- การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความเชื่อมโยงของปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจตัวแทนออกของ ในประเทศไทย และสรุปรูปแบบและนับความถี่ของการกล่าวถึง (Reference Counts) ของผู้ให้สัมภาษณ์
- นำเอาความถี่ของการกล่าวถึง (Refence Counts) ของผู้ประกอบการ มาจัดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพื่อให้ทราบถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในปัจจุบันที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังแสดงในภาพ 3.2



ภาพที่ 3. 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

5) การสรุปผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

โดยการทำการเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมทั้งสรุปรูปแบบต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

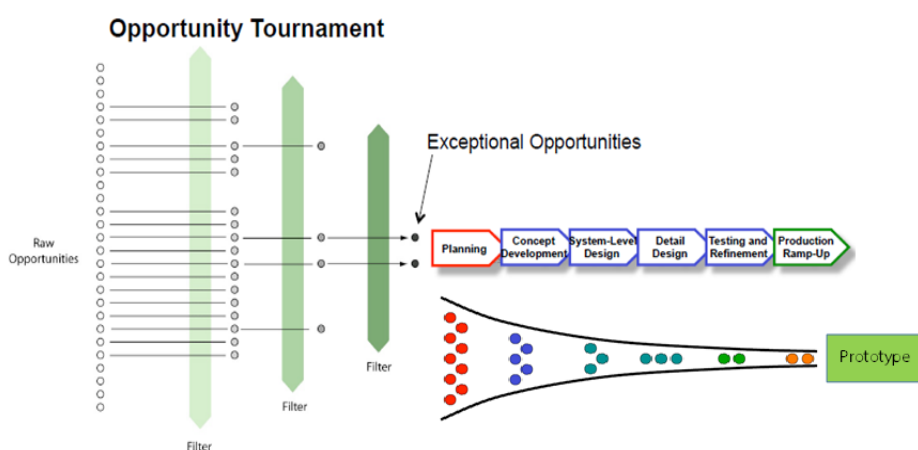
3.3 ระยะเวลาที่ 3 การสร้างโปรแกรมประยุกต์บนเว็บแอปพลิเคชัน

สร้างระบบ เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันในผู้ประกอบการตัวแทนออกของ (SMEs) ในประเทศไทย โดยการนำผลวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากโปรแกรม Nvivo มาออกแบบและพัฒนาการสร้างต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1) กระบวนการพัฒนาโดยใช้แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ (T.Ulrich & Eppinger, 2012)

ซึ่งเป็นแนวคิดที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีความเหมาะสมในการปรับใช้กับการพัฒนาโปรแกรม เว็บแอปพลิเคชัน ในการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ ดังแสดงขั้นตอนในภาพ 3.3. ดังนี้

Opportunities Begin the Product Planning and Product Development Processes



ภาพที่ 3.3 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Ulrich and Eppinger, 2012)

จากรูปภาพ 3.3. แสดงถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้แนวคิดของ Ulrich and Eppinger ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับระยะที่ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย โดยในระยะที่ 1 และ ระยะที่ 2 จะเปรียบเทียบกับใน โมเดลได้ในขั้นตอนของ Opportunity Tournament ส่วนระยะที่ 3 และ ระยะที่ 4 จะเปรียบเทียบกับเป็นกระบวนการที่ทำหลังจาก ได้แนวคิดที่ชัดเจน (Exceptional Opportunities) ซึ่งจะเป็นขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป

2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาการสร้างสรรค์ต้นแบบโดยใช้เทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน ในระยะที่ 3 จะประกอบไปด้วยขั้นตอน ในการออกแบบและพัฒนา 6 ขั้นตอน เริ่มจาก การวางแผน การพัฒนาแนวคิด การออกแบบระบบ การออกแบบรายละเอียด การทดสอบ และ ปรับปรุงระบบ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในสอดคล้องกับลูกค้า ดังแสดงภาพที่ 3.4 ดังนี้



ภาพที่ 3. 4 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Ulrich and Eppinger, 2012)

จากภาพที่ 3.4 แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6 ขั้นตอน ดังมีรายละเอียด ที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

- **ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน** หลังจากที่ได้ไอเดียของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในงานวิจัยนี้ไอเดียของระบบที่จะสามารถนำผู้ประกอบการเข้ามารวมกลุ่มธุรกิจร่วมกัน ขั้นตอนนี้จึงเป็นขั้นตอนในการวางแผนงานกระบวนการในการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นจน ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์
- **ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาแนวคิด** ซึ่งเป็นการกำหนดโครงสร้างและหน้าที่การทำงานของระบบ ค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนา
- **ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบระบบ** เป็นการออกแบบหน้าที่การทำงาน กราฟฟิกต่างๆ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานของระบบ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบโจทย์ในการแก้ปัญหาของธุรกิจตัวแทนออกของ
- **ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบรายละเอียด** เป็นการออกแบบหน้าที่การทำงานในแต่ละส่วนของระบบ เช่น การประมวลผล การค้นหาข้อมูลสำคัญ และการค้นหาตำแหน่งของรถขนส่ง การคำนวณระยะทาง เป็นต้น
- **ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบและปรับปรุงระบบ** ขั้นตอนนี้ จะเป็นการทำหลังจากได้ต้นแบบระบบออกมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องทำการทดสอบ ซึ่งในที่นี้จะทำการทดสอบกับผู้ประกอบการ ทั้งเป็น ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) เพื่อให้ทราบถึง

ความสามารถของระบบ การเขียนคำสั่งคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในระบบเว็บแอปพลิเคชัน การออกแบบระบบ ความถูกต้องของผลลัพธ์ ของระบบเว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center) ซึ่งในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้งานของระบบ รวมทั้งสอบถามความคิดเห็นในการปรับปรุงระบบให้เหมาะสมมากขึ้น รวมถึง ข้อเสนอแนะต่างๆ จากผู้ทดสอบ เพื่อนำมาปรับปรุงระบบให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานให้มากขึ้น

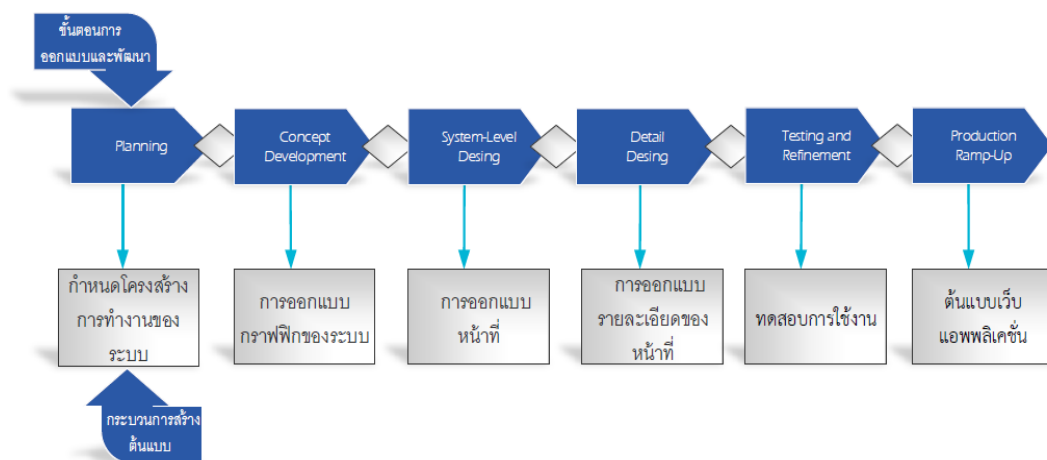
▪ **ขั้นตอนที่ 6 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในสอดคล้องกับลูกค้า** เป็นขั้นตอนที่ต้องนำข้อเสนอแนะ จากการทดสอบการใช้ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

3) การสร้างโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เว็บแอปพลิเคชัน

การสร้างต้นแบบระบบเว็บแอปพลิเคชัน พัฒนาขึ้นจากวิศวกรรมซอฟต์แวร์ด้านโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web Application) ที่สามารถเข้าถึงโปรแกรมคันดูเว็บผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต หรือ อินทราเน็ต ด้วยการใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ โดยอาศัยโปรโตคอล http(s) ทำให้สามารถติดต่อกันได้ระหว่าง Client และ Server ภาษาโปรแกรมที่สนับสนุนการเขียนเว็บเพจนี้ได้แก่ PHP, ASP.NET, Python, ruby เป็นต้น โดยใช้ระบบฐานข้อมูล MySQL และเซิร์ฟเวอร์ โดยมีกระบวนการสร้างต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน ดังนี้

- กำหนดโครงสร้างการทำงานของระบบ
- การออกแบบกราฟฟิกของระบบ
- การออกแบบหน้าที่การทำงานในแต่ละส่วนงาน
- ทดสอบการใช้งาน และ ปรับปรุงระบบ
- ต้นแบบเว็บแอปพลิเคชัน

โดยขั้นตอนในการพัฒนาการสร้างต้นแบบนี้ สามารถนำมาเปรียบเทียบกับ ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของ Ulrich and Eppinger ได้ดังรูปภาพ ที่ 3.5 ดังนี้



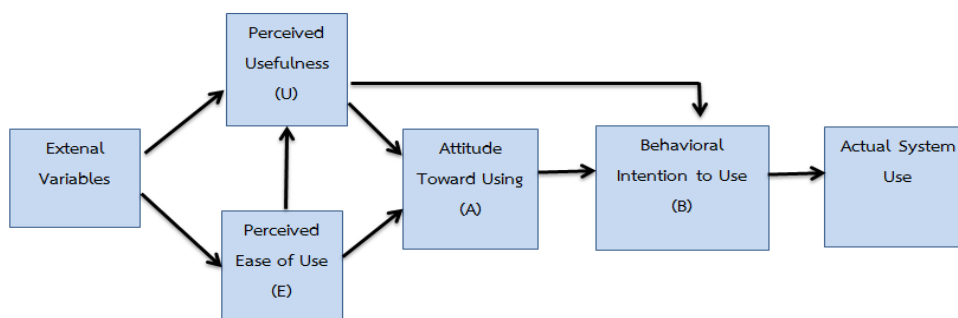
ภาพที่ 3. 5 ขั้นตอนการพัฒนาต้นแบบระบบเว็บแอปพลิเคชัน เมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Ulrich and Eppinger) 2012)

3.4 ระยะที่ 4 การทดลองใช้ระบบเพื่อศึกษาการยอมรับในมุมมองของผู้ประกอบการ ตัวแทนออกของขนาด SMEs ในประเทศไทย

ในขั้นตอนการทดสอบการใช้งานของเว็บแอปพลิเคชัน ในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยจะเป็นทดสอบการใช้งาน ความถูกต้องของผลลัพธ์ในการใช้งาน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทดสอบซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการทดสอบการใช้งาน ของโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชัน รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นในการปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุงโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น โดยใช้แนวคิด Technology Acceptance Model: TAM ที่พัฒนาขึ้นโดย Davis ในปี 1989 ซึ่งคำถามในแบบสอบถามเน้นการสอบถามตามหลักเกณฑ์องค์ประกอบตามทฤษฎี 2 ประการ ซึ่งประกอบด้วย

- การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use)

ดังแสดงในรูปภาพที่ 3.6 ดังนี้



ภาพที่ 3. 6 แนวคิด Technology Acceptance Model (Davis, 1989)

กลุ่มตัวอย่างในการทดสอบการยอมรับโปรแกรมการประเมินระบบเว็บแอปพลิเคชัน ทั้งหมด 20 คน ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการ (Customer) จำนวน 10 คน และ ผู้ให้บริการ (Vender) จำนวน 10 คน โดยในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (Customer) จะแบ่งผู้ทำการทดสอบที่เป็นเจ้าของกิจการ และ ผู้บริหารระดับ จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติการ จำนวน 5 ราย ที่ให้บริการในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีขนาดประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และในส่วนของ ผู้ให้บริการ (Vender) จะแบ่งผู้ทำการทดสอบ ที่เป็นเจ้าของกิจการ และ ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติการ จำนวน 5 โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม เพื่อทดสอบการยอมรับโปรแกรมในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน

- ส่วนแรก เป็นส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่สอง เป็นส่วนสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้งานของระบบ Business sharing truck center (BSTC) โดยแบ่งออกเป็นคำถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี Technology Acceptance Model (Tam model) โดยคำถามในแต่ละส่วนเป็นการให้คะแนนวัดแบบอันดับ (Rating Scale) ตั้งแต่คะแนน 1-5 โดยกำหนดความพึงพอใจในแต่ละระดับคะแนนดังนี้
 - คะแนน 1 ควรปรับปรุง
 - คะแนน 2 พอใช้
 - คะแนน 3 ปานกลาง
 - คะแนน 4 ดี
 - คะแนน 5 ดีมาก

3.5 การพัฒนาระบบ BSTC ในเชิงพาณิชย์

การวิเคราะห์กลยุทธ์ธุรกิจในเชิงพาณิชย์ ด้วยหลักการวิเคราะห์แบบ Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่ต้องการเริ่มธุรกิจใหม่มองเห็นภาพ (Visualizing) ได้อย่างครบถ้วนแง่มุมของธุรกิจ สามารถช่วยกำหนดกลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จ และเลือกรูปแบบธุรกิจ (Business model) ที่มีเหมาะสมและมีประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ โดย Business model canvas แบ่งโครงสร้างในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ออกเป็น 9 กล้อง ที่มีความเกี่ยวข้องและต่อเนื่องกัน สามารถทำให้สามารถมองเห็นภาพธุรกิจได้อย่างครบถ้วน ซึ่งประกอบไปด้วย

- กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญในการทำแผนธุรกิจ ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายนี้ต้องเป็นกลุ่มที่ทำให้เงินให้กับธุรกิจ การระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถระบุได้จาก ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม หรือคุณลักษณะอื่นๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

- คุณค่าของสินค้า/บริการ (Value Proposition) ต้องระบุว่าสินค้าหรือบริการของธุรกิจจะสร้างคุณค่าอย่างไรต่อลูกค้า ทั้งนี้คุณค่าดังกล่าว อาจหมายถึง นวัตกรรมหรือการนำเสนอสิ่งใหม่หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษ ที่เพิ่มคุณค่ามากขึ้นกว่าเดิม หรือเพิ่มความแปลกใหม่ต่อลูกค้า หรือการออกแบบสินค้าหรือบริการ ได้ตามความต้องการเฉพาะลูกค้าในแต่ละราย ภาพลักษณ์ของตราสินค้า กลยุทธ์ทางด้านราคา การลดต้นทุน การลดความเสี่ยง ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการ หรือง่ายต่อการใช้งาน เป็นต้น

- ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Channels) เป็นช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางในการจัดจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด ของสินค้าและบริการ ให้สามารถสื่อสารและติดต่อกับลูกค้า ได้ง่าย ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เช่นการสร้างความรู้ในสินค้าและบริการของบริษัท การเปิดให้ลูกค้าสามารถประเมินคุณค่าของสินค้าและบริการของบริษัทได้ การเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถระบุความต้องการที่เฉพาะเจาะจง ช่องทางที่บริษัทสามารถถ่ายทอดคุณค่าของสินค้าและบริการ และช่องทางที่สามารถให้บริการหลังการขายให้กับลูกค้า ดังนั้นการเลือกรูปแบบช่องทางเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายและเป็นประโยชน์มากต่อธุรกิจ

- ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ธุรกิจจะต้องกำหนดความสัมพันธ์ภาพที่ต้องการมีกับลูกค้าให้ชัดเจน ซึ่งอาจจะมีระดับที่แตกต่างกัน เช่น การใช้เครื่องตอบรับอัตโนมัติ หรือเครื่องทำงานโดยอัตโนมัติ ไปจนถึงใช้บุคลากรที่มีความละเอียดอ่อนและให้

ความสำคัญกับลูกค้า ระดับความสำคัญมีหลายแบบ เช่น การใช้เครื่องทำงานอัตโนมัติ การบริการตนเอง การให้บริการโดยบุคลากร การบริการแบบเลขาส่วนตัว เป็นต้น

- กระแสรายได้ (Revenue Streams) เงินสดที่ธุรกิจได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้วในแผนธุรกิจ รายได้คือสิ่งสำคัญที่จะสามารถทำให้ธุรกิจเดินหน้าต่อไปได้ ดังนั้นการขายสินค้า หรือบริการจะต้องคำนึงถึง คุณค่าอะไรที่จะทำให้ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงิน ค่าตอบที่ถูกต้องจะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดึงเงินจากลูกค้า กระแสรายได้นั้นอาจจะเป็นการที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการของเราเพียงครั้งเดียว หรือซื้อซ้ำ หรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หรือการให้บริการหลังการขาย

- ทรัพยากรหลัก (Key Resources) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในการทำแผนธุรกิจให้สัมฤทธิ์ผล ทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์ เครื่องจักร ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพย์สินทางปัญญา และ ทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

- กิจกรรมหลัก (Key Activities) เป็นกิจกรรมหลักที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เช่น การผลิต การให้บริการ สินค้าและบริการที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า การสร้างเครือข่าย เป็นต้น

- พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างมาก ทำให้สามารถสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกันในธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรทางธุรกิจ รูปแบบของหุ้นส่วนทางธุรกิจ ได้แก่ พันธมิตรทางธุรกิจ การร่วมหุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ พันธมิตรแบบคู่ค้า ระหว่าง buyer – supplier เป็นต้น

- โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) หมายถึงต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานทางธุรกิจ เช่น ต้นทุนการสร้างคุณค่าของสินค้าและ บริการ ต้นทุนในการรักษาลูกค้า ต้นทุนทรัพยากรอื่นๆ

โมเดลการวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Business model canvas ดังแสดงในรูปภาพที่ 3.7 ดังนี้



ภาพที่ 3. 7 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Business model canvas

ที่มา: สำนักประสานงานต่างประเทศ

3.6 สรุปภาพรวมวิธีการดำเนินงาน

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มธุรกิจในรูปแบบต่างๆทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ ได้กรอบแนวคิดตัวแบบการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในตัวแทนออกของในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย จากนั้นทำการสำรวจสภาพปัญหาในตัวแทนออกของในปัจจุบัน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันได้ และโอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจเข้าด้วยกัน ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) โดยการเอาผลการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประมวลผลด้วยวิธีการถอดเทปและวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Nvivo และนำผลมาพัฒนาโปรแกรมเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของ (SMEs) ในประเทศไทย โดยใช้หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Ulrich and Eppinger และทำการทดสอบการยอมรับจากผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย ในตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย และ นำผลการทดสอบมาแก้ไขและปรับปรุง ให้เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้ จากนั้น ทำการพัฒนาาระบบ

เว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center) ในเชิงพาณิชย์ โดยใช้หลักการการวิเคราะห์
ธุรกิจ Business model canvas ของ (Osterwalder & Pigneur, 2010) เพื่อนำให้สามารถนำออก
สู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในบทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย จากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยได้แบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนตามประเด็นคำถามวิจัย และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 1.3.1, 1.3.2 และ 1.3.3. ดังนี้

- 4.1 คุณลักษณะทั่วไปและข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 สภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของธุรกิจตัวแทน ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
- 4.3 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน
- 4.4 โอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพในผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs)
- 4.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้การรวมกลุ่มในแนวเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ประสบความสำเร็จ

4.1 คุณลักษณะทั่วไปและข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการตัวแทนการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในผู้ประกอบการที่ได้จากการสอบถามผู้สัมภาษณ์ก่อนหน้านั้นและให้การแนะนำบุคคลที่ควรติดต่อขอสัมภาษณ์ท่านต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชี่ยวชาญในงาน และเจ้าของกิจการ ที่มีการให้บริการทางด้าน พิจารณาศุลกากร รถขนส่งสินค้า โกดังสินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ โดยแบ่งเป็น ผู้ประกอบการขนาดกลาง 5 ราย และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม 10 ราย ที่เป็นสมาชิกของ สมาคมตัวแทนออกของรับอนุญาตไทย (Thai Authorized Brokers Association) สมาคมบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarders Association) สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย

(The Customs Broker and Transportation Association of Thailand) จากข้อมูลของแบบสอบถามสามารถอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลโดยแบ่งออกเป็น

4.1.1. ลักษณะการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีขนาดประกอบการขนาดกลางและย่อม (SMEs) ในประเทศไทย มีลักษณะการให้บริการ ดังมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.1.

ตารางที่ 4. 1 ลักษณะการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ในตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

ลำดับ	ขนาด	ธุรกิจให้บริการหลัก	ธุรกิจเสริม					
			พิธีการศุลกากร	รถขนส่งภายในประเทศ	คลังสินค้า	รถขนส่งข้ามแดน	ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทางเรือ และ ทางอากาศ	บรรจุหีบห่อ
1	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	ไม่มี	บริการหลัก	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
2	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	มี	มี	มี	บริการหลัก	ไม่มี	มี
3	กลาง	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
4	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	มี	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี
5	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	มี	บริการหลัก	มี	มี	ไม่มี	มี
6	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	มี	มี	มี	มี	บริการหลัก	มี
7	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	มี	มี	มี	มี	บริการหลัก	มี
8	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
9	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
10	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
11	ย่อม	บริการขนส่งสินค้า	มี	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี
12	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
13	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
14	ย่อม	พิธีการศุลกากร	บริการหลัก	มี	มี	มี	มี	มี
15	ย่อม	บริการรถขนส่งสินค้า	ไม่มี	บริการหลัก	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

จากตารางที่ 4.1. แสดงถึงการให้บริการธุรกิจหลัก และการให้บริการธุรกิจเสริม ในผู้ประกอบการตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย จำนวน 15 ราย โดยมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ที่เป็นผู้ให้บริการหลักเนื่องจากเป็นความชำนาญในด้านนั้นๆ ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ให้บริการทาง ด้านบริการรถขนส่งสินค้า (Transportation) จำนวน 6 ราย ด้านพิธีการศุลกากร (Customs clearance) จำนวน 7 ราย และด้านการให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) จำนวน 2 ราย จะเห็นได้ว่าแม้ผู้ประกอบการจะจดทะเบียนธุรกิจให้บริการหลักที่ถนัดไว้ แต่ยังคงมีการให้บริการเสริม เช่น คลังสินค้า บรรจุหีบห่อ รถ

ขนส่งสินค้าข้ามแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียนหลักไว้เป็นการให้บริการขนส่ง แต่ให้บริการทางด้านรถขนส่งสินค้าทุกราย เนื่องจากเป็นงานบริการต่อเนื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปถึงจุดหมายปลายทาง

4.1.2. ลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบการ

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีขนาดประกอบการขนาดกลางและย่อม (SMEs) ในประเทศไทย มีลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบการ โดยมีหลักเกณฑ์ในการคิดขนาดผู้ประกอบการอ้างอิงจากสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีสินทรัพย์ถาวร เช่นอาคาร ที่ดิน ที่มีมูลค่า ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจ การผลิต ขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 50-200 ล้านบาท ขนาดใหญ่ มีสินทรัพย์ถาวร เกิน 200 ล้านบาท
- กลุ่มบริการ ขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 50-200 ล้านบาท ขนาดใหญ่ มีสินทรัพย์ถาวร เกิน 200 ล้านบาท
- กลุ่มค้าส่ง ขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 50-100 ล้านบาท ขนาดใหญ่มีสินทรัพย์ถาวร เกิน 100 ล้านบาท
- กลุ่มค้าปลีก ขนาดเล็กมีสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 30 ล้านบาท ขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 30-60 ล้านบาท ขนาดใหญ่มีสินทรัพย์ถาวร เกิน 60 ล้านบาท

ลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบการ ดังรายละเอียดตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4. 2 ลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบกิจการ

ลักษณะเงินทุนจดทะเบียนประกอบกิจการ

ลำดับ	ขนาด	ธุรกิจให้บริการหลัก	ทุนจดทะเบียน	สัญชาติ	
				ไทย (%)	ต่างชาติ (%)
1	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	2,000,000.00	100	
2	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	20,000,000.00	91.75	8.25
3	กลาง	พิธีการศุลกากร	25,000,000.00	51	49
4	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	10,000,000.00	51	49
5	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	75,000,000.00	100	
6	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	25,000,000.00	92.5	7.5
7	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	5,000,000.00	100	
8	ย่อม	พิธีการศุลกากร	107,500,000.00	0.23	99.98
9	ย่อม	พิธีการศุลกากร	1,000,000.00	100	
10	ย่อม	พิธีการศุลกากร	1,000,000.00	100	
11	ย่อม	บริการขนส่งสินค้า	3,000,000.00	100	
12	ย่อม	พิธีการศุลกากร	101,000.00	100	
13	ย่อม	พิธีการศุลกากร	13,000,000.00	100	
14	ย่อม	พิธีการศุลกากร	1,000,000.00	100	
15	ย่อม	บริการรถขนส่งสินค้า	1,000,000.00	100	

จากตารางที่ 4.2. แสดงถึงการจดทะเบียนประกอบกิจการของกลุ่มตัวอย่าง ในตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนประกอบกิจการ ตั้งแต่ 1-20 ล้าน จำนวน 10 ราย เงินทุนจดทะเบียน 21-40 ล้าน จำนวน 3 ราย เงินทุนจดทะเบียน ตั้งแต่ 61-80 ล้าน จำนวน 1 ราย และ เงินทุนจดทะเบียน ตั้งแต่ 81 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 1 ราย นอกจากนี้เมื่อดูรายละเอียดของจำนวนสัดส่วนผู้ถือหุ้น พบว่า ในจำนวนกลุ่มผู้ประกอบการ 15 ราย มีจำนวนสัดส่วนการร่วมทุนกับต่างชาติ มีเพียง 5 รายเท่านั้น อีก 10 ราย มีสัดส่วนการลงทุนสัญชาติไทยทั้งหมด

4.1.3. ประสบการณ์ในอาชีพของกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีขนาดประกอบกิจการขนาดกลางและย่อม (SMEs) ในประเทศไทย มีประสบการณ์ในอาชีพและมีความชำนาญในงานให้บริการ ดังมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4. 3 ประสบการณ์ในอาชีพของกลุ่มผู้ประกอบการ

ประสบการณ์ในอาชีพของกลุ่มผู้ประกอบการ

ลำดับ	ขนาด	ธุรกิจให้บริการหลัก	ปีที่จดทะเบียน	ประสบการณ์
1	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	2543	16
2	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	2542	17
3	กลาง	พิธีการศุลกากร	2530	29
4	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	2535	24
5	กลาง	บริการรถขนส่งสินค้า	2534	25
6	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	2534	25
7	ย่อม	บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	2537	22
8	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2524	35
9	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2534	25
10	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2546	13
11	ย่อม	บริการขนส่งสินค้า	2549	10
12	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2548	11
13	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2553	6
14	ย่อม	พิธีการศุลกากร	2540	19
15	ย่อม	บริการรถขนส่งสินค้า	2538	21

จากตารางที่ 4.3. แสดงถึงความชำนาญในงานที่ทำของกลุ่มผู้ประกอบการนับจากวันที่ทำการจดทะเบียนกับกรมธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในอาชีพ ตั้งแต่ 1-10 ปี มีจำนวน 2 ราย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในอาชีพ ตั้งแต่ 11-15 ปี มีจำนวน 2 ราย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในอาชีพ ตั้งแต่ 16-20 ปี มีจำนวน 3 ราย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในอาชีพ ตั้งแต่ 21-25 ปี มีจำนวน 6 ราย และสุดท้าย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในอาชีพ ตั้งแต่ 26-30 ปี มีจำนวน 2 ราย

4.2 สภาพปัญหาที่ส่งผลต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันของธุรกิจ ตัวแทน SMEs ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่าง พบประเด็นสภาพปัญหาต่างๆในธุรกิจตัวแทนออกของไทยในปัจจุบันที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และประเด็น

ปัจจัยอุปสรรคต่างๆ ที่ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่สามารถแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1.5.1 ที่ศึกษาสภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ของธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยเป็นอย่างไรในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการขนาดกลางจำนวน 5 ราย และ รายย่อยจำนวน 10 ราย ที่เป็นผู้ประกอบการตัวแทนออกของในประเทศไทย พบว่า ได้มีการกล่าวถึงสภาพปัญหาปัจจุบันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยแบ่งสภาพปัญหาออกเป็น 10 ด้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4. 4 สภาพปัญหาในปัจจุบันของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

ลำดับความสำคัญ	สภาพปัญหาปัจจุบัน	Entrepreneurs (n=15)		Reference Counts		
		Medium size	Small size	Medium size	Small size	
1	การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ	5	8	185	326	551
2	ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4	10	133	368	501
2	การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ	4	10	141	360	501
3	แรงกดดันราคาจากลูกค้า และ คู่แข่งขัน	4	9	123	330	453
3	ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์	5	8	176	277	453
4	อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ	3	7	105	336	441
5	สภาพคล่อง	2	6	53	142	195
6	สถานที่ตั้งประกอบการ	1	5	20	82	102
7	การลงทุนในเทคโนโลยี	3	2	61	37	98
8	การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	0	2	0	47	47

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงสภาพปัญหาปัจจุบัน 10 ด้าน ที่ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง (Reference counts) ดังมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

- 1) การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ
- 2) ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ
- 4) แรงกดดันราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง
- 5) ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์
- 6) อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ
- 7) สภาพคล่อง
- 8) สถานที่ตั้งประกอบการ
- 9) การลงทุนในเทคโนโลยี

10) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ซึ่งในผลวิเคราะห์ สามารถจัดเรียงลำดับของสภาพปัญหาที่ผู้ประกอบการกล่าวถึง โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 551 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 185 ครั้ง และผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 8 กล่าวถึงจำนวน 326 ครั้ง ส่วนที่เหลือผู้ประกอบการอีกจำนวน 2 รายไม่ได้กล่าวถึงปัญหานี้ ดังอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพโดยที่มีผู้ประกอบการรายกลาง กล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ทั้งหมด 5 ราย และ ผู้ประกอบการรายย่อม กล่าวถึง 8 ราย โดยผู้ประกอบการให้ความเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรคือ รถบรรทุกสินค้า ที่ตนเองมีอยู่ และไม่สามารถหาลูกค้ามาใช้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยกล่าว ดังนี้

“รถขนส่งสินค้าเป็นอะไรที่ใช้อย่างไม่เต็มศักยภาพ ปัจจุบันงานจะล้นมือในวัน พุธ พฤหัส ศุกร์ แต่วันจันทร์ และ อังคารงานจะน้อย รถก็จอดว่างเฉยๆ คนขับรถก็ไม่มีการทำงาน บางทีรถวิ่งไปส่งสินค้า ขากลับก็วิ่งเปล่าหางานไม่ได้ ก็ต้องยอม”

ส่วนอีก 2 รายไม่ได้กล่าวถึง เนื่องจาก หนึ่งรายเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจเฉพาะ การขายค่าระวางขนส่งทางเรือ (Sea freight) เพียงอย่างเดียว และอีกหนึ่งรายเป็นธุรกิจแบบครอบครัว ซึ่งให้บริการทางด้านพิธีการศุลกากรเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีรถขนส่งสินค้า เป็นของตัวเอง จึงไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้

ลำดับที่สอง มีการกล่าวถึงสภาพปัญหา 2 ด้าน ดังนี้

▪ ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 501 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 4 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 133 ครั้ง และผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 กล่าวถึงจำนวน 368 ครั้ง โดยกล่าวดังนี้

“ มีปัญหาหลายๆเรื่องต้นทุน ต้นทุนนี้เยอะมากจริงๆ เช่น ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน เพราะการให้บริการที่ดีเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เราต้องลงทุนจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและให้อยู่กับองค์กรนานๆ เงินเดือน และ โบนัส ก็ต้องขึ้นทุกปี ต้นทุนด้านรถขนส่งเป็นอะไรที่คอนโทรลค่อนข้างยาก แม้น้ำมันจะลงแล้วก็ตาม แต่ค่าอะไหล่รถยนต์ เช่น

ยางรถยนต์ หรือแม้แต่ค่าน้ำมันเครื่อง ค่าบำรุงรักษา มีการปรับราคาสูงขึ้นต่อเนื่อง บางครั้ง ลูกค้านอกกว่าน้ำมันลง ทำให้ราคาค่ารถไม่ลงตาม ต้องชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจถึงเรื่องต้นทุน บางทีลูกค้าเข้าใจก็ยอมจ่าย บางที่ไม่เข้าใจ ก็ต้องยอมลดราคา”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการกล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ โดยผู้ประกอบการขนาดกลาง 4 ราย ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับต้นทุนที่สูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นต้นทุนทางด้านรถขนส่งสินค้า แม้ค่าน้ำมันรถจะลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าน้ำมันเครื่อง ค่ายางอะไหล่ ค่าเงินเดือนพนักงาน และอื่นๆ ที่เป็นต้นทุนยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนอีก 1 รายเป็นผู้ให้บริการทางด้านรถขนส่งสินค้า โดยเน้นการเป็นตัวกลางจัดการรถขนส่งสินค้า โดยไม่ได้มีรถขนส่งสินค้าเป็นของตนเองมากนัก ดังนั้นแม้จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นก็เป็นความรับผิดชอบของเจ้าของรถสินค้าจริง ตัวกลางไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบ

■ การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 501 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 4 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 141 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 1 รายไม่ได้กล่าวถึง และผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 กล่าวถึงจำนวน 360 ครั้ง โด

“พนักงานที่ทำงานกับเราส่วนใหญ่อยู่กันมานานเกินกว่า 10 ปี ก็มีอายุกันแล้ว เวลาจะเอาเครื่องหรือระบบอะไรมาใช้ ถูกแอนตี้จากพนักงาน เพราะชินกับระบบเดิมๆ ไม่อยากเปลี่ยนวิธีการทำงาน ส่วนใหญ่ถ้าแก่เกินที่จะเรียนรู้เราต้องปล่อย แล้วงานที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีให้ทำแทน”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ โดยมีผู้ประกอบการรายกลางพูดถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ 4 ราย โดยกล่าวว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่ทำงานกันมานาน มีอายุงานมาก แต่ไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี และไม่พร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ไม่ชอบความยุ่งยาก และอีก 1 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้ เนื่องจากองค์กรเน้นรับพนักงานที่มีอายุน้อย และมีพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดย่อม ทั้งหมด 10 ราย กล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้เช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายกลางที่มีพนักงานมีอายุและทำงานกันมานาน และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

ลำดับที่สาม มีการกล่าวถึงสภาพปัญหา 2 ด้าน ดังนี้

▪ แรกกดดันราคาจากลูกค้าและ คู่แข่งขัน

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 453 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 4 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 123 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 1 รายไม่ได้กล่าวถึง และผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 9 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 330 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 1 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ โดยกล่าวไว้ดังนี้

“ตอนนี้คู่แข่งในตลาดมีเยอะ ทั้งขนาดเดียวกัน ใหญ่กว่า และ ต่างชาติ บริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้นมาเยอะลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น เสนอราคาก็ยากขึ้น ลูกค้าจะเอาราคาของคู่แข่ง มากกดดันให้เราต้องทำให้ได้ราคาคู่แข่งจึงจะสามารถให้งานได้ บางทีไม่ใช่แต่เรื่องราคาเอาเรื่องบริการมากกดดัน คู่แข่งให้บริการได้เราก็ต้องทำได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการรายกลาง 4 ราย และ รายย่อม 9 ราย ได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญเหมือนกันว่า แรกกดดันทางด้านราคา มาจากคู่แข่งที่ใหญ่กว่า และ คู่แข่งต่างชาติ ที่มีเงินทุนมากกว่า เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า มีเครือข่ายที่ครอบคลุมมากกว่า จับมือเป็นพันธมิตรกันแบ่งปันต้นทุนด้วยกัน ส่งผลทำให้บริการได้ในราคาที่ถูกลงกว่า ในขณะที่ผู้ประกอบการรายกลาง 1 ราย ไม่ได้รับแรงกดดันกับปัญหานี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจให้บริการด้านโกดังสินค้า ซึ่งการสร้างโกดังสินค้าให้เช่าซึ่งโดยส่วนใหญ่ จะมีปริมาณความต้องการเข้ามาก่อน จึงจะทำการสร้าง และมีการตกลงเซ็นสัญญากันในระยะยาว ดังนั้นราคาจะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน ส่วนผู้ประกอบการรายย่อม และผู้ประกอบการรายย่อมอีก 1 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้เนื่องจากไม่เน้นการแข่งขัน และไม่เน้นการหาลูกค้ารายใหม่ ยึดการให้บริการกับลูกค้ารายเดิม และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง ลูกค้า เข้าใจและยังคงใช้บริการกันต่อเนื่อง

▪ การขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 453 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 176 ครั้ง และผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 8 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 277 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 2 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ ซึ่งประเด็นที่กล่าวดังนี้

“เด็กสมัยนี้ความอดทนต่ำ เข้างานมาง่ายก็ออกง่าย ที่ไหนให้อัตราเงินเดือนสูงกว่า ก็ไปแล้ว ที่จับมาใหม่ๆ ก็รู้แต่ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติก็ยังไม่ค่อยรู้ พนักงานเก่งๆ ก็ไปอยู่

บริษัทใหญ่ๆกันหมด เพราะในความรู้สึกพวกเขา ดูมันคง ดูโก้ ไม่อยากทำงานกับบริษัทเล็กๆ
อย่างเรา”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การกล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ ว่าแม้ภาครัฐและมหาวิทยาลัยจะเร่งผลิตบุคลากรเพื่อป้อนเข้ามาในธุรกิจนี้ก็ตาม แต่ส่วนใหญ่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ จึงทำให้พนักงานที่ป้อนเข้ามายังคงมีความรู้ความสามารถทางด้านโลจิสติกส์ไม่เพียงพอ ส่วนผู้ประกอบการรายย่อย 2 รายที่ไม่กล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ เนื่องจากผู้ประกอบการแบบครอบครัว อาศัยความชำนาญสืบเนื่องกันมารุ่นต่อรุ่น ใช้ความชำนาญกันภายในครอบครัว จึงไม่มีความจำเป็นต้องจ้างพนักงานทางด้านนี้

ลำดับที่สี่ อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 441 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 3 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 105 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 2 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อมจำนวน 7 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 336 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 3 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ โดยกล่าวว่า

“อำนาจต่อรองกับลูกค้าไม่มีเลย ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น ซึ่งบริษัทที่เกิดขึ้นมาใหม่ๆ ส่วนใหญ่ก็สู้กันด้านราคา และการบริการ รวมถึงเครือข่าย ถ้าเรามี 3 ยังพอมืออะไรต่อรองกับลูกค้าได้บ้าง”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ ได้กล่าวถึงคู่แข่งในตลาดเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาการให้บริการให้หลากหลายในราคาที่ถูกลง และสามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่า ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมาก ส่งผลทำให้มีอำนาจต่อรองมากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการรายกลาง 2 รายและรายย่อย อีก 3 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้ เนื่องจาก ยังคงเป็นการให้บริการเฉพาะด้านที่ยังคงมีผู้ให้บริการน้อยในตลาด เช่น การเดินพิธีการนำเข้า และ ส่งออก สินค้าเฉพาะเช่น ข้าว ม้า เป็นต้น จึงยังคงมีอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าอยู่สูง

ลำดับที่ห้า สภาพคล่อง

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 195 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 2 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 53 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 3 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 6 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 142 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 4 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ โดยได้กล่าวดังนี้

“ปัญหาสภาพคล่องส่วนใหญ่มาจากการสำรองเงิน จ่ายค่าภาษีอากรให้กับลูกค้า ซึ่งกว่าจะได้รับคืนจากลูกค้า ใช้ระยะเวลา 15 -30 เดือน ทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องภายในบริษัท แต่ก็ไม่ยากกู้ธนาคารเพราะเบื่อเรื่องเอกสารมากมาย”

ดังจะสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงประเด็นความสำคัญนี้ เนื่องจาก การให้บริการตัวแทนออกของ โดยเฉพาะทางด้านพิธีการศุลกากรนำเข้า จะต้องสำรองเงินค่าภาษีอากรนำเข้าไปก่อน แล้วจึงจะได้รับเงินคืนจากผู้นำเข้า ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับเงินคืนช้ามาก ส่งผลทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องขึ้นในผู้ประกอบการ ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลาง 3 ราย และ ขนาดย่อม 4 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้เนื่องจากไม่ได้เน้นเรื่องการสำรองเงินให้กับลูกค้า

ลำดับที่หก สถานที่ตั้งประกอบการ

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 102 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 1 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 20 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 4 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 5 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 102 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 5 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ โดยกล่าวไว้ดังนี้

“สถานที่ตั้งบริษัท ไม่ใช่ประเด็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากสามารถ ส่งเอกสารไปให้ลูกค้าโดย สแกนเมลล์ รวดเร็ว แต่ก็ต้องมีต้นทุนเพิ่มขึ้น”

ดังจะสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงประเด็นความสำคัญนี้ เนื่องจากการที่สถานประกอบการที่ตั้งห่างจากลูกค้า ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปพบ หรือจัดส่งเอกสารให้กับลูกค้า ซึ่งถือเป็นต้นทุนการดำเนินงานอย่างหนึ่งเช่นกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลาง 4 ราย และ ย่อม 5 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นความสำคัญของปัญหานี้ เนื่องจากแม้ที่ตั้งสถานประกอบการจะอยู่ไกลจากลูกค้า ก็ยังคงสามารถต่อรองกับลูกค้าในการจัดส่งเอกสาร โดยอาจจะใช้วิธีส่งทางไปรษณีย์ หรือรวบรวมส่งเดือนละครั้ง จึงไม่ใช่ประเด็นปัญหาแต่อย่างใด

ลำดับที่เจ็ด การลงทุนในเทคโนโลยี

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหาทั้งหมด 98 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 3 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 61 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 2 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 2 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 37 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการอีก 8 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ โดยกล่าวไว้ดังนี้

“เงินทุนไม่ใช่ปัญหา แต่การลงทุนต้องดูความคุ้มค่าของผลตอบแทนกลับมาก ถ้าหากมีเทคโนโลยีที่จะเข้ามาสามารถช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ก็พร้อมลงทุน”

ดังจะสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงต้นปัญหานี้ว่า ระบบเทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ต้องพิจารณาความคุ้มค่าของการลงทุน ดังนั้นการตัดสินใจจะเป็นเพียงแค่อ้อยๆ อนุมัติทำที่ละส่วน ไม่ทำในครั้งเดียว ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลาง 2 ราย และ ขนาดย่อม 8 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการและมีเงินทุนพร้อมที่จะลงทุนทางด้านเทคโนโลยี หากสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ปัญหาในการทำงานให้เพิ่มประสิทธิภาพได้ดีขึ้น ลำดับที่แปด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีเพียงผู้ประกอบการขนาดย่อม เพียง 2 ราย ที่ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหานี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจแบบครอบครัว ขนาดเล็ก มีคนทำงานกันเพียงแค่ 2-3 คนเท่านั้น เริ่มจากเงินลงทุนไม่มาก ดังนั้นยังไม่ได้สร้างเครดิตที่ดีพอที่จะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางทั้ง 5 รายและขนาดย่อม 8 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญของปัญหานี้ เนื่องจากมีเงินทุนพร้อมที่จะลงทุน ไม่มีความจำเป็นจะต้องพึ่งเงินกู้จากธนาคาร

ลำดับที่แปด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงสภาพปัญหานี้ทั้งหมด 47 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ แต่ผู้ประกอบการรายย่อม จำนวน 2 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 47 ครั้ง ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยอีก 8 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสภาพปัญหานี้ โดยกล่าวไว้ดังนี้

“การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ที่ทางหน่วยงานของรัฐสนับสนุน มีเอกสารต้องทำมากมาย และมีระบบการพิจารณาหลายขั้นตอน ยุ่งยากและเสียเวลา บางครั้งเตรียมเอกสารไป

มากมายเจ้าหน้าที่ธนาคารก็ไม่ใช่ประกอบการพิจารณา บ้างก็มี หรือกว่าเรื่องจะอนุมัติ โอกาสการลงทุนก็หมดไปแล้ว”

ดังจะสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงต้นปัญหานี้ว่า การกู้เงินจากธนาคารเป็นเรื่องที่ยาก และกว่าเรื่องจะอนุมัติ ต้องมีหลายขั้นตอนของขบวนการทำให้ ต้องเสียเวลาเดินทางไปติดต่อหลายครั้ง ทำให้ผู้ประกอบการเป้าหมายที่จะติดต่อ บางบริษัทเลิกล้มความตั้งใจในการกู้เงินจากธนาคารไป เนื่องจากการทำงานอย่างหนึ่ง บางครั้งต้องการเงินลงทุนทันที กว่าจะรออนุมัติการกู้โอกาสในการลงทุนก็หมดแล้ว เป็นต้น

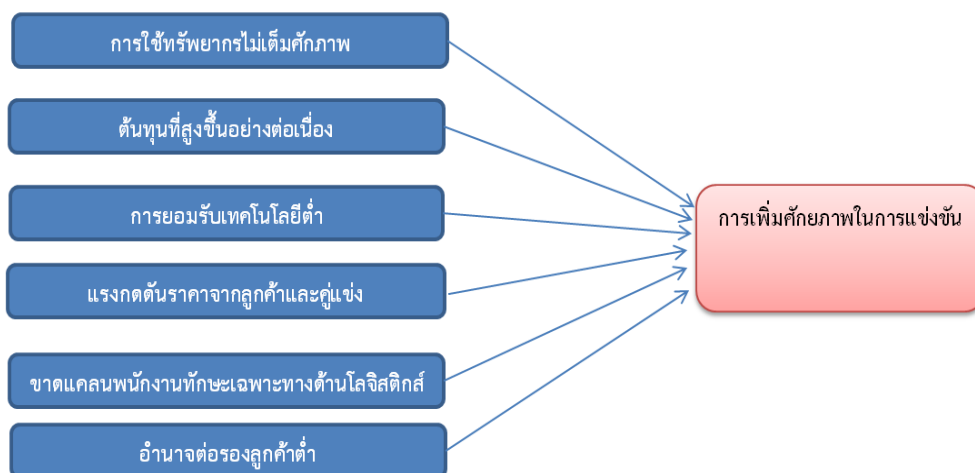
สรุปผลการศึกษาในส่วนนี้ พบว่ามีผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาในปัจจุบัน ไว้ทั้งหมด 10 ด้าน และสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้ 8 ด้าน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญของประเด็นปัญหามากที่สุด จากลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 4 เท่านั้น โดยจะมีประเด็นสภาพปัญหา 6 ด้าน ได้แก่ การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ แรงกดดันราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ และ อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ ที่คิดว่าเป็นประเด็นสำคัญของสภาพปัญหาในปัจจุบันที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในธุรกิจตัวแทนออกของ ส่วนลำดับที่ 5 ถึงลำดับที่ 8 ซึ่งเป็นประเด็นสภาพปัญหา 4 ด้าน ได้แก่ สภาพคล่อง สถานที่ตั้งประกอบการ การลงทุนในเทคโนโลยี และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน คงเป็นประเด็นปัญหาเพียงเล็กน้อย ซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานในปัจจุบัน

4.3 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ในปัจจุบัน

ตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1.5.2 ที่ศึกษา ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน

จากการข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และผลวิเคราะห์ในโปรแกรม NVivo พบสภาพปัญหาในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ของผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งได้มีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้ตามตารางที่ 4.4. ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพที่ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงมากที่สุด 6 ด้าน ทำให้สามารถตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1.5.2 ที่ศึกษาว่า ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่ม

ศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน ดังสามารถแสดงในรูปภาพที่ 4.1 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4. 1 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs

จากรูปภาพที่ 4.1 แสดงถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน ทั้งหมด 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยด้านที่หนึ่ง การใช้ทรัพยากรในรถขนส่งสินค้าไม่เต็มศักยภาพ
- ปัจจัยที่สอง ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ปัจจัยด้านที่สาม การยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานงานต่ำ
- ปัจจัยด้านที่สี่ แรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง
- ปัจจัยด้านที่ห้า การขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์
- ปัจจัยที่หก อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ

ซึ่งในแต่ละปัจจัยสามารถขยายคำอธิบายการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

1) การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ

ในระบบการทำงานของตัวแทนออกของ (Customs broker) ที่ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะที่ให้บริการทางด้าน รถขนส่งสินค้า ที่ถือเป็นทรัพยากรหนึ่งที่มีการลงทุน และต้องใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถบรรลุสินค้าได้เต็มศักยภาพตามมาตรฐานกฎหมาย และ

สามารถวิ่งรอบเที่ยวให้ได้มากที่สุดโดยไม่มีจุดว่างไว้เฉยๆ จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการใช้รถขนส่งสินค้าไม่เต็มศักยภาพเนื่องจากมีปริมาณลูกค้าเรียกใช้บริการมากในวันเดียวกัน เฉพาะวันพุธ พฤหัสบดี และ วันศุกร์ ส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถหารถขนส่งสินค้าได้เพียงพอกับความต้องการ ทั้งๆที่มีรถขนส่งที่ให้บริการอยู่มากมายที่จอดว่างและไม่มีการใช้งาน แต่ขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ว่า ผู้ประกอบการของประเทศไทยมีกำลังรถขนส่งเกินความจำเป็น และมีรถที่ทำงานยังไม่เต็มประสิทธิภาพอยู่มาก (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์ & จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา, 2554) ส่งผลทำให้มีการตัดราคากันอย่างรุนแรง ทั้งๆที่ภาครัฐพยายามหาช่องทางให้ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ ได้มีการรวมกลุ่มโดยจัดทำเว็บไซต์ของกรมการขนส่ง แต่ไม่ได้ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงทั้งไม่ได้เน้นเรื่องของราคาที่ประหยัด การเข้าถึงง่าย จึงทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการยังมีความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน

2) ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในยุคที่มีการแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรง ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันคือปัจจัยทางด้านต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Allen & Berg, 2014) ได้กล่าวว่า ต้นทุนที่สูงจะนำไปสู่อุปสรรคในการซื้อ และ ขายในธุรกิจสำหรับธุรกิจตัวแทนออกของมีต้นทุน สามด้านที่เป็นปัจจัยสำคัญ เช่น ด้านที่หนึ่ง ต้นทุนเงินเดือนพนักงานที่ต้องมีการปรับเพิ่มขึ้นทุกๆปี ด้านที่สอง ต้นทุนในเงินสำรองจ่ายภาษีอากรขาเข้าให้กับลูกค้าซึ่งต้องสำรองจ่ายไปก่อน และค่อยเก็บเงินจากลูกค้าได้ภายหลัง ซึ่งลูกค้าบางรายจ่ายกลับคืนล่าช้า ส่งผลต่อเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และต้นทุนสุดท้ายคือ ต้นทุนด้าน ค่าบำรุงรักษารถขนส่ง แม้ในปัจจุบันราคาน้ำมันจะลดลง แต่ค่าใช้จ่ายอื่น เช่นค่าน้ำมันเครื่อง ยางอะไหล่ ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น ซึ่งต้นทุนในส่วนนี้เป็นต้นทุนที่เป็นปัญหามากที่สุดในธุรกิจ รถขนส่งสินค้า

3) การยอมรับในเทคโนโลยีต่ำ

ในยุคของโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สิ่งสำคัญที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร คือพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีของพนักงาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่องค์กรนำเข้ามาใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่ว่า ปัญหาการยอมรับเทคโนโลยีจะส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Tarute & Gatautis, 2014)จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) พบปัญหาในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานค่อนข้างมาก เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่มีอายุ และทำงานด้วยกันมาเป็นเวลานานซึ่งไม่มีพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี เมื่อเวลาเปลี่ยนไป

องค์กรจำเป็นต้องนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้ พนักงานในส่วนนี้ก็จะพนักงานที่สร้างปัญหาที่สุด เกิดการไม่ยอมรับในการเปลี่ยนแปลง คงยึดติดกับการทำงานระบบเดิมๆ ไม่ต้องการเรียนรู้งานใหม่ๆ สร้างความหนักใจให้กับเจ้าของกิจการเป็นอย่างมาก หรือแม้แต่เทคโนโลยีที่นำเข้ามาใช้กับรถขนส่งที่เป็นระบบ GPS ที่เป็นระบบติดตามสถานะการทำงานของรถขนส่ง พนักงานขับรถก็ไม่พอใจคิดว่าการนำระบบติดตาม GPS เข้ามาเป็นจับผิดการทำงาน ทำให้รู้สึกไม่มีอิสระในการทำงาน เกิดความไม่สบายใจ ส่งผลกับประสิทธิภาพการทำงาน บางคนถึงกับลาออกจากงานไป ดังนั้นผู้ประกอบการต้องอธิบายและทำความเข้าใจกับพนักงานถึงความจำเป็นที่จะต้องนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในองค์กร และต้องให้เวลาในการปรับตัวของพนักงานของเป็นอย่างมาก

4) แรงกดดันทางด้านราคา

ในปัจจุบันผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้รับแรงกดดันทางด้านราคาจากลูกค้า เนื่องจากมีผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งที่เป็นบริษัทใหญ่ หรือ บริษัทต่างชาติ ร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ นำเสนอการบริการที่หลากหลาย สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้ทั่วโลก มีการทำงานที่ครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ที่สำคัญราคาที่นำเสนอเป็นราคาที่ถูกต้องเกิดสงครามราคากันอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ไม่สามารถต่อสู้กับแรงกดดันจากคู่แข่งที่เกิดขึ้นใหม่ในตลาดได้ จึงต้องผันตัวไปเป็นผู้รับเหมา (Sub-contractor) บางรายไม่สามารถถดราคาให้ต่ำตามคู่แข่งได้ จึงต้องถอยออกจากตลาดไป ซึ่งทำให้สูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล

5) ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์

ความชำนาญและทักษะเฉพาะในงานทางด้านโลจิสติกส์ ของทีมงานที่คอยให้บริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการทางด้านโลจิสติกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่กล่าวว่า สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาจะขาดแรงงานฝีมือซึ่งเป็นปัจจัยในการยับยั้งการเติบโตของธุรกิจ (Yuwawutto et al., 2011) ซึ่งขณะนี้ผู้ประกอบการไทยยังคงขาดพนักงานที่มีความรู้และความเข้าใจทางด้านโลจิสติกส์ ที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำการให้บริการทางด้านโลจิสติกส์อย่างเหมาะสม ในขณะที่บุคลากรของผู้ประกอบการต่างชาติ สามารถให้คำแนะนำการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Sheikh & Rana, 2014) ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า มีการขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะอยู่มาก โดยเฉพาะพนักงานระดับปฏิบัติการและพนักงานระดับหัวหน้างาน ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ต้องเผชิญกับแรงกดดันของลูกค้าในการที่จะส่งสินค้าให้ทันกับการความ

ต้องการ นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราแรงงานที่มีการขาดแคลนสูงเพิ่มมากขึ้นคือ พนักงานขับรถบรรทุกสินค้า เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่ต้องอาศัยทักษะเฉพาะและความชำนาญทั้งเส้นทาง อีกทั้งยังต้องรับผิดชอบต่อรถและสินค้า (Thailand Professional Qualification Institute & Rajamangala University of Technology Tanyaburi, 2015)และยังต้องมีการขับซื้ออย่างปลอดภัย ต้องใช้ความอดทนสูงในการฝ่าสภาพรถติดมากในท่าเรือ และเส้นทางต่างๆในประเทศไทย ด้วยจำนวนอัตราแรงงานที่ไม่เพียงพอนี้ ทำให้มีการแย่งชิงแรงงานสูงกลุ่มผู้ประกอบการทางด้านโลจิสติกส์ ต่างก็นำเสนอกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อจูงใจ ให้พนักงานเข้าร่วมงาน เช่น เงินเดือนที่สูง สวัสดิการที่ดี ทำให้พนักงานมีทางเลือก และส่งผลกระทบต่อให้มีการเปลี่ยนแปลงงานกันค่อนข้างสูงและตลอดเวลา

6) อำนาจการต่อรองกับลูกค้าต่ำ

ด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการต่างประเทศ ต่างจับมือกันเป็นพันธมิตร และคิดค้นรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ ที่หลากหลาย และ เบ็ดเสร็จครบวงจรมากขึ้น นำเสนอต่อลูกค้า ในราคาที่ถูกลง ทำให้เกิดการแข่งขันทั้งทางด้านราคา และ การให้บริการรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถ เปลี่ยนใจไปเลือกใช้ ผู้ให้บริการรายใหม่ ที่นำเสนอ ทั้งการให้บริการที่ดีกว่า และราคาที่ถูกลงกว่า แม้จะมีการใช้งานกันมานานแล้วก็ตาม จากผลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs)พบว่า มีผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น วิธีการรับมือกับปัญหานี้ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บางราย ผันตัวเองมาให้บริการกับลูกค้ากลุ่มใหม่ ที่เป็นการให้บริการเฉพาะด้าน เช่น การให้บริการเคลียร์พิธีการศุลกากร สำหรับสินค้าที่เป็นเคมีภัณฑ์ ไม้ อาหาร เป็นต้น ซึ่งยังคงมีผู้ประกอบการน้อยรายที่ให้บริการนี้ จึงทำให้มีคู่แข่งน้อย

นอกจากนี้ ยังสามารถอธิบายปัจจัยที่เป็นอุปสรรค 6 ด้าน พร้อมเหตุผล ดังแสดงในตารางที่ 4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้ง 6 ด้านและเหตุผล

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค	เหตุผล
1. ไม่สามารถใช้รถขนส่งได้เต็มศักยภาพ	<p>1. ผู้ใช้บริการ (Customer) ส่วนใหญ่เรียกใช้รถในวันเดียวกัน ทำให้ ผู้ใช้บริการ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งรถขนส่งที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่มีรถขนส่งสินค้าคอยให้บริการอยู่มากมาย</p> <p>2. บริษัทใหญ่ๆ ต่างชาติ ร่วมมือกัน ทำให้ต้นทุนถูกลง สามารถตั้งราคาได้ถูก ทำให้บริษัทขนส่ง SMEs ไม่สามารถตั้งราคาสู้ได้</p> <p>3. บริการรถขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่ไม่สามารถหางาน วิ่งรถเที่ยวกลับได้ ทำให้ต้องวิ่งรถเปล่า</p> <p>4. ในวันหนึ่งๆ การรับงานส่วนใหญ่ได้แค่วันละ 1 เที่ยว เท่านั้น เนื่องจากพนักงานขับรถส่วนใหญ่ต้องวิ่งวนขายเรื่อง การสอบถามสถานที่ ต้องหาสถานที่ส่งแพ็คเกจ แผนที่ หรือไปส่งงานอื่นๆ ทำให้การทำงานยิ่งล่าช้ามากขึ้น</p>
2. ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	<p>5. แม้ราคาน้ำมันจะลดลง แต่ต้นทุนด้านอื่นๆ ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสัมภาษณ์ในเรื่องของต้นทุนผู้ประกอบการกล่าวถึง ต้นทุนดังต่อไปนี้ เช่น ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน ต้นทุนอะไหล่รถยนต์ ต้นทุนน้ำมันเครื่อง ต้นทุนทางด้านสำนักงาน เช่น ค่าเช่าสำนักงาน ค่าถ่ายเอกสาร ค่าไฟ เป็นต้น</p>
3. การยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานต่ำ	<p>6. พนักงานระดับล่าง ในธุรกิจโลจิสติกส์ ส่วนใหญ่ จะเป็นพนักงานที่มีความรู้ต่ำ ดังนั้น การนำระบบใหม่เข้ามาใช้ จะเกิดปัญหาการไม่ยอมรับระบบใหม่ๆ</p>
4. แรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง	<p>7. บริษัทใหญ่ๆ และต่างชาติ ร่วมมือกันเป็นพันธมิตร ทำให้ ต้นทุนถูกลง สามารถตั้งราคาได้ถูก ทำให้บริษัทเล็กๆ ไม่สามารถปรับราคาเทียบเคียงได้ อีกประการหนึ่ง บริษัทใหญ่ และ ต่างชาติ มีเครือข่ายบริการได้ครบวงจรให้กับลูกค้ามากขึ้น เมื่อผู้ประกอบการ SMEs ไปนำเสนอขายให้กับลูกค้าจะถูกกดดันโดยลูกค้าว่า ต้องให้บริการได้ครอบคลุม และ เทียบให้เท่ากับบริษัทใหญ่ๆ จึงจะสามารถได้งาน</p>

ตารางที่ 4. 6 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้ง 6 ด้าน และ เหตุผล

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค	เหตุผล
5. การขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์	8. ปัจจุบันพนักงานระดับปฏิบัติงาน ทางด้านโลจิสติกส์ มีการแย่งตัวกัน ทำให้ขาดแคลน แม้ภาครัฐและมหาวิทยาลัย จะเร่งผลิตนักศึกษาออกมา ก็ตาม ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงแต่ปริมาณ ไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพ แม้จะเรียนทางด้านโลจิสติกส์มาก็ตาม แต่ ก็ยังคงมีความรู้แต่ทางภาคทฤษฎีเท่านั้น
6. อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ	9. บริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายเนื่องจากโอกาสที่ประเทศไทยเปิดเสรีการค้าทางด้านโลจิสติกส์ ทำให้ต่างชาติ และบริษัทใหญ่ๆ หันมาให้ความสนใจในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น ทำให้ ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น ส่งผลทำให้ ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองลดลง

4.4 โอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันให้ประสบความสำเร็จ

ตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1.5.3. ที่ศึกษาเรื่อง โอกาสในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของในปัจจุบัน ต้องเป็นอย่างไร และกิจกรรมใดในการให้บริการตัวแทนออกของมีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันมากที่สุด

จากผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยสร้างโอกาสในการช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ในธุรกิจตัวแทนออกของที่มีผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.6. ดังนี้

ตารางที่ 4. 7 การรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหา
ในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

No.	Description of opportunities	Entrepreneurs		Reference Counts		
		Medium	Small	Medium	Small	Small
1	ช่วยสร้างโอกาสในการใช้ทรัพยากร ให้เต็มศักยภาพ ได้ดีขึ้น	5	10	383	115	268
2	ช่วยสร้างโอกาสในการลดปัญหา ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้ดีขึ้น	5	10	366	118	248
3	ช่วยสร้างโอกาสในการสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า ได้ดีขึ้น	5	10	346	109	237
4	ช่วยสร้างโอกาสในการลดแรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่ง ได้ดีขึ้น	5	10	341	109	232
5	ช่วยสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน ได้ดีขึ้น	4	9	249	77	172
6	ช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาการขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ ได้ดีขึ้น	4	10	242	74	168

จากตารางที่ 4.6. ที่ได้จากการวิเคราะห์ในโปรแกรม NVivo แสดงให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจจะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ได้ โดยมีผู้ประกอบการตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้ง 15 ราย มีการกล่าวถึง การรวมกลุ่มธุรกิจจะช่วยสร้างโอกาสในด้านต่างๆ ทั้งหมด 6 ด้าน

- 1) ช่วยสร้างโอกาสในการใช้ทรัพยากร ให้เต็มศักยภาพได้ดีขึ้น
- 2) ช่วยสร้างโอกาสในการลดปัญหา ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้ดีขึ้น
- 3) ช่วยสร้างโอกาสในการสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า ได้ดีขึ้น
- 4) ช่วยสร้างโอกาสในการลดแรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่ง ได้ดีขึ้น
- 5) ช่วยสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานได้ดีขึ้น
- 6) ช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาการขาดแคลนพนักงานทักษะทางด้านโลจิสติกส์ได้ดีขึ้น

โดยสามารถจัดเรียงลำดับความสำคัญของโอกาส จากมากไปหาน้อย ตามจำนวนที่ผู้ประกอบการกล่าวถึงได้ดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง จะช่วยสร้างโอกาสในการใช้ทรัพยากรให้เต็มศักยภาพได้ดีขึ้น

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหา การใช้ทรัพยากรให้เต็มศักยภาพนี้ทั้งหมด 383 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 115 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 268 ครั้ง โดยกล่าวว่างดังนี้

“เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความสำคัญมาก ถ้าหากสามารถสร้างเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อ
 ตอบโจทย์ปัญหาการทำงานได้ แนนอนการรวมกลุ่มพันธมิตรกันจะช่วยสร้างโอกาสงาน
 เพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น คนที่จะเข้ามาอยู่ในกลุ่มต่างคนต่างก็มีประสบการณ์ต่างกัน”
 ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ทรัพยากรในที่นี้ผู้ประกอบการหมายถึง รถขนส่งสินค้า การรวมกลุ่มธุรกิจกันจะช่วยสร้าง
 โอกาสให้การช่วยจับคู่ความต้องการของอุปสงค์และอุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อุปสงค์ในที่นี้
 หมายถึง ผู้ใช้บริการ (Customer) อุปทานในที่นี้หมายถึง ผู้ให้บริการ (Vender) ทั้งสองส่วนสามารถ
 ติดต่อกัน และแลกเปลี่ยนความต้องการ ซึ่งกันและกันได้ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถนำรถขนส่งสินค้า
 มาให้บริการแก่ ผู้ใช้บริการได้มากขึ้น เพิ่มศักยภาพการใช้งานของรถขนส่งสินค้าได้มากขึ้น
 ผู้ใช้บริการ (Customer) ก็สามารถลดเวลาในการสืบค้นหารถบรรทุก และได้ราคาที่ถูกกว่าในตลาด
 อีกทั้งรถขนส่งที่เข้ามารวมกลุ่มธุรกิจก็จะเป็นรถขนส่งที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และได้ผ่าน
 มาตรฐานที่ทางกลุ่มได้ตั้งมาตรฐานไว้

ลำดับที่สอง จะช่วยสร้างโอกาสในการลดปัญหาต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหา ในการลดปัญหา
 ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งหมด 366 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มี
 ผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 118 ครั้ง ผู้ประกอบการ
 ขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 248 ครั้ง โดยได้กล่าวไว้ดังนี้

“การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน มีโอกาสที่จะรับงานรถเที่ยวเปล่าได้
 มากขึ้น ซึ่งถ้าทำได้ จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายไปมากเลย ถ้าเรารับงานเที่ยวเปล่าได้ ต้นทุน
 เราต่ำ เราก็เสนอราคาต่ำได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดได้เพิ่มเติมดังนี้

การรวมกลุ่มธุรกิจธุรกิจจะสร้างโอกาสในการรับงานรถเที่ยวเปล่าได้มากขึ้น ซึ่งในประเทศ
 ไทย การรับงานรถเที่ยวเปล่าจากกลับ ยังไม่สามารถบริหารจัดการได้ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสีย
 ต้นทุนในการวิ่งรถเที่ยวเปล่ากลับมา ส่งผลทำให้ราคาค่ารถขนส่งแพงขึ้น ซึ่งหากมีการเข้าร่วมกลุ่มกัน
 แบบเศรษฐกิจแบ่งปันนี้ จะสามารถสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถรับงานสำหรับรถวิ่งเที่ยว
 กลับ ช่วยลดต้นทุน ทำให้สามารถเสนอราคาที่ถูกลงให้กับลูกค้าได้

ลำดับที่สาม จะช่วยสร้างโอกาสในการสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าได้ดีขึ้น

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการในการสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าได้ดีขึ้น นี้ทั้งหมด 346 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 109 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 237 ครั้ง โดยกล่าวไว้ดังนี้

“ถ้าเรารวมกลุ่มกันได้จริง เราจะสามารถให้บริการต่อลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้น เพราะผู้ประกอบการแต่ละรายมีความถนัดในงานไม่เหมือนกัน ถ้าเอาจุดแข็งของแต่ละราย มาเป็นจุดขาย ความเชื่อมโยงในเครือข่ายได้ครอบคลุม แบบนี้ก็จะได้มีอำนาจต่อรองกับลูกค้าได้บ้าง”

ดังจะสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การรวมกลุ่มธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้สามารถสร้างอำนาจในการซื้อ จำนวนมากๆ เช่น รวมตัวกันซื้อยางรถยนต์ น้ำมัน อะไหล่ต่างๆ หรือน้ำมันเครื่อง เป็นต้น ซื้อได้ในราคาถูก เมื่อต้นทุนต่างๆ ถูกลง ก็จะสามารถ ลดราคาค่าบริการให้กับลูกค้า และสามารถต่อสู้กับคู่แข่งที่เป็นบริษัท ต่างชาติ หรือ บริษัทขนาดใหญ่ ได้ นอกจากนี้ การรวมกลุ่มธุรกิจกัน ยังสามารถสร้างความเชื่อมโยงในเครือข่าย ทำให้สามารถให้บริการได้หลากหลายและครบวงจร ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ลำดับที่สี่ จะสร้างโอกาสในการลดแรงกดดันจากลูกค้าและ คู่แข่งขันได้ดีขึ้น

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการลดแรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่งได้ดีขึ้น ทั้งหมด 341 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 109 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 232 ครั้ง โดยกล่าวไว้ดังนี้

“ลูกค้าชอบกดดัน เอาการให้บริการที่คู่แข่งมานำเสนอ มากกดดันให้เราต้องทำตาม การให้บริการจากคู่แข่งหลากหลายมากขึ้น ตามไม่ทัน ถ้าหากเรารวมตัวกันได้ สามารถมีบริการหลากหลายมากขึ้น น่าจะพอสู้กับคู่แข่งในท้องตลาดได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

เมื่อการรวมกลุ่มจะสามารถประหยัดต้นทุนทำให้สามารถเสนอราคาได้ในราคาที่ถูกลงแล้ว ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกลุ่ม ที่ให้บริการตัวแทนออกของ บางรายไม่ได้ให้บริการเฉพาะทางด้านขนส่ง แต่ยังมีงานอีกหลากหลายที่ให้บริการ เช่น งานให้บริการทางด้านพิธีการศุลกากร นำเข้า และ ส่งออก งานบริการคลังสินค้า งานบริการแพ็คเกจจิ้ง และ อื่นๆ ทำให้สามารถให้นำเอาศักยภาพของแต่ละผู้ประกอบการมาใช้เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละบริษัท มีความถนัดในงานแตกต่างกันไป การ

ให้บริการจึงสามารถให้บริการได้หลากหลายมากขึ้น สามารถแข่งขันการให้บริการใหม่ๆ ทำให้ช่วยลดแรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่งได้

ลำดับที่ห้า จะช่วยสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีต่ำของพนักงานได้ดีขึ้น

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีต่ำของพนักงานได้ดีขึ้น ทั้งหมด 249 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 4 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 77 ครั้ง ส่วนอีก 1 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 9 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 172 ครั้ง ส่วนอีก 1 รายไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ โดยกล่าวดังนี้

“การใช้เทคโนโลยีเข้ามาให้บริการต่อลูกค้า เป็นเรื่องที่ดีสำหรับเรา พนักงานทุกคนถูกบังคับว่าต้องใช้ให้เป็น เกิดความจำเป็นต้องเรียนรู้งาน ทำให้พนักงานมีโอกาสนในการเรียนรู้เทคโนโลยีได้เพิ่มขึ้น”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ประเด็นความสำคัญของโอกาสว่า หากมีการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยสร้างโอกาสให้พนักงานยอมรับเทคโนโลยีได้มากขึ้น เนื่องจากพนักงานไม่มีทางเลือกเพราะทุกอย่างถูกบังคับโดยระบบ พนักงานจะเกิดความจำเป็นที่จะต้องทำงานต่อให้ได้ และค่อยๆ ซึบซับการเรียนรู้ จนกลายเป็นการยอมรับไปในที่สุด และการที่ผู้ประกอบการขนาดกลาง 1 รายและขนาดย่อมอีก 1 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญนี้เนื่องจากเห็นว่า การรวมกลุ่มไม่น่าจะสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีได้มากขึ้น เนื่องจากพนักงานที่มีปัญหาการยอมรับกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่มีอายุมาก และไม่พร้อมจะเรียนรู้อะไรใหม่ๆ เลย

ลำดับที่หก จะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ ได้ดีขึ้น

โดยจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงการรวมกลุ่มช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ได้ดีขึ้น ทั้งหมด 242 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 4 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 74 ครั้ง ส่วนอีก 1 ราย ไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ และ ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 168 ครั้ง โดยกล่าวว่า

“การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการในการรวมกลุ่ม จะช่วยบรรเทาเรื่องการขาดแคลนพนักงานลงได้ดีมาก เนื่องจาก แม้บริษัทจะรับงานมา แต่ขาดพนักงานหรือลาหยุด เราก็สามารถใช้บริการในพันธมิตรและสามารถให้บริการงานลูกค้าในกรณีที่พนักงานขาด ในกลุ่มสามารถทำงานแทนได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

ประเด็นสำคัญของโอกาสว่า หากมีการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาการขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ ได้ดีขึ้น เนื่องจากการรวมกลุ่มจะสามารถแบ่งปันการทำงานหากสมาชิกในกลุ่มขาดแคลนพนักงาน แต่สมาชิกในกลุ่มยังคงมีกำลังที่สามารถจะรองรับงานแทนได้ ในขณะที่มีเพียงผู้ประกอบการขนาดกลาง 1 รายเท่านั้นที่กล่าวว่าไม่เห็นด้วยกับประเด็นนี้ เนื่องจากแม้จะมีการรวมกลุ่มและนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ อย่างไรก็ตามระบบก็ยังคงต้องใช้คนในการดูแลอย่างเดิม จึงไม่น่าจะแก้ปัญหาได้

4.4. กิจกรรมการให้บริการตัวแทนออกของซึ่งมีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันมากที่สุด

จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ที่จะแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันมาใช้ในการรวมกลุ่มธุรกิจในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมด 15 ราย มีความเห็นว่าการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะกิจกรรมงานในตัวแทนออกของ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 2 ถึงประเภทงานบริการของตัวแทนออกของซึ่งจำแนกออกเป็น การขนส่งสินค้า (Transportation) บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) บริการพิธีการศุลกากร (Customs clearance) บริการทางด้านบรรจุภัณฑ์ (Packing) บริการให้คำปรึกษา (Consulting) ให้บริการคลังสินค้า (Warehouse) บริการด้านแรงงาน (Stovedoring) บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodel Transport) ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ให้เหตุผลชี้แจงไว้ในแต่ละประเด็นของกิจกรรมดังมีรายละเอียดดังนี้

1) งานบริการพิธีการศุลกากร

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

- ทรัพยากรที่จะสามารถแบ่งปันกันในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันในงานบริการพิธีการศุลกากร ยังมองภาพได้ไม่ชัดเจน เนื่องจากเป็นงานบริการยื่นเอกสารให้กับศุลกากร หากจะมองทรัพยากร ณ จุดนี้ คือ พนักงานขับปิ้งที่นำเอกสารไปยื่นต่อกรมศุลกากร และ ท่าเรือ การที่จะ

แบ่งปันพนักงานยื่นเอกสาร โดยใช้เทคโนโลยีให้การให้บริการยังคงเป็นเรื่องที่จับต้องและเป็นไปได้ยาก

- เป็นงานที่เน้นทางด้านเอกสาร ซึ่งจะมีความหลากหลายในประเด็นของตัวแปร เช่น ตัวสินค้า ขั้นตอนในการซื้อขาย (Trade term) ซึ่ง ผู้ให้บริการในแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ทำให้ต้องกรอกเอกสารลงไปในระบบค่อนข้างมาก ทำให้เสียเวลาในการทำงาน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการ เบื่อที่จะต้องกรอกข้อมูลลงไปในระบบ

- เป็นงานที่เน้นทางด้านเอกสาร ซึ่งมีความหลากหลายในประเด็นของการให้บริการ เช่น พิกัดอัตราศุลกากร รายละเอียดของสิทธิประโยชน์ทางการค้าต่างๆ หรือรายละเอียดของสินค้า ซึ่งไม่สามารถให้บริการได้ครั้งเดียว ต้องมีการโต้ตอบกันหลายครั้งจึงจะให้บริการสำเร็จ ทำให้เสียทั้งเวลาในการโต้ตอบ และเพิ่มค่าใช้จ่าย ส่งผลทำให้งานล่าช้า

- แม้งานทางด้านพิธีการศุลกากรในปัจจุบันจะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ แต่ในขั้นตอนของการตรวจสอบปล่อยสินค้าในท่าเรือ ยังคงต้องมีหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น สายเรือ ท่าเรือ ซึ่งในบางส่วน ยังไม่ได้นำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ทำให้ไม่สามารถเชื่อมต่องานให้การทำงานสั้นไหลได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหน่วยงานราชการการเชื่อมต่อระบบเข้ากับระบบราชการจะต้องมีขั้นตอนในการอนุมัติแต่ละขั้นตอนมากมาย ทำให้เสียเวลา และเสียต้นทุน

- มีเรื่องของภาษีอากร ทำให้การทำงานบนระบบออนไลน์ ไม่เหมาะสม และ ทำได้ยาก เนื่องจาก จะมีเรื่องของชำระภาษีอากร ซึ่งในบางครั้ง ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสำรองเงินล่วงหน้าให้ก่อน ซึ่งจุดนี้ อาจเป็นเรื่องยากที่เกิดการไว้นื้อเชื่อใจกัน เนื่องจากเป็นการให้บริการแบบครั้งต่อครั้ง ไม่ใช่ลูกค้าประจำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

- ความเป็นไปได้ของการให้บริการงานเดินพิธีการทางด้านศุลกากรในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน นั้นน่าจะสามารแบ่งปันในรูปแบบตัวบุคคล เช่น มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ SMEs หากผู้ประกอบการรายใด มีงานที่ตนเองไม่สามารถให้บริการได้ เช่น ไกลจากสถานประกอบการ ที่ตั้ง การให้บริการอาจจะต้องใช้เวลาเดินทาง ในลักษณะนี้อาจจะแบ่งปันงานให้สมาชิกในกลุ่มทำงานแทนให้ เช่น บริษัทมีสำนักงานอยู่ กรุงเทพฯ แต่มีลูกค้าที่จะนำสินค้าเข้า หรือ ออก ไปต่างประเทศ ณ ด้านศุลกากร ที่เชียงใหม่ ในกรณีแบบนี้ ระบบอาจจะช่วยแจกจ่ายงานไปยังสมาชิกที่มี สถานประกอบการ ณ ด้านศุลกากรเชียงใหม่ แต่จะมีความยุ่งยากในการของการขึ้นทะเบียนกับกรมศุลกากร เนื่องจาก การที่จะให้บริการผ่านพิธีการศุลกากรได้ จะต้องมีการขึ้นทะเบียนก่อน และการขึ้นทะเบียน ก็จะต้องใช้เอกสารผู้นำเข้า และ ส่งออก ยื่นต่อกรมศุลกากรล่วงหน้า ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมี

ความเป็นไปได้แต่ ก็ไม่มีความสะดวกและไม่สามารถให้บริการได้ทันที ต้องรอจนกว่าจะขึ้นทะเบียนเสร็จ ซึ่งอาจใช้เวลา 1-2 วันทำการ

2) บริการทางด้านบรรจุกฎหมาย

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

- ทรัพยากรที่จะสามารถแบ่งปันกันในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจ ให้บริการ บรรจุกฎหมายนี้ น่าจะเป็นเรื่องพิมพ์ การให้บริการผลิตบรรจุกฎหมาย เป็นเรื่องของการออกแบบให้เหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งต้องเน้นความแข็งแรง วัสดุที่ใช้ โลโก้ สีที่ใช้ เป็นต้น ซึ่งเป็นงานให้บริการที่ต้องใช้เวลาในการติดต่อ และตรวจอนุมัติ แบบ ซึ่งมีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้สีจำเป็นจะต้องขึ้นตัวอย่างและนำมาให้ ลูกค้าตัดสินใจ ก่อนการทำงาน ซึ่งต้องใช้เวลาในการติดต่อ เพื่อจบงานในแต่ละงานค่อนข้างมาก ซึ่งไม่เหมาะที่จะทำงานบนออนไลน์ ซึ่งต้องเน้นเรื่องความว่องไวของงาน และต้องการตรวจงานจริงก่อนการทำงาน

- ความเป็นไปได้ของการให้บริการทางด้านบรรจุกฎหมาย ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งการแบ่งปันงานกันน่าจะเป็นลักษณะมีตัวกลางรับงาน และ ส่งต่องาน ให้กับสมาชิกในกลุ่ม ที่มีเรื่องพิมพ์ แล้ววางจากงาน มารับงานพิมพ์ ถึงแม้จะมีความเป็นไปได้ แต่การทำงานในแต่ละครั้งต้องใช้เวลานานในการติดต่อประสานงาน หลายครั้งจึงจะสามารถปิดงานและเริ่มพิมพ์งานได้ ดังนั้นทำให้เสียเวลา และเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายมากกว่า ลดต้นทุน ดังนั้นในการให้บริการนี้จึงยังไม่เหมาะต่อการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

3) บริการคลังสินค้า

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

- ทรัพยากรที่จะสามารถแบ่งปันกันได้ ในธุรกิจให้บริการคลังสินค้า คือ ตัวอาคารเก็บสินค้า และ เครื่องมือที่ใช้ในคลังสินค้า เช่น โฟล์คลิฟท์ แชนด์ลิฟท์ เป็นต้น แต่เนื่องจากการจัดเก็บสินค้าในโกดังสินค้า เป็นเรื่องที่ต้องมีการวางแผนการเก็บล่วงหน้า ต้องมีการเซ็นสัญญา ระหว่าง ผู้ใช้ และ ผู้ให้บริการ เช่น ต้องรู้รูปลักษณะของบรรจุกฎหมาย ต้องรู้รายละเอียดของสินค้า เช่นเป็นสินค้าที่มีมูลค่าอย่างไร ลักษณะการจัดเก็บสามารถซ้อนได้ หรือไม่สามารซ้อนกันได้ หรือต้องจัดเก็บบนพาเลท เป็นต้น เนื่องจากในแต่ละโกดังสินค้า จดทะเบียนการทำธุรกรรมต่างกัน เช่น บางโกดัง เก็บเฉพาะสินค้าเคมี หรือ เก็บสินค้าแช่แข็ง บางรายจดทะเบียนเป็นคลังสินค้าทัณฑ์บน เป็นต้น ดังนั้นการทำงานจึงยังคงต้องใช้ระยะเวลาในการติดต่อ จึงจะตกลงใช้พื้นที่ในโกดัง ทำให้เสียเวลาในการติดต่อมาก

■ สำหรับทรัพยากร ในเรื่องของเครื่องมือ เช่น โพล์คลิฟท์ แอนด์ลิฟท์ ที่ใช้ในโกดังสินค้า สามารถให้เช่ายืมได้ ถ้าหากไม่มีงานในคลังสินค้า และเครื่องมือ เช่น โพล์คลิฟท์ แอนด์ลิฟท์ ที่ใช้ในโกดังสินค้า นี้อยู่เฉยๆ ไม่ได้ใช้งาน ดังนั้น การรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน น่าจะยังไม่ตอบโจทย์ในการแบ่งปันทรัพยากรที่เหลื่อใช้ได้เป็นประโยชน์มากนัก เนื่องจากต้องใช้เวลาในการ

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

■ สำหรับทรัพยากร ในเรื่องของเครื่องมือ เช่น โพล์คลิฟท์ แอนด์ลิฟท์ ที่ใช้ในโกดังสินค้า สามารถให้เช่าหรือยืมได้ ถ้าหากงานในคลังสินค้าไม่มี และเครื่องมือนี้อยู่เฉยๆ ไม่ได้ใช้งาน สามารถนำมาให้เช่ายืมกันในกลุ่มได้ แต่ก็จะสามารถให้บริการได้เฉพาะในพื้นที่ใกล้เคียงด้วยกันเท่านั้น ไม่สามารถให้ยืมกันแบบข้ามจังหวัดได้ อีกทั้งโกดังจะต้องมีการขนย้ายสินค้าตลอดเกือบทั้งวัน การให้ยืมเครื่องมือ จึงสามารถทำได้ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันแต่ยังคงไม่ดีพอ เนื่องจากต้องมีค่าขนส่งเครื่องมือทั้งขนไป และ ขนกลับ มีผลกระทบต่อต้นทุนการใช้งาน

4) บริการทางด้านแรงงาน

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

■ ทรัพยากรที่สามารถแบ่งปันกันได้ ในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นแรงงาน ซึ่งการให้บริการแรงงาน ในที่นี้ หมายถึงแรงงานที่คอยแบก และ จัดเรียงสินค้าเข้าบรรจุตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับส่งออก พร้อมจัดทำรายงาน ตาลี่ซีท (Tally sheet) ส่งให้กับสายเรือต่างๆ ซึ่งความยากของการแบ่งปันในระบบออนไลน์ เนื่องจากลักษณะงานบริการใช้แรงงานระดับล่าง และ เป็นการทำงานในท่าเรือ ซึ่งต้องใช้เวลาในการจัดเรียงนาน เนื่องจากหลายปัจจัยเช่น ในการบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์ เป็นการทำงานกลางแจ้ง ดังนั้น หากเกิดฝนตก การทำงานต้องหยุดเพื่อรอเวลา หรือ การโหลดสินค้าเข้าตู้ในกรณีที่เป็นสินค้าของเจ้าผู้ส่งออกหลายราย และบรรจุตู้คอนเทนเนอร์เดียวกัน (Consolidate container) หากผู้ส่งออกรายใดรายหนึ่งไม่มาตามเวลา ที่นัดหมาย อาจจะเป็นเนื่องจากสาเหตุหลายประการ เช่น รถเสีย รถติด เป็นต้น การทำงานของคนงานก็จะต้องหยุดเพื่อรอทันที ทำให้ไม่สามารถกำหนดเวลาในการทำงานได้ ดังนั้นการรวมกลุ่มในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยการใช้ทรัพยากรซึ่งเป็นคนงาน คงจะเป็นเรื่องยาก ที่จะบริหารจัดการ โดยใช้ระบบเทคโนโลยี

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

■ เป็นไปได้ได้น้อยมาก เนื่องจากบริหารจัดการยาก เพราะมีหลายปัจจัยที่เสี่ยง และทำให้ติดตามสถานะงานไม่ได้ เนื่องจากเป็นตัวบุคคล ต้องเสียเวลาในการโทรศัพท์เช็คสถานะงานอย่างเดียว เป็นการเพิ่มต้นทุน ในการติดต่อ

5) บริการให้คำปรึกษา

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

■ หากพิจารณาถึงตัวทรัพยากรในงานบริการนี้ เป็นตัวบุคคล ซึ่งเป็นผู้มีความชำนาญ ในการวางแผน ทางด้านการแนะนำเส้นทาง และวิธีการที่เหมาะสมในกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ทุกด้าน เพื่อให้ประหยัดต้นทุน เนื่องจากเป็นงานให้คำปรึกษา ซึ่งต้องมีการสอบถามเรื่องรายละเอียดของงาน ค่อนข้างมากและต้องมีการติดต่อหลายครั้ง เริ่มตั้งแต่ขบวนการนำวัตถุดิบเข้ามาผลิต จนเป็นสินค้า สำเร็จรูป และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าให้เหมาะสมในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการ ให้คำปรึกษา นี้ จะต้องได้รับความเชื่อมั่นจาก ลูกค้า และได้พบปะพูดคุยกัน ชี้แจงในเรื่องของเอกสาร จึงจะสร้างความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดังนั้น การทำธุรกิจให้คำปรึกษาในระบบ ออนไลน์ จึงไม่เป็นที่นิยม และเป็นไปได้ยาก

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

■ เป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากต้องอาศัยตัวบุคคลเป็นหลักในการทำงาน ซึ่งเป็นไปได้ยาก มากที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ ซึ่งระบบไม่สามารถติดตามสถานะของการให้บริการ ได้ ต้องมีการติดตามกันโดยใช้ โทรศัพท์ หรือ อีเมล หลายครั้งจนกว่างานจะเรียบร้อย ซึ่งจะทำให้ เสียเวลามากในการติดต่อ และประสานงาน

6) งานบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ยาลีย์

■ หากพิจารณาตัวทรัพยากรในธุรกิจนี้ ไม่มีเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็นตัวแทน ลักษณะประกอบการเหมือน ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ซึ่ง นอกจากให้บริการในการขายระวางเรือ หรือระวางทางอากาศ ตั้งแต่ต้นทาง ต่อเนื่องไปจนถึงผู้รับ ปลายทาง โดยที่ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ จะต้องเป็นผู้ออกใบกำกับสินค้า แต่เพียงผู้เดียว ภายใต้ ความดูแลของคนเดียว ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้มี เรือเป็นของตัวเอง ไม่ได้มีเครื่องบินเป็นของ ตัวเอง เป็นเพียงซื้อระวางมาจากสายเรือ หรือ สายการบิน และมาบริหารจัดการ พื้นที่ที่ซื้อมา และ ให้บริการ ส่งสินค้าตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ เป็นการขายบริการ การแบ่งปันทรัพยากรในธุรกิจนี้จึงเป็นเพียงแค่การ Co-load สินค้าระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เช่น ผู้ประกอบการราย A ซื้อระวางตู้คอนเทนเนอร์มา 1 ตู้ เพื่อให้บริการสำหรับลูกค้าที่ต้องการ ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น แต่ ผู้ประกอบการราย B ไม่ได้ซื้อตู้คอนเทนเนอร์มาขาย แต่มีลูกค้าที่ต้องการ ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นอยู่ในมือ ลักษณะนี้ไม่มาก ลักษณะนี้หาก ผู้ประกอบการราย B ซื้อระวางมา จากสายเรือ หรือ สายการบินมาบริหารเองแต่มีลูกค้าน้อย ก็จะไม่คุ้มกับต้นทุน แต่ถ้าหาก

ผู้ประกอบการราย B นำลูกค้าที่มีอยู่ในมือ แบ่งปันให้กับผู้ประกอบการราย A ซึ่งมีลูกค้าอยู่ในมือมาก แต่ยังมีพื้นที่เหลือพอที่จะสามารถรับสินค้าของ B เข้าไปได้อีก ลักษณะนี้ ถือเป็น การแบ่งปันทรัพยากรซึ่งเป็นตัวคอนเทนเนอร์ ทำให้ลูกค้าของ B ยังคงได้ค่าระหว่างในราคาที่ถูกลง แต่ในขณะเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการราย A สามารถบริหารจัดการพื้นที่ที่ซื้อมาได้เต็มที่ การให้บริการลักษณะนี้ สามารถทำการรวมกลุ่มและให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปันได้ แต่ จะยุ่งยากเรื่องการควบคุมใบกำกับสินค้า (Bill of Lading) ซึ่งข้อกำหนดของ การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ต้องอยู่ภายใต้ของผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ดังนั้นเอกสารใบกำกับสินค้า (Bill of Lading) ต้องออกโดยผู้ประกอบการ A หากผู้ประกอบการ B ออกซ้อน จะทำให้เกิดการสับสนในการดำเนินงาน ณ ต่างประเทศ ซึ่งการทำธุรกิจนี้ในระบบจึงยังคงไม่เหมาะสม และ เกิดการยุ่งยากในเรื่องเอกสาร

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

- มีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยี แต่มีความซับซ้อนทางด้านเอกสารเนื่องจากการขนส่งซึ่งต้องมีผู้รับผิดชอบเพียงผู้เดียว ซึ่งหากมีการออกเอกสารไม่ชัดเจนระหว่างสมาชิกในกลุ่มจะก่อให้เกิดความยุ่งยาก และส่งผลกับการดำเนินการนำสินค้าเข้าในต่างประเทศ

7) งานบริการขนส่งสินค้า

ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

- การหาสมาชิกเข้าร่วมกลุ่ม ในระยะแรก ซึ่งต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิก ว่า จะมีการบริหารจัดการงานที่โปร่งใส และสามารถเพิ่มศักยภาพการใช้งานของรถขนส่งสินค้าขึ้นได้จริง

ความเป็นไปได้ของการให้บริการ

- รถขนส่ง ถือเป็นทรัพยากร ที่จับต้องได้
- ความเป็นไปได้สูง ในการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโดยใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการในธุรกิจ รถขนส่งสินค้า เนื่องจากมีทรัพยากรที่จะใช้ในการแบ่งปัน ชัดเจน
- ทรัพยากรสามารถเคลื่อนที่ในการให้บริการได้ตามแต่สถานที่ที่ผู้ใช้บริการต้องการ
- มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถเพิ่มงานรถขนส่งเที่ยวกลับได้ สูงเนื่องจากระบบสามารถเช็คสถานะรถที่ว่าอยู่บริเวณใกล้ ผู้ใช้บริการมากที่สุด ได้ด้วยระบบติดตามสถานะ GPS
- มีจุดหมายปลายทางในการทำงานที่ชัดเจน หมายถึง จุดรับสินค้า และ จุดส่งสินค้า
- เอกสารไม่ซับซ้อน และบริหารจัดการได้ง่าย

- เปิดกว้างการตลาดให้สามารถเข้าถึง ผู้ประกอบการ ได้ง่ายขึ้น ทั้งผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ ส่งผลทำให้สามารถเพิ่มศักยภาพในการใช้งานของรถขนส่งสินค้าได้มากขึ้น

ด้านทางด้านการบริการแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ ที่ทางผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างได้ให้สัมภาษณ์ไว้ และได้ให้ข้อเปรียบเทียบระหว่าง ความยุ่งยากของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน และ ความเป็นไปได้ของการให้บริการ ของกิจกรรมในตัวแทนออกของ โดยสามารถสรุปแยกในแต่ละกิจกรรม ดังนี้ งานให้บริการทางด้านศุลกากร (Customs clearance) มีความยุ่งยากในการทำงานเนื่องจากมีความหลากหลายของตัวสินค้า ส่งผลต่อความยุ่งยากในการทำใบขนสินค้า ส่วนการให้บริการต่อลูกค้า ไม่สามารถทำได้ทันทีที่ต้องทำการขึ้นทะเบียนต่อกรมศุลกากรก่อน ล่วงหน้าจึงจะสามารถเคลียร์พิธีการศุลกากรได้ จึงทำให้ต้องเสียเวลาในการติดต่อและขึ้นทะเบียนกับกรมศุลกากร อย่างน้อย 1-2 วัน ซึ่งไม่สะดวกในการทำงาน

ด้านบรรจุกัญฉั ซึ่งแสดงถึงงานให้บริการ ทางด้านบรรจุกัญฉั มีความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจากงานหลักคืองานตีไซน์ ออกแบบบรรจุกัญฉัให้มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งการออกแบบ ต้องมีการขึ้นแบบจริงนำเสนอจริง ต้องใช้ระยะเวลาในการติดต่อประสานงานจึงจะสามารถปิดงาน เพื่อเปิดออเดอร์ได้ จึงไม่เหมาะสมกับการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยทำธุรกิจบนออนไลน์

ด้านบริการคลังสินค้า ซึ่งแสดงถึงงานบริการคลังสินค้า ที่มีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้วยวิธีการให้เช่า หรือยืม อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในคลังสินค้า เช่น โพล์ คลิฟท์ แชนด์ลิฟท์ แต่ก็จะสามารถให้บริการได้เฉพาะในพื้นที่ใกล้เคียงด้วยกันเท่านั้น ไม่สามารถให้ยืมกันแบบข้ามจังหวัดได้ เนื่องจากมีต้นทุนในการขนส่งเครื่องมือทำให้ ราคาเช่าสูงขึ้น เนื่องจากต้องรวมเอาค่าขนส่งเข้าไปด้วย อีกทั้งการให้เช่าโกดังสินค้า จะต้องมีการวางแผนการใช้คลังสินค้ากัน ล่วงหน้า และมีการเซ็นสัญญาการใช้บริการ ซึ่งการทำธุรกิจนี้ในระบบออนไลน์ จึงยังไม่เหมาะสม เพราะเนื่องจากยังต้องใช้เวลาในการติดต่อประสานงานกันหลายครั้ง จึงจะสามารถตกลงเช่าโกดังกันได้

ด้านบริการแรงงาน ซึ่งแสดงถึงงาน ด้านบริการทางด้านแรงงาน เป็นงานบริการที่ต้องใช้เวลาในการทำงานนาน เนื่องจากเป็นการบรรจุตู้สินค้าส่งออก ณ ท่าเรือ ดังนั้น มีหลายปัจจัยที่จะทำให้งานต้องรอนาน เช่น ปัจจัยเรื่องภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตก ทำให้งานต้องหยุด เนื่องจากเป็นการทำงานกลางแจ้ง รถติด เป็นต้น หากมีการรวมกลุ่มกันทำงานจะเกิดความยุ่งยากไม่สามารถเช็คสถานะงานได้ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตามสถานะงานทั้งวัน ซึ่งเป็นการเสียเวลามาก

ด้านบริการให้คำปรึกษา ซึ่งแสดงถึงงาน ด้านบริการให้คำปรึกษา เป็นงานบริการที่ต้องใช้ความชำนาญ และ ความสามารถในแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นไปได้ยากมากที่จะรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันด้วยการใช้เทคโนโลยีมาบริหารจัดการ เนื่องจากต้องอาศัยตัวบุคคลเป็นหลักในการทำงาน

ระบบไม่สามารถติดตามสถานะของการให้บริการได้ ต้องมีการติดตามกันโดยใช้ โทรศัพท์ หรือ อีเมล หลายครั้งจนกว่างานจะเรียบร้อย ซึ่งจะทำให้เสียเวลามากในการติดต่อ และประสานงาน

ด้านบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ซึ่งแสดงถึงงาน ด้านบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยี มีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยี แต่มีความซับซ้อนทางด้านเอกสารเนื่องจากการขนส่งซึ่งต้องมีผู้รับผิดชอบเพียงผู้เดียว ซึ่งหากมีการออกเอกสารไม่ชัดเจน ระหว่างสมาชิกในกลุ่มจะก่อให้เกิดความยุ่งยาก และส่งผลกับการดำเนินการนำสินค้าเข้าในต่างประเทศ

ด้านงานให้บริการรถขนส่ง ผู้ประกอบการทั้ง 15 รายเห็นด้วยกับความเหมาะสมของธุรกิจให้บริการรถขนส่งสินค้า เนื่องจาก รถขนส่งสินค้า เป็นทรัพยากรที่จับต้องได้ และง่ายต่อการบริหารจัดการด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เป็นทรัพยากรที่เคลื่อนที่และสามารถติดตามสถานะการทำงานได้ ด้วยระบบติดตามสถานะ GPS และสามารถเพิ่มโอกาสในการรับสินค้าในรถเปล่าที่วิ่งกลับได้ค่อนข้างสูง เป็นการลดต้นทุนให้กับ ผู้ใช้บริการ อีกทั้งมีจุดหมายปลายทางที่ชัดเจน เช่น จุดรับสินค้า และ จุดส่งสินค้า เป็นต้น เอกสารไม่ซับซ้อนและยุ่งยากในการที่จะบริหารจัดการได้ในระบบหากมีการรวมกลุ่มโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ สามารถเปิดกว้างตลาดการทำงานได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นรูปแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน มีความเหมาะสมกับ ธุรกิจการให้บริการ รถขนส่งสินค้า (Transportation) มากที่สุด เนื่องจากสามารถมองเห็นภาพการทำงานที่ชัดเจนมากกว่า การให้บริการทางด้านอื่น ๆ ซึ่งรถขนส่งสินค้าถือเป็นกิจกรรมที่มีรถขนส่งสินค้า เป็นทรัพยากรหลักที่ยังคงเหลือใช้ และยังไม่เต็มศักยภาพ ที่สามารถจับคู่ความต้องการของอุปสงค์และอุปทาน ให้สามารถสร้างโอกาสเพิ่มรายได้ และใช้งานรถขนส่งสินค้าให้เต็มศักยภาพมากขึ้น ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)

4.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้การรวมกลุ่มในแนวเศรษฐกิจแบ่งปันให้ประสบความสำเร็จ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะที่ส่งเสริมซึ่งสามารถตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1.5.4. ที่ศึกษา ปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้การรวมกลุ่มในแนวเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ประสบความสำเร็จ และ ตัวแบบของการสร้างบริการในกลุ่มนี้จะมีลักษณะอย่างไร โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

1) ปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสำเร็จ

ดังจะสามารถอธิบายในตารางที่ 4.8. ได้ดังนี้

ตารางที่ 4. 8 ปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสำเร็จ

No.	ปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสำเร็จ	Entrepreneurs		Reference Counts		
		Medium	Small	Medium	Small	
1	ต้องสามารถเพิ่มการใช้งานของทรัพยากรได้เพิ่มมากขึ้น และมีผลประโยชน์ชัดเจน	5	10	381	129	252
2	ต้องมีกฎระเบียบการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบกลับได้	5	10	366	125	241
3	ต้องมีรูปแบบของเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ขั้นตอนง่าย โดยใช้บน PC และ มือถือ	5	10	350	117	233
4	ต้องสามารถเข้าถึงสถานะการทำงานได้รวดเร็ว และ ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง	5	10	322	109	213

จากตารางที่ 4.8. ซึ่งให้เห็นว่า มีผู้ประกอบการทั้งขนาดรายกลาง และ รายย่อย(SMEs) ทั้งหมด 15 ราย ได้กล่าวถึง การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ให้ประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องมียปัจจัยที่ส่งเสริม 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย รายละเอียดดังนี้

▪ **ปัจจัยที่หนึ่ง ต้องสามารถเพิ่มการใช้งานของทรัพยากรได้เพิ่มมากขึ้น และมีผลประโยชน์ชัดเจน**

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มจะต้องสามารถเพิ่มการใช้งานของทรัพยากรได้เพิ่มมากขึ้น โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทั้งหมด 381 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 129 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อย จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 252 ครั้ง โดยกล่าวว่า

“การรวมกลุ่มจะต้องทำให้สามารถมีงานเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น มีการใช้รถขนส่งได้มากขึ้น ไม่ต้องจอดวางๆ รอราน”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การรวมกลุ่มแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการที่จะตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม จะต้องแน่ใจว่ามีโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับงานมากกว่าตอนที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกลุ่ม ต้องมีผลประโยชน์รายได้ ที่ชัดเจนแน่นอน และเชื่อถือได้

▪ **ปัจจัยที่สอง ต้องมีกฎระเบียบการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้**

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มจะต้องมีกฎระเบียบการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถ

ตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทั้งหมด 366 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหาจำนวน 125 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาจำนวน 241 ครั้ง โดยกล่าวดังนี้

“การรวมกลุ่มกันเป็นพันธมิตรจะต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ระเบียบชัดเจน และงานทุกขั้นตอนต้องตรวจสอบย้อนกลับได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดได้เพิ่มเติมดังนี้

การที่ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มธุรกิจแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันได้นั้น เนื่องจากการมีคนจำนวนมากอยู่ในกลุ่ม แต่ละคนมีความคิดที่เหมือนกันบ้างและแตกต่างกันบ้าง มีความต้องการที่เหมือนกันบ้างไม่เหมือนกันบ้าง ดังนั้นการที่คนอยู่รวมกันจำนวนมาก ย่อมต้องมีกฎระเบียบและกฎเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน และโปร่งใส เพื่อให้ทุกคนที่เข้ามาร่วมอยู่ในกลุ่ม ยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ในการทำงานทุกขั้นตอนต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เช่นกัน

■ **ปัจจัยที่สาม ต้องมีรูปแบบของเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ขั้นตอนง่าย โดยสามารถใช้ได้ทั้งบนพีซี และ สมาร์ทโฟน**

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มจะต้องมีรูปแบบของเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ขั้นตอนง่าย โดยสามารถใช้ได้ทั้งบนพีซี และ สมาร์ทโฟน โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทั้งหมด 350 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหาจำนวน 117 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาจำนวน 233 ครั้ง โดยกล่าวไว้

“เทคโนโลยีต้องเข้าง่าย ไม่มีขั้นตอนมาก เพราะถ้ามากน่าคาใจ คนก็จะกลับไปใช้ระบบธรรมดาหมด การประมวลผลต้องรวดเร็วและแม่นยำ”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน การประมวลผลที่แม่นยำและรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการจะใช้ในการตัดสินใจ เนื่องจากไม่ต้องยุ่งยากซับซ้อนต้องเสียเวลาในการเรียนรู้เทคนิคใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องทันสมัยสามารถทำงานได้ทั้งบนพีซี และ สมาร์ทโฟน

■ **ปัจจัยที่สี่ ต้องสามารถเช็คสถานะการทำงานได้รวดเร็ว และ ทันทีตลอด 24 ชั่วโมง**

จำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มจะต้องสามารถเข้าถึงสถานะการทำงานได้รวดเร็วและทันที ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทั้งหมด 322 ครั้ง โดยจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงสภาพปัญหาจำนวน 109 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 213 ครั้ง

“เดี๋ยวนี้เทคโนโลยีทันสมัย และรวมเร็ว เพื่อความง่ายต้องสามารถทำงานบนพีซี และ สมาร์ทโฟนได้ ตลอด 24 ชั่วโมง จึงน่าสนใจเข้ามาใช้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน สิ่งสำคัญคือการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ รวมเอาผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) เข้ามาอยู่ร่วมกันบนแพลตฟอร์มเดียวกัน การทำงานได้ตลอดเวลา ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) จะตัดสินใจเลือกใช้ ไม่ต้องรอเวลาให้ถึงเวลาทำงานปกติ

4.6 การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะสามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน

ดังแสดงตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4. 9 การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน และประโยชน์ทั้งผู้ให้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender)

ลำดับ	สามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน	Entrepreneurs (n=15)				Reference	ประโยชน์ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน	
		Medium	Small	Medium	Small		Customer	Vender
1	ใช้รถขนส่งสินค้าได้เต็มศักยภาพมากขึ้น	5	10	115	268	383	-สามารถเรียกใช้ผู้ให้บริการที่อยู่ใกล้ๆ ได้ในราคาที่ถูก ประหยัดเวลา และรวดเร็วมากขึ้น -ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น	-สามารถ Feed งานสำหรับรถขนส่งได้มากขึ้น -รายได้เพิ่มมากขึ้น -ให้บริการได้ตรงเวลาได้มากขึ้น
2	ใช้รถขนส่งสินค้า เพื่อรับสินค้าที่พลิกกลับได้ ช่วยทำให้สามารถลดต้นทุนได้มากขึ้น	5	10	118	268	366	- ได้ราคาที่ถูกลง	-มีโอกาสได้ รับงานขนส่งที่พลิกกลับ (Back haul) ได้มากขึ้น -สามารถตั้งราคาให้ถูกเทียบสู้กับบริษัทใหญ่และต่างชาติได้
3	แรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง	5	10	109	232	341	-สะดวกในการติดต่อ และประสานงาน -ราคาถูกลง -สร้างความมั่นใจในการทำงานได้มากขึ้น	-ช่วยทำให้สามารถให้บริการที่หลากหลายจากการเชื่อมโยงเครือข่ายได้มากขึ้น -ต้นทุนถูกลง

จากตารางที่ 4.8 แสดงถึงผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้กล่าวถึงการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะช่วยสร้างโอกาสในการแบ่งปัน ได้ 3 ด้าน ซึ่งในแต่ละด้าน ส่งผลก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ ผู้ให้บริการ (Customer) และผู้ให้บริการ (Vender) ดังมีรายละเอียดดังนี้

▪ **ด้านที่หนึ่ง** สามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน การใช้รถขนส่งสินค้าได้เต็มศักยภาพได้มากขึ้น และสร้างประโยชน์ในกับ ผู้ให้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) ดังกล่าวไว้

“สามารถเรียกใช้บริการรถที่อยู่ใกล้ๆ ได้ตลอดเวลา สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลารอ ยังมีโอกาสรับงานที่พลิกกลับได้อีก”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะช่วยสร้างโอกาสในการแบ่งปัน การใช้รถขนส่งสินค้าได้เต็มศักยภาพได้มากขึ้น โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทั้งหมด 383 ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงโอกาสในด้านนี้ จำนวน 115 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงสภาพปัญหานี้จำนวน 268 ครั้ง ซึ่งในการรวมกลุ่มจะสามารถใช้รถขนส่งได้เต็มศักยภาพมากขึ้น ทำให้รถไม่จอดว่างเฉยๆ ได้มีโอกาสรับงานได้มากขึ้น โดยในส่วนของ ผู้ให้บริการ (Customer) จะได้ประโยชน์จากการที่สามารถเรียกใช้ ผู้ให้บริการ ที่อยู่ใกล้ๆ ได้ในราคา

ที่ถูกประหยัดเวลา และรวดเร็วมากขึ้น มีทางเลือกมากขึ้น ในขณะที่ ผู้ให้บริการ (Vender) ก็จะได้ประโยชน์ตรงที่ สามารถ Feed งานสำหรับรถขนส่งได้เพิ่มมากขึ้น และบริการได้ตรงเวลามากขึ้น

▪ **ด้านที่สอง** สามารถสร้างโอกาสในการใช้รถขนส่งสินค้า เพื่อรับสินค้าที่เยวกลับได้ ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนได้มากขึ้น และสร้างประโยชน์ในกับ ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender)

“ถ้าสามารถวิ่งรถเที่ยวเปล่าได้ ต้นทุนลดได้แน่นอน ถ้าทำได้เราก็จะสามารถลดราคาค่าขนส่ง เพื่อแข่งกับคู่แข่งได้”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะช่วยสร้างโอกาสในการแบ่งปัน โดยการนำรถขนส่งสินค้าเพื่อรับสินค้าที่เยวกลับได้ ซึ่งช่วยให้สามารถลดต้นทุนได้มากขึ้น โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทางด้านนี้ทั้งหมด 366 ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 118 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 268 ครั้ง ซึ่งในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) จะสามารถใช้รถขนส่งสินค้า เพื่อรับสินค้าที่เยวกลับได้ ซึ่งช่วยทำให้สามารถลดต้นทุนได้มากขึ้น เช่นกัน หมายถึง เมื่อรถขนส่งสินค้าทำการส่งสินค้า ณ จุดปลายทางเสร็จ หากมีการรวมกลุ่มจะทำให้สามารถลดต้นทุนได้เนื่องจากมีโอกาสในการรับงานที่เยวกลับได้ โดยไม่ต้องวิ่งรถเที่ยวเปล่าตีกลับ ซึ่งเสียประโยชน์ไปเปล่าๆ นอกจากนี้การรวมกลุ่มกันยังสามารถสร้างอำนาจในการต่อรองเช่น รวมตัวกันเป็นกลุ่ม (Group purchasing) (Ho et al., 2007) เพื่อสร้างอำนาจในการซื้อ เช่น ซื้อยางอะไหล่รถยนต์ในจำนวนมาก ซื้อน้ำมันเครื่องจำนวนมากๆ และอื่น ๆ ทำให้ สามารถลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการได้ เมื่อลดต้นทุนได้ ก็สามารถตั้งราคาค่าบริการ ได้ถูกลงได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ให้บริการ (Vender) และ จะได้ประโยชน์จากการมีโอกาสนำรถขนส่งที่เยวกลับ (Back haul) ได้มากขึ้น ในขณะที่ ผู้ใช้บริการ (Customer) ก็จะได้ประโยชน์ จากการลดต้นทุนต่างๆของ ผู้ให้บริการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนของ ผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกัน เช่น ได้ราคาค่ารถขนส่งสินค้าที่ถูกลง

▪ **ด้านที่สาม** สามารถสร้างโอกาสในการแบ่งปัน แรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่ง และสร้างประโยชน์ในกับ ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) ดังกล่าวไว้

“ถ้ารวมกลุ่มได้ผู้ใช้จะสะดวกมา ราคาที่ถูกลง ต้นทุนงานก็ลดลง สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการทำงานได้หลากหลายขึ้น”

ดังสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงปัจจัยที่จะทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ โดยกล่าวว่า การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันโดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ จะช่วยสร้างโอกาสในการแบ่งปัน ลดแรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง โดยมีจำนวนการกล่าวถึงทางด้านนี้ทั้งหมด 341 ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้ จำนวน 109 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 232 ครั้ง ซึ่งในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) จะสามารถลดแรงกดดันด้านราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง โดยกล่าวว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ และ ต่างชาติต่างมีการร่วมมือเป็นพันธมิตรกันเพื่อสร้างเครือข่ายให้เชื่อมโยงและครอบคลุมงานทุกด้านในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ว่า บริษัทใหญ่ในธุรกิจตัวแทนออกของ หนีสภาพปัญหา โดยการร่วมมือเป็นพันธมิตรกัน เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ดังนั้น การรวมกลุ่มกันจะสามารถช่วยสร้างโอกาสในการสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยง สามารถแบ่งปันต้นทุน และทรัพยากรอื่นๆ ร่วมกัน ส่งผลต่อความสามารถในการตั้งราคาในการให้บริการเทียบเคียงเพื่อแข่งขันได้กับคู่แข่งในตลาดได้ อีกทั้งยังสามารถให้บริการได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น สร้างประโยชน์ให้แก่ ผู้ให้บริการ (Customer) ให้สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ที่จะสามารถใช้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร (One stop services) เกิดความคล่องตัวในการทำงานได้มากขึ้น ราคาถูกลง และสร้างความมั่นใจในการใช้งานมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ประโยชน์ต่อ ผู้ให้บริการ (Vender) ช่วยทำให้สามารถให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นจากการเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกันมากขึ้น และมีต้นทุนถูกลงทำให้สามารถตั้งราคาสู้กับคู่แข่งในตลาดได้

4.7 ตัวแบบคุณลักษณะและประโยชน์ ของเทคโนโลยีที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ รูปแบบของเทคโนโลยีจะต้องมีคุณลักษณะการใช้งานเป็นอย่างไร จึงจะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม โดยสามารถแบ่งเป็น 5 คุณลักษณะได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.10. ดังนี้

ตารางที่ 4. 10 คุณลักษณะของเทคโนโลยีและประโยชน์ที่ได้รับของ ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ที่จะทำให้ ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม

ลำดับ	คุณลักษณะของเทคโนโลยี	Entrepreneurs (n=15)				Reference	ประโยชน์ที่ได้รับ	
		Medium	Small	Medium	Small		Customer	Vender
1	เข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้ได้ทั้งบน PC และ บน มือถือ	5	10	117	233	350	- เข้าถึงสถานะได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัด - ประหยัดเวลา และ ต้นทุนในการสืบค้นหาผู้ให้บริการ เสียเวลา	- ลดข้อจำกัดในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน เพราะใช้งานได้ง่าย ไม่เสียเวลาในการเรียนรู้ - ทำให้ผู้ประกอบการ ระดับล่างมีการพัฒนาความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยี
2	ต้องสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ และสามารถเชื่อมต่อสถานะงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	5	10	109	213	322	- สะดวกในการทำงาน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องรอเวลา ในชั่วโมงเปิดทำการ	- มีช่องทางในการรับงานเพิ่มมากขึ้น ตลอดเวลา สามารถจัดระบบงานได้รวดเร็วเพิ่มมากขึ้น
3	มีระบบป้องกัน และ สามารถพิสูจน์ตัวตนได้	5	10	111	153	264	- มั่นใจในการใช้บริการ ว่าเป็นผู้ให้บริการที่มีตัวตนที่แน่นอน และ ได้รับการคัดกรองจากกลุ่มเรียบร้อยแล้ว	- ลดความกังวลใจในข้อมูลที่จะไม่รั่วไหลไปสู่คนที่ไม่ใช่สมาชิก ส่งผลต่อความไว้วางใจในการที่จะเข้าร่วมกลุ่ม
4	ต้องแบ่งผลได้ชัดเจน และ โปร่งใส	5	10	104	66	170	- เข้าถึงทรัพยากรได้มากขึ้น มีรถยนต์ให้บริการได้มากขึ้น	- มีการจัดคิวของงาน ให้สามารถกระจายงานได้ทั่วถึง สมาชิกอย่างโปร่งใส
5	ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาที่ง่าย โดยเฉพาะต้องมีภาษาไทยด้วย	5	10	39	65	104	- เหมาะสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ ที่มีความรู้ไม่สูงมาก การใช้ภาษาง่าย จะทำให้เข้าถึงการใช้งานได้สะดวกขึ้น และ เกิดการใช้ซ้ำ จนเกิดเป็นความชอบ และ ความเคยชิน	- เหมาะสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ งานที่มีความรู้ไม่สูงมาก โดยเฉพาะพนักงานขับรถ เป็นต้น เมื่อการใช้งานง่าย สะดวกขึ้น เกิดการใช้ซ้ำ จนเกิดเป็นความชอบ และ ความเคยชิน

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะและประโยชน์ของเทคโนโลยี ที่ส่งเสริมทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจในการเข้าร่วมกลุ่ม โดยมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้ง 15 ราย ได้กล่าวถึง ปัจจัย 5 ด้าน

▪ **ด้านที่หนึ่ง** ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง คุณลักษณะของเทคโนโลยีต้องเป็นเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่ายและไม่ซับซ้อนและสามารถใช้ได้ทั้งบนพีซี และบนสมาร์ทโฟน โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยี ทั้งสิ้น 350 ครั้ง โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้ จำนวน 117 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 233 ครั้ง โดยกล่าวว่า

“เทคโนโลยีต้องทำไม่ซับซ้อน ต้องประหยัดเวลาในการสืบค้น ช่วยลดข้อจำกัดในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน เพราะถูกบังคับให้ต้องใช้ และต้องใช้ได้ทั้งพีซีและสมาร์ทโฟน”

โดยสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ จะต้องเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับยุคสมัย ปัจจุบัน อีกทั้งสามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน หลายขั้นตอน อีกทั้งยังต้องสามารถใช้งานได้สะดวก ทั้งบนพีซี และ บนสมาร์ตโฟน สำหรับประโยชน์ที่จะทำให้ ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) ตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) นั้น ในประโยชน์ของของ ผู้ใช้บริการ (Customer) จะต้องสามารถทำงานได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัดเรื่องของเวลา ระยะเวลา และลดต้นทุนในการสืบค้นหา ในขณะที่ประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ (Vender) ก็จะสามารถทำงานได้สะดวกและสามารถเข้าสถานะงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เมื่อนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยและง่ายไม่ซับซ้อนเข้ามาใช้ ทำให้สามารถลดข้อจำกัดในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน เนื่องจากสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่เสียเวลาในการเรียนรู้ เหมาะสำหรับผู้ปฏิบัติงานระดับล่างที่มีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์น้อย ง่ายต่อการเรียนรู้

▪ **ด้านที่สอง** ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง คุณลักษณะต้องสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และ ทุกสถานที่ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยีทั้งสิ้น 322 ครั้ง ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้ จำนวน 109 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 213 ครั้ง ซึ่งผู้ประกอบการได้กล่าวถึงประโยชน์ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (Customer) โดยกล่าวว่า

“ต้องใช้งานได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ ทำให้มีโอกาสในการรับงานได้มากขึ้น”

โดยสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

สามารถจองการทำงานได้ล่วงหน้า หรือ ทันทีในกรณีที่มีงานเร่งด่วน จะมีความสะดวกในการเรียกใช้บริการได้ตลอดเวลา โดยไม่จำเป็นต้องรอถึงเวลาเปิดทำการ ส่วนประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ (Vender) โดยกล่าวว่าสามารถมีช่องทางในการรับงานได้เพิ่มมากขึ้น และสามารถจัดระบบงานรถขนส่งได้ดีขึ้นเช่นเดียวกัน

▪ **ด้านที่สาม** ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง คุณลักษณะต้องมีระบบป้องกัน และสามารถพิสูจน์ตัวตนได้ เพื่อเป็นการป้องกันข้อมูลรั่วไหล โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยีที่จะสามารถสร้างความปลอดภัยทั้งสิ้น 264 ครั้ง ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงประเด็นนี้ จำนวน 111 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 153 ครั้ง โดยกล่าวไว้

“ต้องมีระบบป้องกันข้อมูล และพิสูจน์ตัวตนได้ จะได้มั่นใจในการใช้งาน”

โดยสามารถอธิบายได้เพิ่มเติมดังนี้

ซึ่งผู้ประกอบการได้กล่าวถึงประโยชน์ในส่วนที่ต้องมีระบบป้องกันและสามารถพิสูจน์ตัวตนได้ โดยผู้ประกอบการกล่าวถึง ประโยชน์ที่ ผู้ใช้บริการ (Customer) จะได้รับ คือจะสามารถลดความกังวลใจในความปลอดภัยของข้อมูลในกลุ่มจะไม่รั่วไหล ไปสู่ภายนอก มีความมั่นใจในการใช้บริการ ว่ามีตัวตนที่แน่นอน และได้รับการคัดกรองมาตรฐาน ในการให้บริการในมาตรฐานเดียวกัน จาก ผู้ดูแล (Services provider) เรียบร้อย ทำให้เกิดความไว้วางใจกันมากขึ้น สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ในขณะที่ประโยชน์ในส่วนของผู้ให้บริการ (Vender) สามารถลดความกังวลใจว่ามีระบบการป้องกันข้อมูลรั่วไหล ไปสู่คนที่ไม่ใช่สมาชิกในกลุ่ม ส่งผลทำให้ตัดสินใจในการร่วมกลุ่มมีมากขึ้น

▪ **ด้านที่สี่** ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง คุณลักษณะต้องสามารถทำการแบ่งผลประโยชน์ได้อย่างชัดเจนและโปร่งใส โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยีที่จะสามารถสร้างความโปร่งใส ในผลประโยชน์ต่างๆ ได้อย่างชัดเจน โดยมีการกล่าวถึงประเด็นดังกล่าว ทั้งสิ้น 170 ครั้ง ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงประเด็นนี้ จำนวน 104 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 66 ครั้ง โดยกล่าวไว้

“ต้องมีความโปร่งใส รายได้ต้องชัดเจน”

ดังจะสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

จะต้องมีผลประโยชน์ที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยผู้ประกอบการได้กล่าวถึงประโยชน์ในส่วนของผู้ให้บริการ (Vender) โดยระบบจะมีการจัดงานโดยอัตโนมัติ ด้วยระบบคิว ที่สามารถกระจายงานให้สมาชิกในกลุ่มได้อย่างทั่วถึง อย่างโปร่งใส ในขณะที่ ผู้ใช้บริการ (Customer) จะสามารถเข้าถึงทรัพยากรซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการ รถขนส่งสินค้า ได้ทั่วถึงมากขึ้น

▪ **ด้านที่ห้า** ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง คุณลักษณะของเทคโนโลยี จะต้องเป็นภาษาที่เข้าใจได้ง่าย โดยมีจำนวนผู้ประกอบการกล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยี โดยมีการกล่าวถึงประเด็นดังกล่าว ทั้งสิ้น 104 ครั้ง ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการ ทั้งหมด 15 ราย มีผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 5 ราย กล่าวถึงประเด็นนี้ จำนวน 39 ครั้ง ผู้ประกอบการขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ได้กล่าวดังนี้

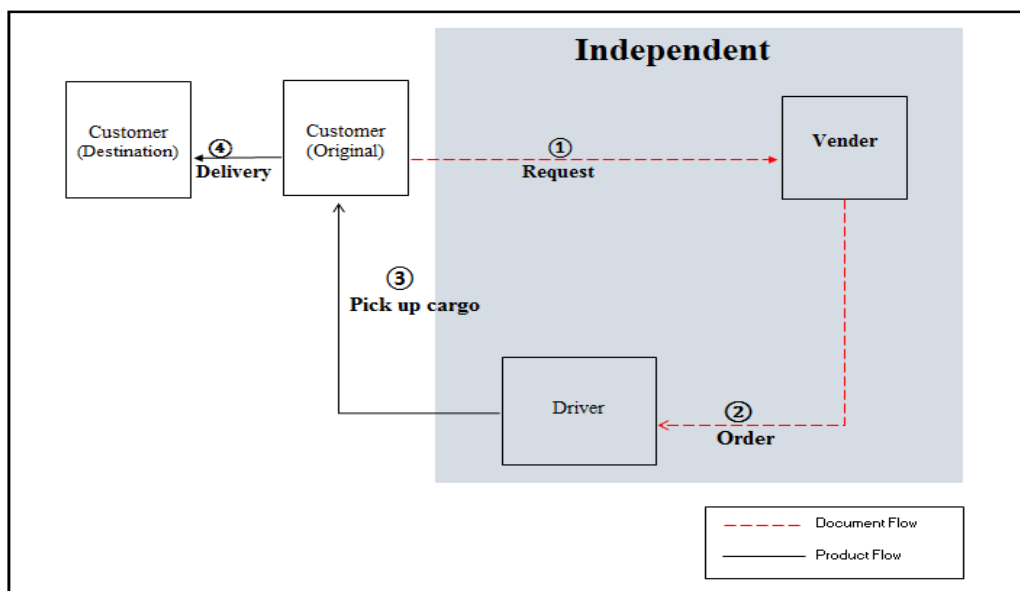
“ภาษาที่ใช้ต้องง่าย เพราะส่วนใหญ่เป็นพนักงานปฏิบัติงาน ดังนั้นภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาไทย เพื่อง่ายต่อคนใช้”

ดังจะสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ ดังนี้

ถึงโอกาสทางด้านนี้จำนวน 65 ครั้ง ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาที่ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องเป็นภาษาไทย ซึ่งเป็นประโยชน์ ทั้ง ผู้ใช้บริการ (Customer) และ ผู้ให้บริการ (Vender) เพื่อรองรับ

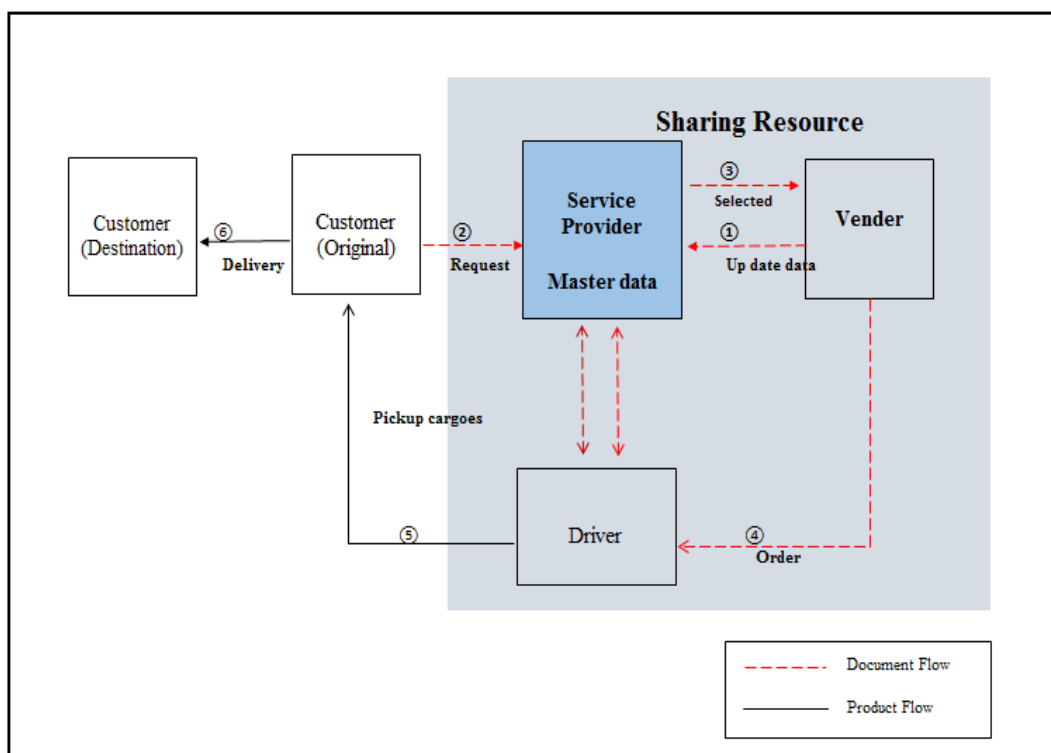
การทำงานที่เหมาะสมกับพนักงานระดับปฏิบัติงาน ที่มีความรู้ไม่สูงมาก การใช้ภาษาที่ง่าย จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถเข้าถึงการใช้งานได้สะดวกขึ้น และเกิดการใช้ซ้ำจนเกิดเป็นความชอบ และความเคย โดยเฉพาอย่างยิ่ง ในประเทศไทย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีฟังก์ชันที่เป็นภาษาไทย เพื่อรองรับการทำงาน of พนักงานระดับปฏิบัติงานในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก Nvivo ได้ทราบถึงสภาพปัญหาปัจจุบันของตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย ที่ยังคงเป็นการใช้บริการ รถขนส่งสินค้าแบบระบบการค้นหาผู้ให้บริการ ด้วยตนเองจากเว็บไซต์ จากบริษัทขนส่งที่มาเสนอราคา หรือจากการแนะนำต่อๆ กันมา ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการค้นหา ทำให้สูญเสียเวลาค่อนข้างมาก ทั้งที่มีรถขนส่งสินค้าที่ให้บริการอยู่มากมายที่จอดว่าง และไม่ม้งาน แต่ขาดโอกาสในการเข้าถึง ผู้ใช้บริการ โดยตรง ซึ่งในการให้บริการ ของบริษัทรถขนส่งสินค้าในปัจจุบัน ยังคงเป็นระบบ Manual ที่ทำการติดต่อสื่อสารกันทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และทางอีเมล ทำให้เกิดการล่าช้า ต่อการเช็คสถานะของงาน ส่งผลต่อการส่งมอบสินค้าล่าช้าในบางครั้ง โดยในปัจจุบันการให้บริการ รถขนส่งสินค้า(Transportation) ผู้ใช้บริการจะต้องเป็นผู้คัดสรร ผู้ให้บริการด้วยตนเอง ซึ่งในบางครั้งจะต้องเสียเวลาในการค้นหา และอาจจะได้ในราคาที่แพงเกินกว่าราคาท้องตลาด ทั้งที่มีรถขนส่งที่จอดว่างอยู่อีกมาก แต่ผู้ให้บริการไม่สามารถเข้าถึงแหล่ง โดยขั้นตอนการให้บริการ รถขนส่งให้ปัจจุบัน จะแสดงดังในภาพที่ 4.2. ดังนี้



ภาพที่ 4. 2 การทำงานในปัจจุบันของกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านงานบริการขนส่งสินค้า

จากรูปภาพที่ 4.2 แสดงให้เห็นการทำงานของการทำงานของการให้บริการ รถขนส่งสินค้า โดยการทำงานจะเป็นลักษณะเป็นเอกเทศ โดย ผู้ใช้บริการ จะทำการค้นหา ผู้ให้บริการ เมื่อตกลงราคากันเป็นที่เรียบร้อย ผู้ให้บริการ ก็จะส่งพนักงานขับรถให้ไปรับสินค้า ณ จุดต้นทาง เพื่อไปส่ง ณ จุดปลาย ซึ่งถือเป็นการเสร็จการให้บริการ ซึ่งข้อเสียของการให้บริการแบบนี้คือ ผู้ใช้บริการ ไม่สามารถเช็คสถานะงานได้ด้วยตนเอง ต้องคอยสอบถามจากผู้ให้บริการทางโทรศัพท์ ซึ่งบางครั้งผู้ให้บริการก็ไม่ได้สนใจที่จะเช็คให้ทันที ส่งผลกระทบกับงานของ ผู้ใช้บริการ ไม่สามารถวางแผนงานที่ต่อเนื่องได้ เสียเวลา ที่สำคัญต้องใช้บุคลากรจำนวนมากคอยประสานงานทั้งกระบวนการ และนอกจากนี้ยังต้องมีต้นทุนในการค้นหา การเสียเวลาไปกับการเจรจาต่อรอง (Allen & Berg, 2014) ก็ถือเป็นต้นทุนสำคัญอันหนึ่งเช่นกัน ซึ่งเป็นอุปสรรคในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย เป็นอย่างมาก ซึ่งหากเป็นระบบการทำงานในรูปแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) การทำงานทุกอย่างจะสามารถตรวจสอบสถานะงานได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกสถานที่ นอกจากนี้ระบบยังมีการการคัดกรองคุณภาพของผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้บริการ ว่าสินค้าที่ขนส่งจะปลอดภัย อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ รวดเร็ว ตรงเวลา และสามารถตรวจสอบกลับได้ จึงมีแนวคิดในการที่จะสร้างต้นแบบการทำธุรกิจแบบ B2B และ B2C โดยนำเอาเทคโนโลยี เว็บแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการในการรวมกลุ่มธุรกิจ เพื่อเอื้อประโยชน์ในการจับคู่ระหว่าง อุปสงค์ และ อุปทาน (ไทยพาณิชย์, 2558) รวมถึงโอกาสที่จะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการในการรวมกลุ่มธุรกิจ และคุณลักษณะของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ที่จะส่งเสริมทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม ซึ่งการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันนี้จะได้ประโยชน์ทั้ง ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ ตามภาพแสดงไว้ใน ตารางที่ 4.8 และ ตารางที่ 4.9 จากปัจจัยและอุปสรรคดังกล่าว จึงนำมาสู่แนวคิดการทำงานร่วมกันผ่านระบบสังคมออนไลน์ (Collaboration Network) ที่เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการรวมกลุ่มธุรกิจ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs (O'Halloran, 2007) โดยการทำธุรกิจ e-business ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถลดต้นทุน และ เพิ่มยอดขาย (Mills, 2011) ด้วยการนำเสนอต้นแบบการรวมกลุ่มธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ดังแสดงในภาพที่ 4.3 ได้ ดังนี้



ภาพที่ 4. 3 ต้นแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้วยระบบเทคโนโลยีบนแพลตฟอร์ม

4.8. ต้นแบบโมเดลการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ด้วยระบบเทคโนโลยีบนแพลตฟอร์ม

จากรูปภาพที่ 4.3. แสดงถึงแนวคิดต้นแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหา และสร้างโอกาสในการรวมกลุ่ม ให้กับธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้เป็นช่องทาง และเพิ่มโอกาสในการเพิ่มศักยภาพในการรองรับการแข่งขันในธุรกิจนี้ได้อย่างยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบ 4 ส่วน ส่วนแรก ผู้ใช้บริการ ส่วนที่สอง ตัวกลางผู้ให้บริการ (Service Provider) และส่วนที่สาม ผู้ให้บริการ และส่วนสุดท้าย พนักงานขับรถ

โดยกระบวนการทำงาน จะเริ่มจาก ผู้ให้บริการ อัปเดตข้อมูลจำนวนรถขนส่งสินค้า ที่ว่างอยู่ และสามารถให้บริการได้ มายัง ตัวกลางผู้ให้บริการ ได้ตลอดเวลาเมื่อ ผู้ให้บริการ มีรถขนส่งสินค้าว่างและพร้อมให้บริการ เมื่อผู้ให้บริการ เรียกใช้บริการมายัง ระบบ ซึ่งมีผู้ประสานงาน คอยดูแลอยู่ โดยขั้นตอนแรก ผู้ใช้บริการ จะต้องกรอกข้อมูล ซึ่งเป็นรายละเอียดชื่อของสินค้า ขนาดบรรจุ น้ำหนัก ขนาดรถที่ต้องการในการให้บริการรถขนส่งสินค้านี้ ลงไปในระบบ ซึ่งในการพัฒนาด้านแบบจะมีขนาดรถขนส่งสินค้าให้เลือกเพียงแค่ 2 ขนาด คือรถ หกล้อตู้ทึบ และ รถสิบล้อตู้ทึบ ดังภาพแสดงในรูปภาพ 4.4 และรูปภาพที่ 4.5. ดังนี้



ภาพที่ 4. 4 ขนาดรถหกล้อ ตู้ทึบ ที่มีขนาด กxยxส (2.20*7*2.20 เมตร) รับน้ำหนัก 5 ตัน



ภาพที่ 4. 5 ขนาดรถสิบล้อ ตู้ทึบ ที่มีขนาด กxยxส (2.30*7*2.30 เมตร) รับน้ำหนัก 10 ตัน

เมื่อ ตัวกลางประสานงานระบบ ได้รับข้อมูล ระบบจะทำการคัดเลือก ประมวลผล และหา ผู้ให้บริการ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกตามคิวดังนี้

- **เกณฑ์ที่หนึ่ง** คัดเลือก ผู้ให้บริการ ที่อยู่ใกล้ลูกค้าหรือจุดรับสินค้ามากที่สุด จากนั้น ระบบจะจัดส่งตำแหน่ง ผู้ให้บริการ ไปยัง ผู้ใช้บริการ และเมื่อ ผู้ใช้บริการ ยืนยันกลับไปยัง ตัวกลาง ให้บริการ (Services provider) จะทำการคำนวณค่าบริการตามระยะทาง ส่งไปให้ ผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งส่งข้อมูลพนักงานขับรถ เช่น ชื่อ ใบขับขี่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ รูปถ่าย และ หมายเลขทะเบียนรถ ไปยังผู้ให้บริการ ระบบจะเริ่มทำงานต่อเมื่อ ผู้ใช้บริการ ยืนยันการกลับ

- **เกณฑ์ที่สอง** ในกรณีที่ ผู้ให้บริการ ไม่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับจุดรับสินค้า ระบบตอบกลับว่า ขณะนี้ไม่มีรถให้บริการว่างอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ที่ ผู้ใช้บริการต้องการให้รับสินค้า หากต้องการให้ค้นหาต่อ ระบบจะค้นหาในอำเภอที่ใกล้เคียงต่อ โดยระบบจะขึ้นสถานะว่า รอการตอบกลับ จาก ผู้ให้บริการ จากนั้น ผู้ให้บริการจะทำการตอบกลับภายใน 20 นาที เมื่อผู้บริการยืนยันการการใช้งานกลับมา ระบบจะทำการคำนวณค่าบริการตามระยะทาง ส่งไปให้ ผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งส่งข้อมูลพนักงานขับรถ เช่น ชื่อ ใบขับขี่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ รูปถ่าย และ หมายเลขทะเบียนรถ ไปยังผู้ให้บริการ ระบบจะเริ่มทำงานต่อเมื่อ ผู้ใช้บริการ ยืนยันการกลับ โดยหลังจากตอบกลับ สถานะงานจะเปลี่ยนเป็น รอรับงาน

- **เกณฑ์ที่สาม** ในกรณีที่ระบบค้นหาอำเภอใกล้เคียงไม่มีรถขนส่งที่ว่างและสามารถให้บริการได้ ณ ขณะนั้น ระบบจะตอบกลับมายัง ผู้ใช้บริการว่า ขณะนี้ไม่มีรถให้บริการ ณ ขณะนี้

ท่านสามารถเลือกวันให้บริการใหม่ และกดยืนยัน ระบบจะเปลี่ยนสถานะเป็น การจองล่วงหน้า ทั้งนี้ และสถานะงานจะขึ้นว่า รอกการตอบกลับ จากผู้ให้บริการ จากนั้น ผู้ให้บริการจะทำการตอบกลับมา ภายใน 20 นาที หลังจาก ผู้ใช้บริการยืนยันการใช้บริการ ระบบ ไปยัง ตัวกลางให้บริการ (Services provider) จะทำการส่งราคาค่าบริการมายัง ผู้ใช้บริการ เพื่อรอกการยืนยันกลับ พร้อมทั้งจัดส่งข้อมูล พนักงานขับรถ เช่น ชื่อ ใบขับขี่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ รูปถ่าย และ หมายเลขทะเบียนรถ ไปยังผู้ให้บริการ ระบบจะเริ่มทำงานต่อเมื่อ ผู้ใช้บริการ ยืนยันการกลับ จากนั้นสถานะงานจะเปลี่ยนเป็น รอรับงาน

จากนั้น ผู้ให้บริการ จะส่งข้อมูลรายละเอียดในการทำงานทั้งหมด ไปยัง พนักงานขับรถ พนักงานขับรถกดยืนยัน การทำงาน จากนั้นการทำงานเริ่มขึ้น พนักงานขับรถ ขับรถไปรับสินค้า ณ ลูกค้าต้นทาง เมื่อตรวจเช็คสินค้าตามคำสั่งเรียบร้อย พนักงานขับรถ จะทำการถ่ายรูปสินค้า และให้เซ็นเอกสารการรับสินค้า(Delivery sheet) จากนั้นพนักงานขับรถ จะทำการอัปโหลดรูปภาพ เพื่อแจ้งสภาพสินค้าที่รับ ณ จุดต้นทาง เข้าไปในระบบ จากนั้นระบบ โดยตัวกลางให้บริการ (Services provider) จะทำการส่งข้อมูล ไปยังลูกค้าทั้งต้นทาง และลูกค้าปลายทาง พร้อมทั้ง ผู้ให้บริการ ได้รับทราบทาง SMS และ อีเมล นอกจากนี้ พนักงานขับรถ และลูกค้าต้นทาง จะทำการ ประเมินความพึงพอใจกันทั้งสองฝ่าย ด้วยวิธีให้คะแนน (Rating) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 คะแนน โดยมีระดับคะแนนดังนี้

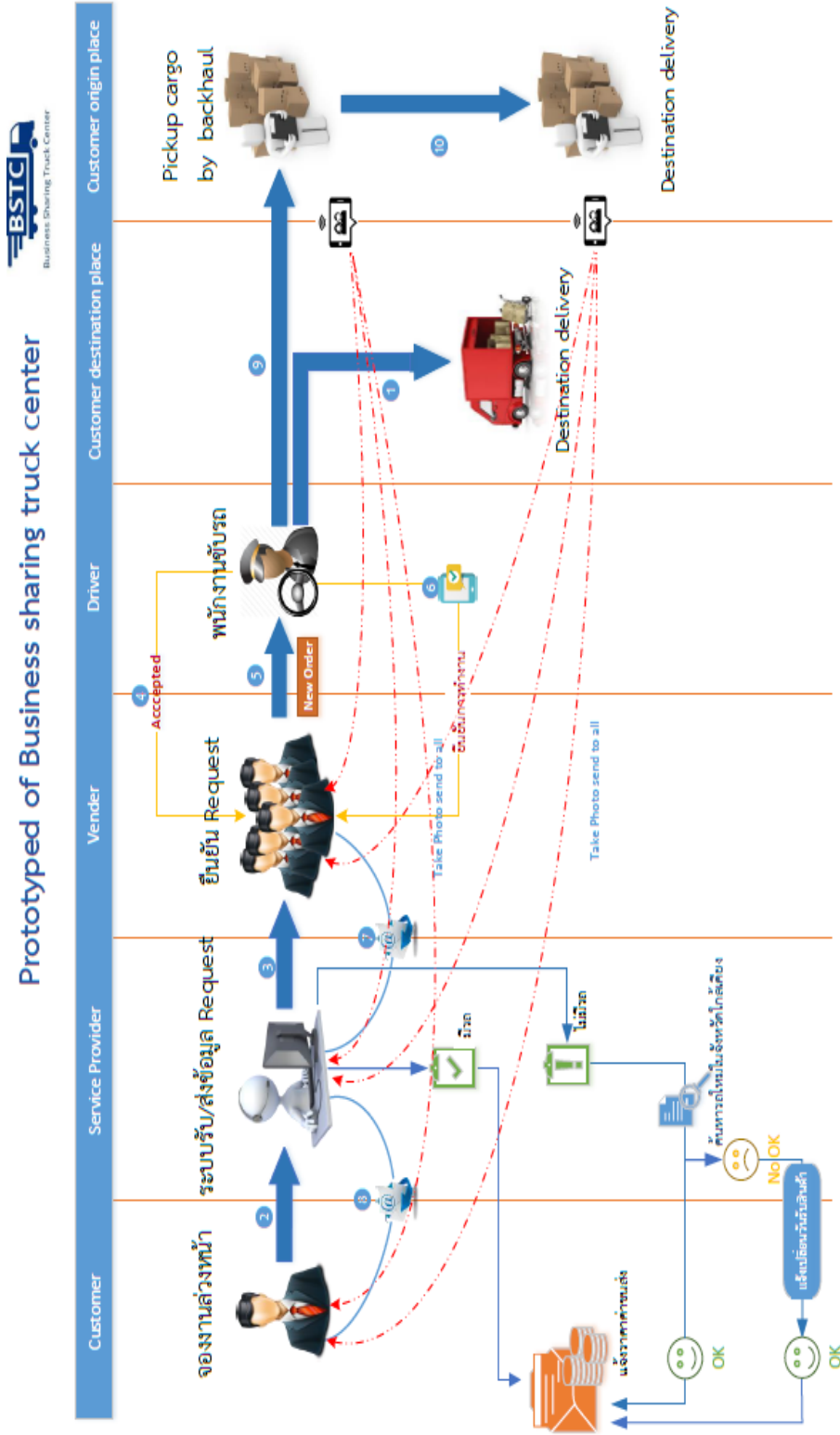
- ระดับคะแนน 5 = พอใจมากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 = พอใจมาก
- ระดับคะแนน 3 = พอใจปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 = น้อย
- ระดับคะแนน 1 = ควรปรับปรุง

เมื่อพนักงานขับรถ ไปส่งสินค้า ณ จุดปลายทาง เมื่อตรวจเช็คสินค้าตามคำสั่ง พนักงานขับรถ จะทำการถ่ายรูปสินค้า และให้เซ็นเอกสารการรับสินค้า(Delivery sheet) จากนั้นพนักงานขับรถ จะทำการอัปโหลดรูปภาพ เพื่อแจ้งสภาพสินค้าที่ส่ง ณ จุดปลายทาง เข้าไปในระบบ และระบบ ตัวกลางให้บริการ (Services provider) จะทำการส่งข้อมูล ไปยังลูกค้าทั้งต้นทาง ลูกค้าปลายทาง พร้อมทั้ง ผู้ให้บริการ ได้รับทราบทาง SMS และ อีเมล นอกจากนี้ พนักงานขับรถ และลูกค้าปลายทาง จะทำการ ประเมินความพึงพอใจกันทั้งสองฝ่ายอีกครั้ง โดยวิธีการให้คะแนน (Rating) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนเหมือนกับขั้นตอนการประเมิน ณ จุดลูกค้าต้นทาง และ โดยที่ระบบ ตัวกลาง

ให้บริการ (Services provider) จะนำเอาผลการประเมินความพึงพอใจ ทั้งหมดเพื่อไปปรับปรุงคุณภาพการทำงาน และสามารถคัดเลือก ผู้ให้บริการ เพื่อการให้บริการที่ดีขึ้น และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งกันได้ ณ จุดนี้ พนักงานขับรถ ปฏิบัติงานเสร็จเรียบร้อย ผู้ให้บริการ (Vender) จะส่งรายละเอียดรถคันที่ปฏิบัติงานเสร็จ เข้าไปในระบบ โดยตัวกลางให้บริการ (Services provider) เพื่อเข้าไปอยู่ในคิวเพื่อรอรับงานในลำดับต่อไป ทั้งนี้การทำงานทุกระบบในโมเดลนี้ จะสามารถทำงานได้ทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ และ สมาร์ทโฟน ดังสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลการทำงานด้วยการนำเทคโนโลยี ดังแสดงในภาพ 4.6



ภาพที่ 4. 6 แบบจำลองแสดงต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันของผู้ประกอบการตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย



Design by :Kanitta Chutanoparat

4.9 เปรียบเทียบราคาค่าขนส่ง ระหว่างราคาตลาด กับ ราคาของ Business sharing truck center

ปัจจุบันมีการแข่งขันราคากันอย่างรุนแรง ทำให้ราคาในท้องตลาดปัจจุบันมีความแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งโดยทั่วไปการตั้งราคากันในแต่ละครั้ง จะมีวิธีการคิดพื้นฐานเริ่มต้น ด้วย รายจ่ายคงที่ เช่น ค่าเสื่อมของราคารถ ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าเงินเดือนพนักงานขับรถ ค่าซ่อมแซม ค่าอะไหล่ ค่าจ้างในกาบริหาร ค่าต่อภาษี ค่าประกันภัย เป็นต้น และ บวกด้วยค่าน้ำมันรถซึ่งขึ้นอยู่กับระยะทาง ผู้วิจัยขอนำเสนอตารางค่าบริการ รถขนส่ง ซึ่งเป็น ราคาตลาด ดังแสดงงในตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ราคากลางค่าขนส่ง

		ราคาค่าขนส่ง					
		(Fix Rate)	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	step ต่อไป
ชนิดรถ		กม.ที่ 0 - กม.ที่ 20	21-30	31-40	41-50	51-60	
1	รถ 6 ล้อ ตู้ทึบ	1,900.00	2,250.00	2,600.00	2,950.00	3,300.00	(+350.00)
2	รถ 10 ล้อ ตู้	3,100.00	3,700.00	4,300.00	4,900.00	5,500.00	(+600.00)

จากตารางที่ 4.11 แสดงถึงราคาค่ารถขนส่ง ชนิด 6 ล้อ ตู้ทึบ โดยเริ่มตั้งแต่ราคาตั้งต้นด้วย ค่าใช้จ่ายคงที่ ที่เป็น ค่าเสื่อมของรถ และ ค่าบำรุงรักษา ค่าเงินเดือนพนักงาน ซึ่งค่าใช้จ่ายคงที่ในแต่ละบริษัทก็จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ในความสามารถการบริหารจัดการของแต่ละบริษัท ในกรณีนี้ราคา คงที่ของรถชนิด 6 ล้อจะเป็น 1,900.00 บาท และ ชนิดรถ 10 ล้อ จะเป็น 3,100.00 บาท จากการ สอบถามผู้ประกอบการ รถบรรทุกทุกสินค้า พบว่ากำไรโดยรวมอยู่ร้อยละ 30 ซึ่งและมีค่าการตลาด คิด เป็นร้อยละ 10 ค่าคอมมิชชั่นพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 10 ซึ่งเป็นตัวเลขที่ได้จากการสอบถาม ผู้ประกอบการ ที่ให้บริการทางด้าน รถขนส่งสินค้า จากนั้นนำราคาตั้งต้น มาบวกกับค่าบริการขั้น ต่อไปซึ่งจะคิดตามระยะทาง ทุก 10 กิโลเมตร ละ 350.00 บาทสำหรับชนิดรถ 6 ล้อ และ ทุก 10 กิโลเมตรละ 600.00 บาท สำหรับชนิดรถ 10 ล้อ โดยแสดงรายละเอียดราคาเปรียบเทียบ ระหว่าง ราคากลาง และ ราคา BSTC ในตารางที่ 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4. 12 เปรียบเทียบราคาต้นทุนจริง ระหว่างราคากลาง และ ราคา BSTC

ราคาตั้งต้นของราคากลาง	กำไรร้อยละ 30	ค่าการตลาด ร้อยละ 10	ค่าคอมมิชชั่น ร้อยละ 5	ต้นทุนจริง	กำไรจะสูงขึ้น
1900	570	190	95	1045	
3100	930	310	155	1705	
ราคาตั้งต้นของราคา BSTC	กำไรร้อยละ 30	ค่าการตลาด ร้อยละ 5		ต้นทุนจริง	
1800	540	90	90	1080	35
3000	900	150	150	1800	95

จากตารางที่ 4.12 สามารถอธิบายได้ว่า **ราคากลาง** จะมีต้นทุนจริงของ รถ 6 ล้อ หลังหักกำไร ร้อยละ 30 เท่ากับ 570.00 บาท หักค่าทางการตลาดร้อยละ 10 เท่ากับ 190.00 บาท หักค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานขายร้อยละ 10 เท่ากับ 95.00 บาท จะเหลือต้นทุนจริงอยู่ที่ 1,045.00 บาท และ ส่วนต้นทุนจริงของ รถ 10 ล้อ หลังหักกำไร ร้อยละ 30 เท่ากับ 930.00 บาท หักค่าทางการตลาดร้อยละ 10 เท่ากับ 310.00 บาท และหักค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานขายร้อยละ 10 เท่ากับ 155.00 บาท ส่งผลให้เหลือต้นทุนจริง 1705.00 บาท

ดังนั้นการตั้งราคาของกลุ่ม Business sharing truck center จะตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาดดังแสดงในตารางที่ 4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4. 13 ราคาค่าขนส่งของ Business sharing truck center

		ราคาค่าขนส่ง					step ต่อไป
		(Fix Rate)	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	
ชนิดรถ		กม.ที่ 0 - กม.ที่ 20	21-30	31-40	41-50	51-60	
1	รถ 6 ล้อ ตู้หีบ	1,800.00	2,100.00	2,400.00	2,700.00	3,000.00	(+300.00)
2	รถ 10 ล้อ ตู้	3,000.00	3,500.00	4,000.00	4,500.00	5,000.00	(+500.00)

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึง**ราคาของ BSTC** สำหรับรถ 6 ล้อ มีต้นทุนจริง 1,080.00 บาท และ รถ 10 ล้อ มีต้นทุนจริง 1,800.00 บาท ซึ่งแสดงในตารางที่ 4.11 โดยมีต้นทุนจริงที่นี้ จะเป็นค่าใช้จ่ายโดยรวมที่มาจาก เช่น ค่าเสื่อมราคารถ ค่าเงินเดือนพนักงาน เงินเดือนพนักงานขับรถ ค่าซ่อมแซมรถ ค่าอะไหล่ ค่ายาง ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ค่าต่อภาษีรถประจำปี และค่าประกันภัย เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบราคาค่ารถขนส่ง กับ ราคากลาง จะมีราคาค่ารถขนส่ง จาก 0-20 กิโลเมตร ราคาจะต่ำกว่าราคากลาง สำหรับรถ 6 ล้อ อยู่ที่ 100.00 บาท หลังจากนั้นจะเพิ่มขึ้นละ 50.00 บาท ในทุกๆ 10 กิโลเมตร และสำหรับรถ 10 ล้อ ราคาจะต่ำกว่าราคากลางอยู่ที่ 100.00 บาท หลังจากนั้นจะเพิ่มขึ้นชั้นละ 100.00 บาท ในทุกๆ 10 กิโลเมตร

สรุปได้ว่า หากคำนวณจากต้นทุนจริงและเปรียบเทียบระหว่าง ราคากลาง และ ราคาของ BSTC แล้ว จะเห็นได้ว่า ราคาของ BSTC จะได้กำไรสูงกว่า โดยรถ 6 ล้อ กำไรจะเพิ่มขึ้น 35.00 บาท และ รถ 10 ล้อ จะมีกำไรเพิ่มขึ้น 95.00 บาท ในกรณีที่ต้องเสียทั้งค่าการตลาดร้อยละ 5 ให้กับตัวกลางให้บริการ (Service provider) และเสียค่าคอมมิชชั่นพนักงานขาย ร้อยละ 5

หากผู้ประกอบการเข้ามารวมกลุ่ม BSTC ในความเป็นจริงจะเสียค่าการตลาดเพียงร้อยละ 5 ให้กับตัวกลางให้บริการ (Service provider) ไม่มีค่าคอมมิชชั่น ให้กับพนักงานทางการตลาด ส่งผลทำให้กำไรเพิ่มขึ้น ในรถ 6 ล้อ เท่ากับ 125.00 บาท (35+90) และ ในรถ 10 ล้อ เท่ากับ 245.00 บาท (95+150) ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรมากขึ้นจากการที่ไม่ต้องเสียค่าการตลาด ค่าคอมมิชชั่น แล้ว ผู้ประกอบการยังมีโอกาสที่จะได้รับงานมากขึ้นจากการแชร์ริงโดยระบบอัตโนมัติ

4.10 การตั้งเกณฑ์ในการทำงานสำหรับ ผู้ให้บริการ

การตั้งเกณฑ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากเนื่องจาก ต้องทำความเข้าใจกับสมาชิก ในรูปแบบมาตรฐานของการทำงาน กฎระเบียบ เกณฑ์ต่างๆ การอยู่ร่วมกันในกลุ่ม ผลประโยชน์ที่ได้รับ รวมถึงข้อพึงระวังในการให้บริการ และ การประเมินศักยภาพการให้บริการ ซึ่งในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะต้องมีขั้นตอน มีเกณฑ์ในการคัดเลือก ผู้ให้บริการ โดย ผู้ให้บริการที่มีความสนใจจะต้องยื่นใบสมัครมายัง Business sharing truck center ก่อน เพื่อทำการพิจารณา องค์ประกอบต่างๆ เช่น จะต้องเป็นนิติบุคคล และต้องยื่นงบการเงินอย่างถูกต้อง ประกอบกิจการหลัก เป็นรถขนส่ง จำนวนรถขนส่งสินค้าที่สามารถให้บริการได้ รถขนส่งทุกคันที่พร้อมให้บริการจะต้องติดตั้งระบบ GPS สำหรับติดตามสถานะของรถขนส่ง ใบอนุญาตของพนักงานขนส่ง การประกันการขนส่งสินค้า รวมถึงการประกันอุบัติเหตุ และประกันตัวสินค้า รายละเอียดพนักงานขับรถ เช่น ใบขับขี่ หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น โดยหลังจากได้รับอนุมัติแล้ว จะต้องเข้ามาทำความเข้าใจและยืนยันรับทราบกฎระเบียบในการใช้งานในกลุ่ม รวมถึงการอบรมพนักงานขับรถ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

- **การเข้าร่วมกลุ่ม Business sharing truck center** มีการจัดกลุ่มของบริษัทที่เข้าร่วม โดยแบ่งเป็น สมาชิก 2 ระดับ คือ สมาชิกระดับทอง และ สมาชิกระดับเงิน โดยสมาชิกที่เข้าร่วมในครั้งแรก จะเป็นสมาชิกระดับเงิน ทั้งหมด ซึ่งจะต้องมีการส่งเอกสารเข้ามาสมัครเป็นสมาชิก จากนั้น กลุ่มจะทำการคัดกรอง โดยพิจารณาจากเอกสารสำคัญที่จดทะเบียนการค้าไว้กับกระทรวงพาณิชย์

เมื่อได้รับการอนุมัติการเข้าร่วมกลุ่ม ผู้ให้บริการ จะต้องเข้าทำการอบรมวิธีและขั้นตอนการทำงาน รวมถึงวิธีการใช้งานของระบบ Business sharing truck center รวมถึงพนักงานขับรถก็ต้องเข้าอบรมในเรื่องของ การทำงาน ระเบียบการให้บริการ จากนั้น ระบบจะทำการลงทะเบียน และพร้อม ทั้งส่งหมายเลขที่ผ่าน เพื่อให้สมาชิกเข้าไปใช้งานในระบบได้

■ **การทำงาน** เมื่อเริ่มทำงานจริง ระบบจะแจกจ่ายงานให้กับ ผู้ให้บริการ โดยอัตโนมัติ ราคาต้องเป็นราคามาตรฐานเดียวกันทั้งหมด โดยที่ผู้ให้บริการจะต้องยอมรับ ในราคา ที่ทางกลุ่มได้ จัดทำขึ้น ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาท้องตลาด นอกจากนี้ เมื่อ ผู้ให้บริการ ได้รับมอบหมายงาน จะต้องทำหน้าที่ในการส่งมอบให้ทันเวลาที่กำหนดไว้ และจะต้องไม่ปฏิเสธงาน หากมีการยืนยันการทำงานกันเรียบร้อยแล้ว โดยหาก ผู้ให้บริการปฏิเสธ จะถูกตัดชื่อออกจากกลุ่มทันที หากพนักงานขับรถไปรับสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจจะมีเหตุสุดวิสัย จะต้องแจ้งให้ระบบ และทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง รับทราบก่อนล่วงหน้า หากมีการจัดส่งสินค้าล่าช้าโดยไม่แจ้ง ทางกลุ่มจะมีบันทึก หากเกิน 3 ครั้ง ทางกลุ่มจะตัดชื่อออกจากการเป็นสมาชิกทันที

■ **การประเมิน** การทำงานจากลูกค้าเป็น หัวใจสำคัญในการปรับปรุงมาตรฐานในการทำงาน ได้ดี ดังนั้น หาก ผู้ให้บริการประเมินผล พนักงานขับรถดี ติดต่อกัน 3 ครั้ง กลุ่มจะพิจารณาปรับระดับของสมาชิก จาก สมาชิกระดับเงิน เป็นสมาชิกระดับทอง ซึ่งสิทธิประโยชน์ของสมาชิกระดับ บัตรทอง จะได้รับการกระจายงานด้วยระบบอัตโนมัติ โดยจะมีความถี่ในการกระจายงานให้มากขึ้น ส่งผลทำให้ ผู้ประกอบการ เกิดโอกาสในการบริหารจัดการรถขนส่งสินค้า ได้ดีและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน หากผู้ให้บริการ มีคะแนนความพึงพอใจ ในเกณฑ์ไม่ดี กลุ่มจะเรียก ผู้ให้บริการ และ พนักงานขับรถเข้ามาคุยถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาศักยภาพในการทำงาน แต่ถ้าหากยังได้รับการ ประเมินผลต่ำ ติดต่อกัน 3 ครั้ง จำเป็นต้องพิจารณาการพ้นสภาพการเป็นสมาชิก

นอกเหนือจากนี้ทางกลุ่มมีการจัดทำเกณฑ์ในการประเมินจาก ผู้ใช้บริการ หากพนักงาน ได้รับการประเมินจาก ผู้ใช้บริการ ในคะแนนที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กลุ่มตั้งไว้ บริษัทจะต้องส่งพนักงาน เข้ารับการอบรมมาตรฐานการให้บริการ และหากหลังจากได้รับการอบรมแล้ว พนักงานยังได้รับ คะแนนประเมินเหมือนเดิม แสดงว่ายังไม่มีการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ทางกลุ่มจะพิจารณาคัดชื่อ พนักงานขับรถนั้นออกจากการทำงานในกลุ่ม แต่ในทางกลับกัน หากพนักงานขับรถได้รับการประเมิน จาก ผู้ใช้บริการในคะแนนที่ดีมาก ติดกัน 3 ครั้ง ทางกลุ่มจะพิจารณาปรับระดับของ ผู้ให้บริการจาก ระดับเงิน เป็นระดับทอง ซึ่งจะทำให้บริษัทมีโอกาสได้รับการเลือกใช้บริการในความถี่มากกว่า ผู้ ให้บริการระดับทอง

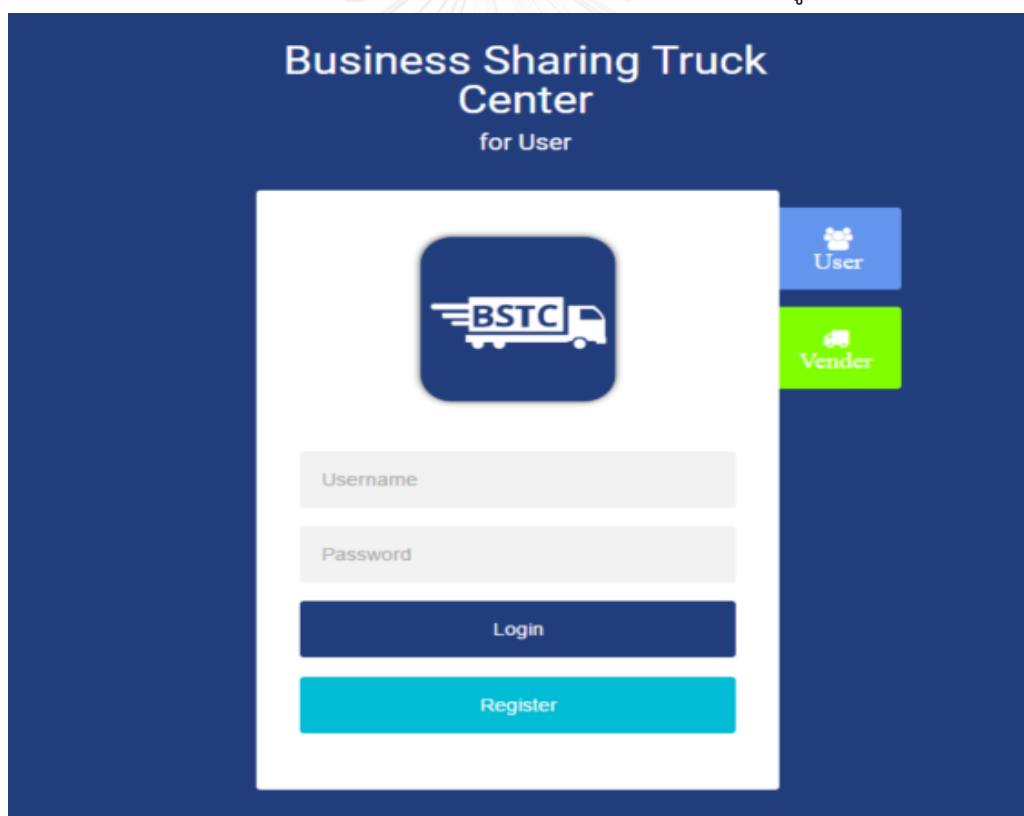
บทที่ 5

การพัฒนาระบบ การทดสอบการใช้งาน และการทดสอบเชิงพาณิชย์

5.1 การพัฒนาระบบ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยนี้เพื่อพัฒนาต้นแบบการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่มีขนาดประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยตัวแบบที่สร้างขึ้นได้จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพในบทที่ 4 และจากผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Nvivo และได้นำมาพัฒนาสร้างต้นแบบระบบ โดยมีวิธีการใช้ระบบการใช้งาน ดังนี้

- รูปแบบและวิธีการใช้ระบบ เว็บแอปพลิเคชัน ของ (Business Sharing Truck Center)
- เข้า เว็บไซต์ www.bsctruckcenter.com ซึ่งแสดงรูปภาพ 5.1 ดังนี้



ภาพที่ 5. 1 การเข้าหน้าเว็บไซต์สำหรับ login เข้าระบบ USER

จากรูปภาพที่ 5.1 แสดงถึงขั้นตอน ขั้นตอนเขียน สำหรับการใช้ครั้งแรก โดยการเลือกปุ่ม ด้านขวามือจะมีปุ่ม ผู้ใช้บริการ (User)

จากนั้นระบบจะให้ทำลงทะเบียน โดยการกรอกข้อมูลสำหรับ ผู้ใช้บริการ (User) ดังแสดงในภาพที่ 5.2. และ 5.3. ดังนี้

ภาพที่ 5. 2 หน้าจอหลักสำหรับลงทะเบียนการใช้

ภาพที่ 5. 3 การกรอกข้อมูลการลงทะเบียน

จากรูปภาพที่ 5.2. และ 5.3. แสดงถึงหน้าจอที่ ผู้ใช้บริการ (User) ต้องกรอกชื่อ รหัส และ อีเมลก่อนการใช้งาน ต้องขึ้นทะเบียนการใช้ก่อน โดยผู้ให้บริการสามารถกำหนด Username และ Password ได้ด้วยตัวเอง จากนั้น ผู้ใช้บริการ (User) จะต้องทำการกรอกข้อมูลส่วนตัว ดังแสดงใน ภาพที่ 5.4. ดังนี้

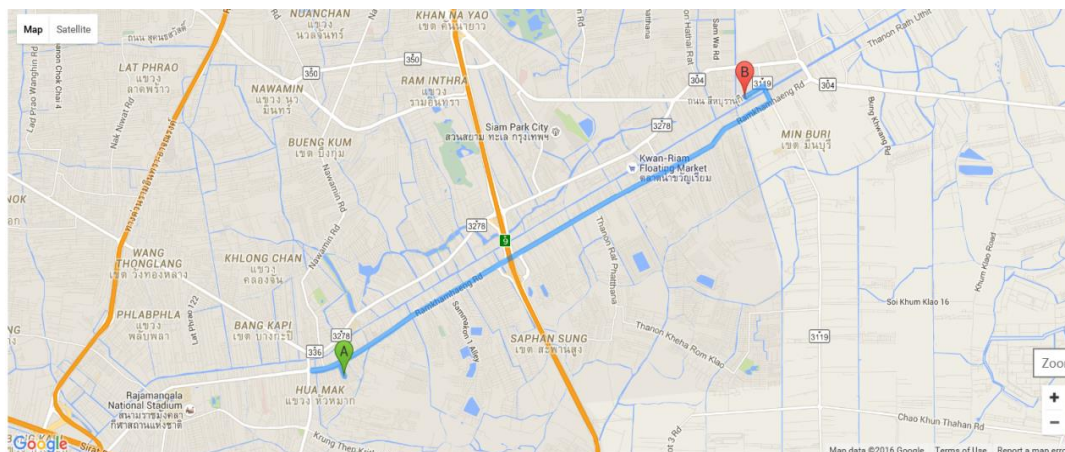
ภาพที่ 5. 4 หน้าจอการกรอกประวัติสำหรับ ผู้ใช้บริการ

ภาพที่ 5.4. แสดงถึงหน้าจอลงทะเบียน ที่ ผู้ใช้งาน (Customer) และส่วนของ ผู้ให้บริการ (Vender) ต้องป้อนข้อมูลเข้าไป เช่น ชื่อ นามสกุล ชื่อบริษัท อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ของบริษัท แล้วกดบันทึก จากนั้นเริ่มต้นการใช้งานได้ โดยเริ่มจาก ส่วนของผู้ใช้บริการ) Customer)

- เลือกประเภทที่ต้องการใช้ และใส่ข้อมูลรายละเอียดของการทำงาน ดังภาพที่ 5.5. ดังนี้

ภาพที่ 5. 5 หน้าจอการเลือกประเภทและใส่รายละเอียดของงาน

จากภาพที่ 5.5. แสดงถึงหน้าจอการกรอกข้อมูล ความต้องการต่างๆ ของผู้ใช้บริการ ซึ่งในที่นี้เป็นรถขนส่งสินค้า 2 แบบ คือ หกล้อ และ สิบล้อตู้ทึบ ซึ่งรถหกล้อ สามารถรับน้ำหนักได้ 5 ตัน และ รถสิบล้อ สามารถรับน้ำหนักได้ 10 ตัน โดยผู้ใช้บริการ ต้องกรอกข้อมูลสำคัญของ ชื่อสินค้า จำนวนสินค้า ลักษณะบรรจุภัณฑ์ น้ำหนักสินค้า กรอกข้อมูลสถานที่รับสินค้าและสถานที่ส่งสินค้า จากนั้นเลือกวันที่ รับสินค้า และ สถานที่รับสินค้า เมื่อเลือกข้อมูลเสร็จ กดค้นหา ดังแสดงในภาพ 5.6



สามารถลากจุดเพื่อชี้ตำแหน่งที่แน่นอน
สถานะการค้นหารถที่ให้บริการ :

ภาพที่ 5. 6 เส้นทางมารับและส่งสินค้า

จากรูปภาพที่ 5.6. แสดงเส้นทางการรับสินค้า ณ จุดต้นทาง และ ณ จุดส่งสินค้าปลายทาง ตามรายละเอียดที่ทาง ผู้ใช้บริการ ได้กรอกข้อมูลไว้ตั้งแต่เบื้องต้น หน้าจอนี้ระบบจะแสดงระยะทาง ผู้ใช้บริการสามารถปรับจุดตำแหน่งให้ตรงกับที่ต้องการมากขึ้นได้ โดยเอาเมาส์ไปคลิกที่สัญลักษณ์สีแดง หรือ สีเขียวได้ เมื่อตำแหน่งตรงตามที่ต้องการสามารถกดยืนยัน การใช้เข้าไปในระบบ จากนั้นระบบจะแจ้ง สถานะการยืนยัน จุดรับ และ ส่งสินค้า ขนาดรถขนส่งสินค้า รวมถึงราคาในการให้บริการ ดังแสดงในรูป 5.7.

สามารถลากจุดเพื่อชี้ตำแหน่งที่แน่นอน
สถานะการค้นหารถที่ให้บริการ : **กดยืนยันเพื่อให้บริการของเรา**

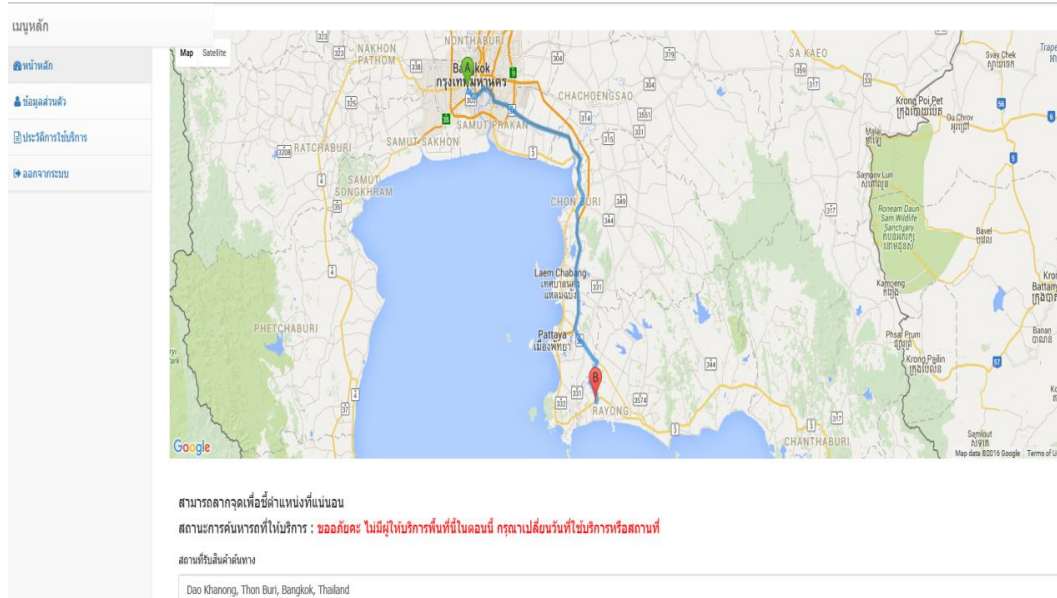
สถานที่รับสินค้าต้นทาง
หนองกร่าง ตำบล หนองกร่าง อำเภอ บึงลพบุรี 71220 ประเทศไทย

สถานที่จัดส่งสินค้า
แขวง สีนายาวร เขต สีนายาวร กรุงเทพมหานคร 10230 ประเทศไทย

ระยะทางโดยประมาณ	เวลาโดยประมาณ	จำนวนรถ 10 ล้อ (คัน)	จำนวนรถ 6 ล้อ (คัน)	ค่าขนส่ง
186 กม.	2 ชั่วโมง 48 นาที	1	1	18,400.00 บาท

ภาพที่ 5. 7 การยืนยันการรับงาน

- กรณีที่ไม่มีรถให้บริการ ณ เวลานั้น ระบบจะตอบปฏิเสธแจ้งว่าไม่มีรถให้บริการในพื้นที่ที่ต้องการ ณ ขณะนั้น ดังแสดงในรูปภาพที่ 5.8. ดังนี้



ภาพที่ 5. 8 สถานะการค้นหารถ ไม่มีให้บริการในพื้นที่ที่ต้องการ

จากรูปภาพที่ 5.8. ระบบจะแสดงสถานะการค้นหารถ ไม่มีรถให้บริการในพื้นที่ ณ ขณะนั้น ระบบจะถาม กลับไปยังผู้ใช้บริการ สามารถเปลี่ยนวันที่ใช้บริการได้หรือไม่ ถ้าได้ สถานะการทำงานจะเปลี่ยนเป็นการจองงานล่วงหน้าทันที ผู้ให้บริการที่ต้องการรับงานก็จะกดยืนยันรับงานเข้ามาทันที

- เช็คประวัติการใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 5.9. ดังนี้

ลำดับที่	ชื่องาน	วันที่รับสินค้า	รับสินค้าจาก	สถานที่จัดส่ง	ค่าขนส่ง	สถานะ
1	เครื่องสอสีโอ	18-06-2016	ด้าน บานเซวี่ อำเภอ บำเหน็จวีชัยบุรี 36170 ประเทศไทย	ทางพระชนบท ตำบลทรายมูล อำเภอ ลอกรักษ์ นครนายก 26120 ประเทศไทย	9,300.00 บาท	ลดอันดับจางคู่ส่ง
2	รถไม่กมบียง	16-06-2016	ถนน พระแสง ตำบล ท่าเรือ อำเภอท่ามะกา กาญจนบุรี 71130 ประเทศไทย	ตำบล ฉะนิ อำเภอลมสัก จันทบุรี ประเทศไทย	21,000.00 บาท	ลดอันดับจางคู่ส่ง
3	พลาตึก / wire harness	18-06-2016	Tha Mai, Tha Maka District, Kanchanaburi 71120, Thailand	Pak Song, Pak Song, Phato District, Chumphon, Thailand	30,500.00 BAHT	รับสินค้า
4	ประตูไม้สัก	19-06-2016	ตำบล ช่อฟ้า อำเภอ ปะทิวศก กาญจนบุรี ประเทศไทย	ซอย ทรัพย์นิภา แขวง ทรัพย์นิภา เขต ทรัพย์นิภา กรุงเทพมหานคร 10170 ประเทศไทย	10,000.00 บาท	รับสินค้า
5	กระดาษ	20-06-2016	Soi Ramkhamhaeng 60/5, Khwaeng Hua Mak, Khet Bang Kapi, Krung Thep Maha Nakhon 10240, Thailand	36 ถนน สีหราชูกิจ Khwaeng Min Buri, Khet Min Buri, Krung Thep Maha Nakhon 10510, Thailand	1,800.00 บาท	รายการลบจางคู่ส่ง
6	กระดาษ	20-06-2016	Soi Ramkhamhaeng 60/5, Khwaeng Hua Mak, Khet Bang Kapi, Krung Thep Maha Nakhon 10240, Thailand	36 ถนน สีหราชูกิจ Khwaeng Min Buri, Khet Min Buri, Krung Thep Maha Nakhon 10510, Thailand	1,800.00 บาท	รายการลบจางคู่ส่ง
7	พลาตึกส	21-06-2016	ตำบล ลีนถิ่น อำเภอ ทองผาภูมิ กาญจนบุรี ประเทศไทย	ซอย ตลาดเช้า 15 แขวง จอมพล เขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ประเทศไทย	8700	รายการลบจางคู่ส่ง
8	พลาตึกส	21-06-2016	ตำบล ลีนถิ่น อำเภอ ทองผาภูมิ กาญจนบุรี ประเทศไทย	ซอย ตลาดเช้า 15 แขวง จอมพล เขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ประเทศไทย	14500	รายการลบจางคู่ส่ง

ภาพที่ 5. 9 เช็คประวัติการใช้บริการ

จากรูปภาพที่ 5.9. แสดงถึงประวัติการใช้บริการ ซึ่งจะแสดงสถานะการทำงาน ของรถขนส่งแต่ละคัน เช่น รอรับสินค้า รอการตอบกลับจากผู้ส่ง หรือออเดอร์เสร็จสิ้นสมบูรณ์ นอกจากนี้ ในแต่ละรายการยังสามารถเข้าไปเช็ครายละเอียดของงาน ทั้งหมดได้ ดังแสดงในภาพที่ 5.10. ดังนี้

The screenshot displays a web application interface for order management. On the left is a sidebar menu with options like 'เมนูหลัก', 'หน้าหลัก', 'จัดการพนักงานขับรถ', 'จัดการรถ', 'ข้อมูลส่วนตัว', 'ประวัติการใช้งานบริการ', and 'ออกจากระบบ'. The main content area is titled 'รายละเอียดการจัดส่งสินค้า' and contains the following sections:

- รายละเอียดสินค้า:**
 - ชื่อสินค้า : เครื่องสแตอริโอ
 - จำนวน : 20 สิ่งไม่
 - น้ำหนักรวม (ตัน) : 10
 - ประเภทรถ : 5 ตัน (6 ล้อ 1 คัน)
- รายละเอียดการรับสินค้า:**
 - ข้อมูลผู้ติดต่อ : บริษัท SF Cinema ชัยภูมิ 00-1201390 นาย ประยูร วงศ์สว่าง 0892913124
 - สถานที่รับสินค้า : ตำบล บ้านเขว้า อำเภอ บ้านเขว้า ชัยภูมิ 36170 ประเทศไทย
 - วันที่และเวลาที่รับสินค้า : 18-06-2016 8:00
- รายละเอียดการส่งสินค้า:**
 - ข้อมูลผู้ติดต่อ : บริษัท SF Cinema นครนายก 00-1201313 นาย เสือเสือดง วิเศษสุด 0932314966
 - สถานที่ส่งสินค้า : ทางหลวงชนบท ตำบล ทราชมูล อำเภอ อองครักษ์ นครนายก 26120 ประเทศไทย
 - วันที่และเวลาที่ส่งสินค้า : 23-06-2016 8:00
- รายละเอียดการเดินทาง:**
 - ระยะทาง : 261 กิโลเมตร
 - เวลาที่ใช้โดยประมาณ : 3 ชั่วโมง 37 นาที
 - ค่าขนส่งที่ได้รับ : 9,300.00 บาท

At the bottom of the main content area, there is a blue button labeled 'ย้อนกลับ'.

ภาพที่ 5. 10 รายละเอียดการทำงาน

จากรูปภาพที่ 5.10 แสดงรายละเอียดการของการทำงานแต่ละงาน เช่น รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดชื่อที่อยู่ ผู้รับสินค้าทั้งต้นทางและ ปลายทาง จำนวนระยะทาง จำนวนการใช้เวลาในการเดินทาง ค่าขนส่งสินค้า เป็นต้น

ส่วนของผู้ให้บริการ (Vender)

- กรอก Login เพื่อใช้งาน



ภาพที่ 5. 11 หน้าจอหลักสำหรับลงทะเบียนส่วนของ ผู้ให้บริการ

จากรูปภาพที่ 5.11 แสดงหน้าจอหลักสำหรับลงทะเบียนในส่วนของผู้ให้บริการ (Vender) ผู้ให้บริการจะต้องรายละเอียดข้อมูลเพื่อขึ้นทะเบียน จากนั้น ระบบจะเป็นผู้กำหนดรหัสผ่านส่งกลับมาให้

- การกรอกข้อมูล ของ ผู้ให้บริการ (Vender) ดังแสดงในรูปภาพที่ 5.12. ดังนี้

ภาพที่ 5. 12 การกรอกข้อมูลของ ผู้ให้บริการ

จากรูปภาพแสดงที่ 5.12. ผู้ให้บริการ (Vender) จะต้องกรอกข้อมูลที่จำเป็นของบริษัทเพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลในการให้บริการ

หน้าจอหลักของ ผู้ให้บริการ (Vender) จะประกอบไปด้วย 4 หมวดซึ่งแสดงสถานะต่างๆ กัน ดังแสดงในภาพ ที่ 5.13 ดังนี้

The screenshot shows the BSTC Business Sharing Truck Center dashboard. It features a navigation menu on the left and a main content area with several sections:

- สรุปสถานะต่างๆ (Summary Status):** Four cards showing:
 - รถที่พร้อมใช้งาน (Trucks ready for use): 1
 - รถที่ออกงานอยู่ (Trucks currently working): 1
 - จำนวนงานทั้งหมด (Total work volume): 0
 - คะแนนผู้ประกอบการ (Operator rating): 4.5
- ออเดอร์ที่จ้างทั่วไป (General Hire Orders):** A table with columns: ลำดับ (Order No.), วันที่รับของ (Pickup Date/Time), ชื่อผู้จ้าง (Client Name), รายละเอียด (Details), สถานะ (Status). One entry is shown for order 1, dated 16-06-2016 at 8:00, for SF Chetana Siamkhi.
- ออเดอร์จากระบบแชร์ริง (Share Ring System Orders):** A table with the same columns as above. One entry is shown for order 1, dated 16-06-2016 at 9:00, for Samyee Sawangso.

ภาพที่ 5. 13 สถานะงานในแต่ละหมวด

จากภาพแสดงที่ 5.13 สรุปสถานะงานต่างๆ ในแต่ละหมวด ดังนี้

- รถที่พร้อมใช้งาน : คือจำนวนรถที่เข้าคิวไว้ พร้อมที่จะรับงาน
- รถที่ออกงานอยู่ : คือจำนวนรถของเราที่รับงานไปแล้ว
- จำนวนงานทั้งหมด : คืองานที่รับมาและทำเสร็จแล้วทั้งหมด
- คะแนนผู้ประกอบการ คือ คะแนนที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการประเมินของผู้ใช้บริการ

หลังจากที่ ผู้ใช้บริการ (User) ได้ทำการกรอกสถานที่ และรายละเอียดของงานเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดของงานทั้งหมดจะมาปรากฏอยู่บนหน้าจอแจ้งสถานะงานของผู้ให้บริการ (Vender) ดังจะมีสถานะการทำงาน แสดงในภาพที่ 5.14 ดังนี้

The screenshot shows a table titled "ออเดอร์จากระบบแชร์ริง" (Share Ring System Orders). It has a search bar and a table with columns: ลำดับ (Order No.), วันที่รับของ (Pickup Date/Time), ชื่อผู้จ้าง (Client Name), รายละเอียด (Details), and สถานะ (Status). One entry is shown for order 1, dated 16-06-2016 at 9:00, for Samyee Sawangso, with status "รอรับสินค้า" (Waiting for goods).

ภาพที่ 5. 14 หน้าจอการรับงานจาก ผู้ใช้บริการ ผ่านระบบ

จากภาพที่ 5.14 แสดงให้เห็นของหน้าจอการรับงาน ที่ ผู้ใช้บริการคีย์ข้อมูลเข้ามาเป็นงานปรกติรายวัน ซึ่งจะประกอบไปด้วยชื่อผู้ว่าจ้าง รายละเอียดวันและเวลาที่รับสินค้า

ในกรณีที่รถขนส่งไม่มีรถขนส่งพร้อมให้บริการในขณะที่ลูกค้าต้องการ ระบบจะย้อนถามผู้ให้บริการ ว่าสามารถเปลี่ยนวันรับสินค้าได้หรือไม่ ถ้าสามารถเปลี่ยนได้ ก็จะเป็นการจ้องการทำงานแบบลวงหน้า หรือ เรียกว่า ฟรื่อเตอร์ ซึ่งแสดงในรูปภาพที่ 5.15. ดังนี้

ในส่วนของออเตอร์ทั่วไป คือออเตอร์ที่ไม่เร่งด่วน กำหนดวันรับสินค้าไปส่งเป็นวันอื่นได้ หรือเรียกว่า ฟรื่อเตอร์ โดย Vender ทุกคนจะสามารถเห็นออเตอร์นี้ได้เมื่อมีการยื่นข้อมูลเข้ามา และสามารถรับงานได้ตามรายละเอียดด้านใน เช่น

ออเดอร์รับจ้างทั่วไป

Show entries Search:

ลำดับ	วันที่รับของ	ชื่อผู้จ้าง	รายละเอียด	สถานะ	ยื่นรับงาน
1	วันที่ : 18-06-2016 เวลา : 8:00	บริษัท SF Cinema ซียภูมิ 00-1201390 นาย ประยูร วงศ์สว่าง 0892913124	รายละเอียด	รอการตอบกลับจากผู้ส่ง	ยื่นรับงาน

Showing 1 to 1 of 1 entries

รายละเอียดการจัดส่งสินค้า

รายละเอียดสินค้า
 ชื่อสินค้า : เครื่องสแตอริโอ
 จำนวน : 20 สั่งไม้
 น้ำหนักรวม (ตัน) : 10
 ประเภท : 5 ตัน (6 ล้อ 1 คัน)

รายละเอียดการรับสินค้า
 ข้อมูลผู้ติดต่อ : บริษัท SF Cinema ซียภูมิ 00-1201390 นาย ประยูร วงศ์สว่าง 0892913124
 สถานที่รับสินค้า : ตำบล บ้านเขว้า อำเภอ บ้านเขว้า ซียภูมิ 36170 ประเทศไทย
 วันที่และเวลาที่รับสินค้า : 18-06-2016 8:00

รายละเอียดการส่งสินค้า
 ข้อมูลผู้ติดต่อ : บริษัท SF Cinema นครนายก 00-1201313 นาย เสือเสือ วิเศษสุด 0932314966
 สถานที่ส่งสินค้า : ทางหลวงชนบท ตำบล ทรายมูล อำเภอ องครักษ์ นครนายก 26120 ประเทศไทย
 วันที่และเวลาที่ส่งสินค้า : 23-06-2016 8:00

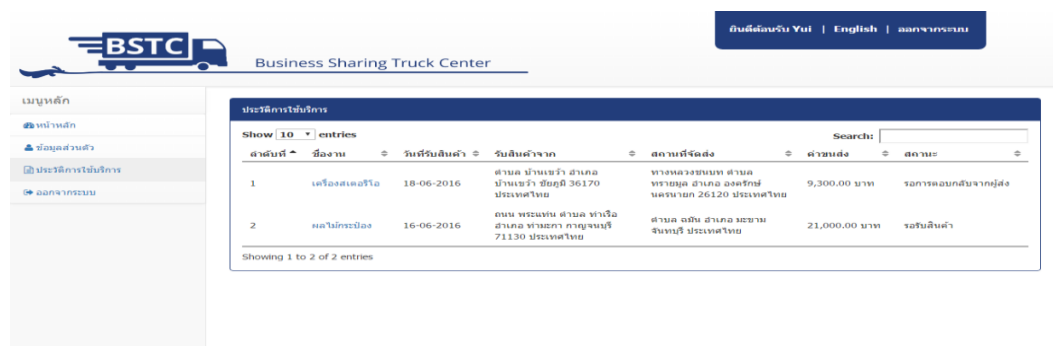
รายละเอียดการเดินทาง
 ระยะทาง : 261 กิโลเมตร
 เวลาที่ใช้โดยประมาณ : 3 ชั่วโมง 37 นาที
 ค่าขนส่งที่ได้รับ : 9,300.00 บาท

[ย้อนกลับ](#)

ภาพที่ 5. 15 หน้าจอแจ้งงานลวงหน้า

จากภาพที่ 5.15 แสดงหน้าจอ ในกรณีที่ ผู้ใช้บริการ มีการจองล่วงหน้า ในส่วนนี้ ผู้ให้บริการ (Vender)ทุกคนจะสามารถมองเห็นงานทั้งหมด ซึ่งหาก ผู้ให้บริการ สะดวกที่จะรับก็จะกด ยืนยันการรับงานเข้ามา

ผู้ให้บริการ สามารถเช็คประวัติการให้บริการ ซึ่งระบบจะโชว์ทั้ง การรับงานรายวัน และ งานที่เป็น ฟรื่อเตอร์ ดังแสดงในภาพที่ 5.16. ดังนี้



The screenshot shows the BSTC Business Sharing Truck Center interface. The main content area displays a table of service history entries. The table has columns for 'ลำดับที่' (Serial No.), 'ชื่องาน' (Job Name), 'วันที่รับสินค้า' (Goods Receipt Date), 'รับสินค้าจาก' (Goods From), 'สถานที่จัดส่ง' (Delivery Location), 'ค่าขนส่ง' (Transportation Fee), and 'สถานะ' (Status). Two entries are visible:

ลำดับที่	ชื่องาน	วันที่รับสินค้า	รับสินค้าจาก	สถานที่จัดส่ง	ค่าขนส่ง	สถานะ
1	เคื่องสเลอโร	18-06-2016	สามล บ้านเขว้า สามล บ้านเขว้า อีตง 36170 ประเทศไทย	ทางหลวงชนบท สามล ทรายมูล สามล อตกรษ นครนายก 26120 ประเทศไทย	9,300.00 บาท	รอการกลับจากผู้ส่ง
2	ผลไม้วะป่อง	16-06-2016	ถนน พระพน สามล เขารือ สามล พนมสนา สามลบุรี 71130 ประเทศไทย	สามล อปท สามล มะขาม สินบุรี ประเทศไทย	21,000.00 บาท	รอรับสินค้า

Below the table, it says 'Showing 1 to 2 of 2 entries'.

ภาพที่ 5. 16 ประวัติการทำงานของ BSTC

จากรูปภาพที่ 5.16. แสดงถึงประวัติการทำงานทั้งหมดของรถขนส่ง ซึ่งจะมีรายละเอียดแสดงสถานะ เช่น รอรับสินค้า รอการตอบกลับจากผู้ส่ง เป็นต้น

ผู้ให้บริการสามารถกดเข้าไปเพื่อให้คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานขับรถ แสดงในรูปภาพที่ 5.17. ดังนี้

The screenshot displays the 'รายละเอียดการจัดส่งสินค้า' (Product Details) page. It includes a navigation menu on the left with options like 'หน้าหลัก', 'หน้ารถ', 'ข้อมูลส่วนตัว', 'ประวัติการใช้งาน', and 'ออกจากระบบ'. The main content area is titled 'รายละเอียดการจัดส่งสินค้า' and contains three sections: 'รายละเอียดสินค้า' (Product Details), 'รายละเอียดการรับสินค้า' (Receiving Details), and 'รายละเอียดการเดินทาง' (Travel Details). At the bottom, there is a dropdown menu for 'คะแนนการให้บริการ' (Service Rating) set to '4', and buttons for 'ไปคะแนน' and 'ย้อนกลับ'.

© 2015 SBAdmin. All Rights Reserved | design by: Yohikuni | Valid CSS3 | XHTML
Thursday, June 06, 2016 - 17:39:48

ภาพที่ 5. 17 การให้คะแนนความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ

จากรูปภาพที่ 5.17. แสดงถึงรายละเอียดของงานคะแนนที่ ผู้ใช้บริการ ให้พนักงานขับรถ เพื่อสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการ และ เป็นข้อมูลในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งๆ ขึ้น

เมื่อรถได้ทำการส่งของเสร็จแล้ว ระบบจะรับการประเมินจากลูกค้า โดยมีการประเมินผ่านประวัติการใช้งานบริการของลูกค้า ดังแสดงในรูปภาพที่ 5.18 ดังนี้

The screenshot shows the 'สรุปลักษณะต่างๆ' (Summary) section with four cards: 'รถที่พร้อมใช้งาน' (1), 'รถที่ออกงานอยู่' (1), 'จำนวนงานทั้งหมด' (1), and 'คะแนนผู้ประกอบการ' (4). Below this is the 'ออเดอร์รับจ้างทั่วไป' (General Order) section, which includes a search bar and a table of orders.

ลำดับ	วันที่รับของ	ชื่อผู้จ้าง	รายละเอียด	สถานะ	ยืนยันรับงาน
1	วันที่: 18-06-2016 เวลา: 8:00	บริษัท SF Cinema ซอยภูมิ 00-1201390 นาย ประยูร วงศ์สว่าง 0892913124	รายละเอียด	รถารถอบคันจากผู้ส่ง	ยืนยันรับงาน

Showing 10 entries

Showing 1 of 1 entries

ภาพที่ 5. 18 หน้าจอแสดงคะแนนความพึงพอใจ

ภาพที่ 5.18 ภาพแสดงเมื่อผู้ใช้คลิกที่ "ประเมินผู้ให้บริการ" ก็จะเข้าไปที่หน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลและ ให้เลือกให้คะแนนแก่ผู้ให้บริการ และเมื่อเลือกคะแนนเสร็จ ระบบจะเปลี่ยนสถานะเป็น "ออเดอร์เสร็จสมบูรณ์" และในส่วนของผู้ให้บริการ ก็จะมีคะแนนขึ้นมาดังนี้

5.2 การทดสอบการใช้งาน

การทดสอบการใช้งานของโปรแกรม เป็นการทดสอบคำสั่งในคอมพิวเตอร์ที่ได้ออกแบบไว้ มีการประมวลผลถูกต้อง และรวดเร็วเหมาะสมกับการทำงานจริงหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ในการทดสอบมาปรับปรุงและแก้ไขให้การใช้งานดีขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 40 ราย โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ในส่วนของ **ผู้ให้บริการ** จำนวน 20 ราย โดยแบ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือ เจ้าของกิจการ จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 15 ราย และ ในส่วนของ **ผู้ใช้บริการ** จำนวน 20 ราย โดยแบ่งเป็นผู้บริการระดับสูง จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 15 ราย โดยที่ผู้วิจัยได้จัดทำแบบทดสอบสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้ระบบเว็บแอปพลิเคชัน ของ Bussiness Sharig Truck Center เพื่อทำการประเมินการใช้งานและ ยืนยันประสิทธิภาพการทำงานของระบบ โดยคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังรายละเอียด

ส่วนที่หนึ่ง เป็นส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ทำการทดสอบโปรแกรม

ส่วนที่สอง แบ่งคำถามออกเป็น 2 ข้อ

1) เป็นคำถามเกี่ยวกับ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) โดยมีหัวข้อคำถามดังนี้

ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของเว็บแอปพลิเคชัน

- ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ
- ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือการคำนวณเงิน)
- ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)
- ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล
- ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูลเป็นทางการ ตรงประเด็น และสื่อความหมายชัดเจน
- การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย
- การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลฯ มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบ หลุดบ่อยหรือไม่ การบันทึกข้อมูล การอัปโหลดภาพ การส่งข้อมูล)
- ความง่าย (User Friendly) ของการใช้งานของระบบ และ สะดวกในการค้นหาข้อมูล

- ระบบฐานข้อมูลฯ ถูกต้องครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนช่วยทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น
- ระบบฐานข้อมูลฯ ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ
- ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้าและพนักงานขับรถ ในระบบ real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพ
- ระบบฐานข้อมูลฯ อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆ ให้กับผู้บริหารประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ
- ผู้บริหารสามารถใช้ประโยชน์จากระบบฐานข้อมูลฯ ในการกำกับการดำเนินงานตามองค์ประกอบต่างๆ ได้อย่างสะดวก
- การเผยแพร่ ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติที่ได้จากระบบ
- การนำเชื่อถือได้ของระบบ
- ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ

2) เป็นคำถามการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ข. ด้านการออกแบบ

- ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ
- การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน
- ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม
- ความเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ

ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน

- ความรวดเร็วในการให้บริการและแก้ไขปัญหา
- เอกสาร/สื่อต่างๆ หรือ คู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนเข้าใจง่าย
- มีช่องทางในการติดต่อ/สอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ
- การให้บริการข้อมูลและแก้ไขปัญหาต่างๆของระบบ

สำหรับคำถามในส่วนที่สอง เป็นคำถามแบบลิเคิร์ต(Likert Scale) ที่เป็นคำถามในเชิงเปรียบเทียบ เรียงลำดับความคิดเห็นในการใช้เว็บแอปพลิเคชันโดยที่กำหนดตัวเลือก จำนวน 5 อันดับ ได้แก่

- ระดับคะแนน 5 = ดีมาก
- ระดับคะแนน 4 = ดี
- ระดับคะแนน 3 = ปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 = พอใช้
- ระดับคะแนน 1 = ควรปรับปรุง

ส่วนที่สาม เป็นคำถามความคิดเห็นเห็นกลุ่มตัวอย่าง ถึงแนวโน้มในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชันอีกในอนาคต

- กลับมาใช้อีก เนื่องจาก
- ไม่กลับมาใช้อีก เนื่องจาก
- ยังไม่แน่ใจ เนื่องจาก

ส่วนที่สี่ การประเมินแนวทางในเชิงพาณิชย์ (สามารถเลือกได้หลายข้อ)

- ท่านสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกเพื่อประโยชน์ในการจับคู่ อุปสงค์ (Demand) และ อุปทาน (Supply) เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ ประหยัดต้นทุน และมีโอกาสในการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น
- ท่านยินดีที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มโอกาสในการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีโอกาสลดการวิ่งรถขนส่งเที่ยวเปล่าลงได้
- ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี).....

ส่วนที่ห้า เป็นส่วนของการขอข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งประกอบด้วย

- ทางด้านเทคนิค
- ทางด้านการบริการ
- ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม/แนวทางในการปรับปรุง/ สิ่งที่คาดหวัง

ผู้วิจัยได้นำเสนอและอธิบายรายละเอียดของวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ขั้นตอนตอนในการพัฒนา วิธีใช้งานของเว็บแอปพลิเคชัน ด้วยสื่อต่างๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหวการทำงานของระบบเอกสารอธิบายการทำงานอื่นๆ ต่อกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างได้ทำการทดลองใช้งานของเว็บแอปพลิเคชัน และได้ทำการประเมินผลการทดลองใช้งาน และการยอมรับในเชิงพาณิชย์ ของเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center

5.3 ผลการทดสอบการใช้งานของระบบเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center

ผลการทดสอบสามารถอธิบายระดับการให้คะแนนการทดสอบในการยอมรับเว็บแอปพลิเคชัน โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ทดสอบ

- ส่วนของผู้ให้บริการ (Vender) ดังรายละเอียดตารางที่ 5.1 ดังนี้

ผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของ ได้ทำการทดสอบการยอมรับระบบเว็บแอปพลิเคชัน ดังมีรายละเอียดผู้ทำการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5. 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทดสอบ ในส่วนของ ผู้ให้บริการ (Vender)

ลำดับที่	ตำแหน่งผู้ทำการทดสอบ	ชนิดของกิจกรรมหลัก	ขนาดบริษัท	ผู้ให้บริการ (Vender)	ระดับบริหาร (n=5)	ระดับปฏิบัติงาน (n=15)
1	ประธาน/CEO	รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	S	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
2	กรรมการผู้จัดการ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
3	ผู้อำนวยการบริหาร	พิธีการศุลกากร	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
4	กรรมการผู้จัดการ	รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	S	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
5	ผู้จัดการทั่วไป	รถขนส่งสินค้าภายในประเทศและผ่านแดน	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
6	ผู้จัดการวางแผนงานทางด้านโลจิสติกส์	รถขนส่งสินค้า	M	<input checked="" type="checkbox"/>		1
7	หัวหน้าแผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้าภายในประเทศและผ่านแดน	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
8	หัวหน้าแผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
9	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกคลังสินค้า	คลังสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
10	หัวหน้าแผนกคลังสินค้า	คลังสินค้า	M	<input checked="" type="checkbox"/>		1
11	กรรมการผู้จัดการ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
12	ผู้จัดการวางแผนงานทางด้านโลจิสติกส์	รถขนส่งสินค้า	M	<input checked="" type="checkbox"/>		1
13	กรรมการผู้จัดการ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
14	ผู้จัดการแผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
15	พนักงานปฏิบัติงาน	รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
16	แม่กักขีบั้งขาออกและ ขาเข้า	พิธีการศุลกากร	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
17	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
18	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
19	หัวหน้าแม่กักขีบั้งขาเข้า และ ขาออก	พิธีการศุลกากร	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
20	พนักงานปฏิบัติงาน	พิธีการศุลกากร	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
					5	15

จากตารางที่ 5.1. แสดงถึงข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ ในกลุ่ม ผู้ให้บริการ ที่ให้บริการตัวแทนออกของ จำนวน 20 ราย ซึ่งได้จดทะเบียนไว้กับกระทรวงพาณิชย์ เน้นในแต่ละกิจกรรมตามที่ถนัด เช่น ให้บริการทางด้าน รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พิธีการศุลกากร รถขนส่งสินค้า เป็นต้น

โดยแบ่งผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับผู้บริหาร และ ระดับผู้ปฏิบัติการ สำหรับ**ระดับผู้บริหาร** จะมีผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบขนาดกลางจำนวน 2 ราย โดยเป็นผู้ให้บริการทางด้านพิธีการศุลกากร และ รถขนส่งสินค้าในประเทศและผ่านแดน และ ผู้ประกอบการระดับผู้ปฏิบัติการจำนวน 3 ราย โดยเป็นผู้ให้บริการ รับผิดชอบขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจำนวน 2 ราย และ ให้บริการ รถขนส่งสินค้า จำนวน 1 ราย สำหรับ**ระดับผู้ปฏิบัติการ** จะมีผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบ ขนาดกลาง จำนวน 3 ราย โดยเป็นผู้ให้บริการ รถขนส่งสินค้าจำนวน 2 ราย และ ผู้ให้บริการคลังสินค้าจำนวน 1 ราย และ สำหรับระดับผู้ปฏิบัติการ จำนวน 12 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ให้บริการทางด้าน รถขนส่งสินค้าจำนวน 6 ราย ให้บริการรถขนส่งสินค้าในประเทศและผ่านแดน จำนวน 1 ราย ให้บริการคลังสินค้าจำนวน 1 ราย ให้บริการพิธีการศุลกากร จำนวน 3 ราย และ ให้บริการรับผิดชอบขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 ราย

- ส่วนของผู้ใช้บริการ (Customer) ดังรายละเอียดตารางที่ 5.2 ดังนี้

ผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในธุรกิจตัวแทนออกของ ได้ทำการทดสอบการยอมรับระบบเว็บแอปพลิเคชัน ดังมีรายละเอียดผู้ทำการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 5.2 ดังนี้

ตารางที่ 5. 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทดสอบ ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User)

ลำดับที่	ตำแหน่งผู้ทำการทดสอบ	ชนิดของกิจกรรมหลัก	ขนาดบริษัท	ผู้ให้บริการ (User/customer)	ระดับบริหาร (n=5)	ระดับปฏิบัติงาน (n=15)
1	ผู้จัดการทั่วไป	โรงงานผลิตแป้งสำหรับใช้ทำอาหาร	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
2	ผู้จัดการทั่วไป	โรงงานผลิตขนม	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
3	ผู้อำนวยการบริหาร	โรงงานผลิตอุปกรณ์ป้องกันภัยในการก่อสร้าง	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
4	ผู้จัดการทั่วไป	โรงงานผลิตอุปกรณ์ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์	M	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
5	กรรมการผู้จัดการ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>	1	
6	แผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
7	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
8	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
9	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
10	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	พิธีการศุลกากร	M	<input checked="" type="checkbox"/>		1
11	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	พิธีการศุลกากร	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
12	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
13	แผนกซื้บ้่งขายออกและ	พิธีการศุลกากร	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
14	แผนกขนส่ง	รถขนส่งสินค้า	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
15	แผนกวางแผนงานทางด้านโลจิสติกส์	โรงงานผลิตโพน	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
16	แผนกส่งออก -น้ำซ้บ	เทรดดิ้ง	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
17	แผนกส่งออก -น้ำซ้บ	เทรดดิ้ง	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
18	แผนกจัดซื้อเคมีภัณฑ์	โรงงานผลิตเคมีภัณฑ์	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
19	เจ้าหน้าที่ดูแลการขายและการตลาด	เทรดดิ้ง	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
20	แผนกส่งออก -น้ำซ้บ	เทรดดิ้ง	S	<input checked="" type="checkbox"/>		1
					5	15

จากตารางที่ 5.2. แสดงถึงข้อมูลของผู้ทำการทดสอบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User/ Customer) ที่ใช้บริการรถขนส่งสินค้า จำนวน 20 ราย โดยแบ่งผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับผู้บริหาร และ ระดับผู้ปฏิบัติการ สำหรับระดับผู้บริหาร จะมีผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบขนาดกลางจำนวน 4 ราย ซึ่งเป็นโรงงานผลิต และเป็น ผู้ประกอบการขนาดย่อม ที่ให้บริการทางด้านรถขนส่งสินค้าจำนวน 1 ราย ส่วนระดับผู้ปฏิบัติการ จะมีผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบขนาดกลางจำนวน 2 รายที่เป็นผู้ให้บริการ พิธีการศุลกากร และ ผู้ให้บริการรถขนส่งสินค้าจำนวน 4 ราย ผู้ให้บริการรับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจำนวน 2 ราย โรงงานผลิตจำนวน 2 ราย และเทรดดิ้งจำนวน 4 ราย

ส่วนที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

- การทดสอบการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ในส่วนของ ให้บริการ (Vender) ในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านประสิทธิภาพและ

ประโยชน์ของระบบ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ดังแสดงในตารางที่ 5.3 ดังนี้

ตารางที่ 5. 3 ผลการทดสอบในส่วนของผู้ให้บริการในระดับผู้บริหาร ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ลำดับ	รายละเอียดของคำถาม	ส่วนผู้ให้บริการ ระดับผู้บริหาร (n=5)				
		จำนวนคำตอบร้อยละ				
	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)	1	2	3	4	5
		ควรปรับปรุง	พอใช้	ปานกลาง	ดี	ดีมาก
1	ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ				20	80
2	ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน)				60	40
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)				60	40
4	ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล			20	40	40
5	ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน				60	40
6	การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย			20	80	
7	การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลดน้อย)			20	60	20
8	ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ				20	80
9	ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น			20	40	40
10	ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ					100
11	ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time				40	60
12	ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดความสับสนในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านต่างๆให้ผู้บริหาร			20	20	60
13	การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ		20		80	
14	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ			40	60	
15	ความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการ				40	60
	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)					
	ข. ด้านการออกแบบ					
16	ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ				40	60
17	การจัดวางรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและใช้งาน				40	60
18	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม				80	20
19	ความเร็วในการแสดงผลภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ				60	40
	ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน					
20	ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา		20	40	40	
21	เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	60	20	20		
22	มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ		40	60		

จากตารางที่ 5.3. แสดงผลการทดสอบการใช้งานในส่วนของผู้ให้บริการ ในระดับผู้บริหาร จำนวน 5 รายโดยแยกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1) ในเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ให้คะแนนในคำถามข้อที่ 1 ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 4 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ให้คะแนนในคำถามข้อที่ 2 ระบบมีความรวดเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทาง หรือ การคำนวณเงิน) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และ ผู้ประกอบการ จำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 สำหรับคำถามข้อที่ 3 ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 คำถามข้อที่ 4 ความเหมาะสมของ

ขั้นตอนการบันทึกข้อมูล โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ให้คะแนนระดับ 4 ดี จำนวน 2 รายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 5** ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และ ชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนน ระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 6** การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 7** การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อยหรือไม่ การบันทึกข้อมูล การอัปเดตภาพ และการส่งข้อมูล โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 8** ความง่าย สะดวก ในการค้นหาข้อมูลในระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 60 และ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 9** ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 40 และ ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 10** ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยผู้ประกอบการจำนวน 5 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 **คำถามข้อที่ 11** ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 12** ระบบฐานข้อมูล อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆ ให้กับผู้บริหาร ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 13** การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 4 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 14** ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 2 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 15**

ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60

2) แสดงผลการทดสอบในด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยผลทดสอบแสดงใน **คำถามข้อที่ 16** ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 17** การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และมีผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 18** ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 19** ความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 20** ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 21** เอกสาร/คู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 1 ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 60 ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามที่ 22** มีช่องทางในการติดต่อ/สอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60

- การทดสอบการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ในส่วนของ ให้บริการ (Vender) ในระดับผู้ปฏิบัติการ ในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ดังแสดงในตารางที่ 5.4 ดังนี้

ตารางที่ 5. 4 ผลการทดสอบในส่วนของผู้ให้บริการในระดับผู้ปฏิบัติการ
ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ลำดับ	รายละเอียดของคำถาม	ส่วนผู้ให้บริการ ระดับผู้ปฏิบัติการ (n=15) จำนวนคำตอบร้อยละ				
		1 ควรปรับปรุง	2 พอใช้	3 ปานกลาง	4 ดี	5 ดีมาก
	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)					
	ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ					
1	ความเหมาะสมของเมนูใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ				46.67	53.33
2	ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน)			13.34	53.33	33.33
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)			26.67	33.33	40
4	ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล				33.33	66.67
5	ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน	6.67	6.67	6.67	53.33	33.33
6	การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย		6.67	6.67	66.66	26.67
7	การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อย)	13.33	33.33	33.33	26.67	26.67
8	ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ		6.67	6.67	53.33	40
9	ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น	6.67	13.33		20	60
10	ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ				13.33	86.67
11	ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time			6.67	6.66	86.67
	ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน					
12	ระบบฐานข้อมูล อ่านความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานการดำเนินงานต่างให้ผู้บริหาร			13.33	46.67	40
13	การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ		20		46.67	33.33
14	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ			26.67	46.67	26.67
15	ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ			13.34	33.33	53.33
	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)					
	ข. ด้านการออกแบบ					
16	ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ			13.33	26.67	60
17	การจัดวางรูปแบบในเริ่มใช้ได้ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน		6.67	6.67	26.67	66.66
18	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม	6.67	13.33	13.33	26.67	40
19	ความเร็วในการแสดงผลภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ			46.67	13.33	40
	ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน					
20	ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา		20	33.33	33.33	13.34
21	เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	40	6.67		20	33.33
22	มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ		20	26.67	33.33	20

จากตารางที่ 5.4. แสดงผลการทดสอบการใช้งานในส่วนของผู้ให้บริการ (Vender) ในระดับผู้ปฏิบัติการจำนวน 15 รายโดยแยกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1)ในเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ให้คะแนนใน **คำถามข้อที่ 1** ความเหมาะสมของเมนูใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 7 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และผู้ประกอบการจำนวน 8 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 **คำถามข้อที่ 2** ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.34 ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 3** ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู) โดยผู้ประกอบการจำนวน 4 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 และ

ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 4** ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล โดยผู้ประกอบการ 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 และผู้ประกอบการ จำนวน 10 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.67 **คำถามข้อที่ 5** ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการ 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามที่ 6** การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.67 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนในระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 7** การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อย) โดยผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.37 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 8** ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 8 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 9** ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนอธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น โดยที่มีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และผู้ประกอบการจำนวน 9 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 10** ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 และ ผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.67 **คำถามข้อที่ 11** ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และพนักงานขับรถในระบบ Real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายได้ให้คะแนน ระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนน ระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 และผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย ได้ให้คะแนน ระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.67 **คำถามข้อที่ 12**

ระบบฐานข้อมูล อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆ ให้ผู้บริหาร โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 13** การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 14** ความน่าเชื่อถือของระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนในระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ให้คะแนนในระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และผู้ประกอบการ 4 ราย ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 15** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนในระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.34 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ส่วนผู้ประกอบการจำนวน 8 คน ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33

2) แสดงผลการทดสอบในด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยผลทดสอบแสดงใน **คำถามข้อที่ 16** ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ โดยผู้ประกอบการ จำนวน 2 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 และผู้ประกอบการจำนวน 9 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 17** การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.66 **คำถามข้อที่ 18** ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม โดยที่ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 1 ต้องปรับปรุง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 2 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 และผู้ประกอบการ จำนวน 6 คน ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 19** ความเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนน

ระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 20** ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.34 **คำถามที่ 21** เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 1 ต้องปรับปรุง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.34 **คำถามข้อที่ 22** มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 และผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20

- การทดสอบการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ในส่วนของ ใช้บริการ (User/Customer) ในระดับผู้บริหาร ในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ดังแสดงในตารางที่ 5.5 ดังนี้

ตารางที่ 5. 5 ผลการทดสอบในส่วนของผู้ใช้บริการในระดับผู้บริหาร
ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ลำดับ	รายละเอียดของคำถาม	ส่วนผู้ให้บริการ (User/Customer) ระดับผู้บริหาร (n=5) จำนวนคำตอบร้อยละ				
		1 ควรปรับปรุง	2 พอใช้	3 ปานกลาง	4 ดี	5 ดีมาก
	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)					
	ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ					
1	ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ			20	60	20
2	ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน)				80	20
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)			40	60	
4	ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล			40	60	
5	ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน					100
6	การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย			20	60	20
7	การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลวมๆ)			20	60	20
8	ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ				80	20
9	ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น			20	60	20
10	ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ				60	40
11	ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time			20	80	
	ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน			40	40	20
12	ระบบฐานข้อมูล อ่านความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆให้ผู้บริหาร			40	40	20
13	การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ			20	60	20
14	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ			80	20	
15	ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ			80		20
	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)					
	ข. ด้านการออกแบบ					
16	ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ				80	20
17	การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน				80	20
18	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม			20	60	20
19	ความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ			20	80	
	ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน					
20	ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา			20	60	20
21	เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	60	20		20	
22	มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ				40	60

จากตารางที่ 5.5. แสดงผลการทดสอบการใช้งานในส่วนของผู้ใช้บริการ (User/Customer) ในระดับผู้บริหารจำนวน 5 รายโดยแยกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1) ในเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ให้คะแนนในคำถาม **ข้อที่ 1** ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 2** ระบบมีความรวดเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทาง หรือ การคำนวณเงิน) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และ ผู้ประกอบการ จำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 สำหรับ**คำถามข้อที่ 3** ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 4** ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 3 ปาน

กลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 **คำถามข้อที่ 5** ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 5 รายให้คะแนน ระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 **คำถามข้อที่ 6** การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 7** การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อยหรือไม่ การบันทึกข้อมูล การอัปเดตภาพ และการส่งข้อมูล โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 8** ความง่าย สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 9** ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 10** ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 2 คน ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 11** ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และผู้ประกอบการจำนวน 4 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 12** ระบบฐานข้อมูล อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆ ให้กับผู้บริหาร ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และ ผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 13** การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 14** ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 4 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และ ผู้ประกอบการจำนวน

1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 15** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20

2) แสดงผลการทดสอบในด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยผลทดสอบแสดงใน **คำถามข้อที่ 16** ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 17** การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 18** ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 19** ความเร็วในการแสดงผลภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และผู้ประกอบการจำนวน 4 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 20** ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 1 รายให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 21** เอกสาร/คู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 1 ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 60 ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 22** มีช่องทางในการติดต่อ/สอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 รายให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60

- การทดสอบการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User/Customer) ในระดับปฏิบัติการ ในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ดังแสดงในตารางที่ 5.6 ดังนี้

ตารางที่ 5. 6 ผลการทดสอบในส่วนของผู้ใช้บริการในระดับผู้ปฏิบัติงาน ในด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ลำดับ	รายละเอียดของคำถาม	ส่วนผู้ให้บริการ ระดับผู้ปฏิบัติงาน (n=15)				
		จำนวนคำตอบร้อยละ				
		1	2	3	4	5
		ควรปรับปรุง	พอใช้	ปานกลาง	ดี	ดีมาก
	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)					
	ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ					
1	ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ			6.67	66.66	26.67
2	ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน)			6.67	60	33.33
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)			20	40	40
4	ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล			20	40	40
5	ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน			6.67	60	33.33
6	การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย			26.67	53.33	20
7	การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบทูลดบอย)			26.67	46.66	26.67
8	ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ			26.67	46.66	26.67
9	ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น			6.67	60	33.33
10	ระบบฐานข้อมูลฯ ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ				20	80
11	ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และ พนักงานขับรถในระบบ Real time			6.67	46.67	46.66
	ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน					
12	ระบบฐานข้อมูลฯ อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในด้านต่างๆให้ผู้บริหาร			6.67	60	33.33
13	การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ			13.33	60	26.67
14	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ			6.67	66.66	26.67
15	ความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการ				66.66	33.34
	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)					
	ข. ด้านการออกแบบ					
16	ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าเว็บเพจ				26.67	73.33
17	การจัดวางรูปแบบในเว็บให้ดูง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน				46.67	53.33
18	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม			6.67	60	33.33
19	ความเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ			13.33	40	46.67
	ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน					
20	ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา			13.33	60	26.67
21	เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	6.67	20	13.33	40	20
22	มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ			20	60	20

จากตารางที่ 5.6. แสดงผลการทดสอบการใช้งานในส่วนของผู้ใช้บริการ (User/Customer) ในระดับผู้ปฏิบัติงานจำนวน 15 รายโดยแยกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1) ในเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ให้คะแนนใน **คำถามข้อที่ 1** ความเหมาะสมของเมนูใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 10 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.66 และผู้ประกอบการจำนวน 4 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 2** ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน) โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 3** ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู) โดยผู้ประกอบการจำนวน 3 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20

ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 4** ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล โดยผู้ประกอบการจำนวน 3 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 **คำถามข้อที่ 5** ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการ 9 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ผู้ และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามที่ 6** การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน มีความปลอดภัย โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนในระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 7** การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อย) โดยผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดีเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.66 และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 8** ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลในระบบ โดยผู้ประกอบการจำนวน 4 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.66 ผู้ประกอบการจำนวน 7 รายได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.66 ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 9** ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนอธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น โดยที่มีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วน 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 5 รายได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 10** ระบบฐานข้อมูล ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 และ ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 **คำถามข้อที่ 11** ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้า และพนักงานขับรถในระบบ Real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายได้ให้คะแนน ระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนน ระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 และ ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนน ระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.66 **คำถามข้อที่ 12** ระบบฐานข้อมูล อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่างๆ ให้ผู้บริหาร

โดยมีผู้ประกอบการ จำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 13** การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 14** ความน่าเชื่อถือของระบบ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ให้คะแนนในระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ให้คะแนนในระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.66 และผู้ประกอบการ 4 ราย ให้คะแนนระดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 15** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.66 ส่วนผู้ประกอบการจำนวน 5 คน ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.34

2) แสดงผลการทดสอบในด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยผลทดสอบแสดงใน **คำถามข้อที่ 16** ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ โดยผู้ประกอบการ จำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 และผู้ประกอบการจำนวน 11 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.33 **คำถามข้อที่ 17** การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน โดยมี ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33 **คำถามข้อที่ 18** ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม โดยที่ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 **คำถามข้อที่ 19** ความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.67 **คำถามข้อที่ 20** ความเร็วในการให้บริการและแก้ปัญหา โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.67 **คำถามข้อที่ 21** เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย ได้ให้คะแนนระดับ

1 ต้องปรับปรุง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 **คำถามข้อที่ 22** มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้ คะแนนระดับ 3 ปานกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 4 ดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย ได้ให้คะแนนระดับ 5 ดีมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center อีกในอนาคต

จากผลทดสอบแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแนวโน้มที่จะกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center อีกในอนาคต โดยแยกออกเป็น ดังแสดงในตารางที่ 5.7 ดังนี้

ตารางที่ 5. 7 ความคิดเห็นในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชัน

คำถาม	ผู้ให้บริการ (Vender)		ผู้ใช้บริการ (User/Customer)	
	ระดับผู้บริหาร (n=5) (ร้อยละ)	ระดับปฏิบัติการ (n=15) (ร้อยละ)	ระดับผู้บริหาร (n=5) (ร้อยละ)	ระดับปฏิบัติการ (n=15) (ร้อยละ)
กลับมาใช้อีก	80	93.33	80	86.67
ไม่กลับมาใช้	0	0	0	0
ยังไม่แน่ใจ	20	6.67	20	13.33
	100	100	100	100

จากตารางที่ 5.7 แสดงให้เห็นว่า หลังจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ทำการทดสอบการใช้งานระบบ Business sharing truck center แล้ว พบว่า

ในส่วนผู้ให้บริการ (Vender) ในระดับผู้บริหารที่ทำการทดสอบการใช้งาน จำนวน 5 ราย มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้งานอีกในอนาคต จำนวน 4 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 เนื่องจากเป็นระบบที่ทันสมัย สะดวกในการใช้งาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับการทำงานได้ ลดเวลาในการทำงาน ในยุคการแข่งขันสูง และอีกจำนวน 1 รายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้ระบบ

อีกหรือไม่ เนื่องจาก ยังไม่แน่ใจในเรื่องของความปลอดภัยของข้อมูล ส่วน ในระดับผู้ปฏิบัติการ จากจำนวนผู้ทำการทดสอบจำนวน 15 ราย พบว่ามีจำนวน 13 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.67 ที่มีแนวโน้มจะกลับมาใช้ระบบอีกในอนาคต และอีก 2 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.33 ที่ยังไม่แน่ใจจะกลับมาใช้ระบบในอนาคตอีกหรือไม่ โดยให้เหตุผลเหมือนกัน

ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User/Customer) ในระดับผู้บริหารที่ทำการทดสอบการใช้งานจำนวน 5 ราย มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้งานอีก จำนวน 4 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 เนื่องจากเป็นระบบที่ทันสมัย สะดวกในการใช้งาน สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับการทำงานได้ ลดเวลาในการทำงาน และอีกจำนวน 1 รายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ยังไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้ระบบ อีกหรือไม่ เนื่องจาก ยังไม่แน่ใจในเรื่องของความปลอดภัยของข้อมูล ส่วน ในระดับผู้ปฏิบัติการ จากจำนวนผู้ทำการทดสอบจำนวน 15 ราย พบว่ามีจำนวน 14 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.33 ที่มีแนวโน้มจะกลับมาใช้ระบบอีกในอนาคต และอีก 1 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.67 ที่ยังไม่แน่ใจจะกลับมาใช้ระบบในอนาคตอีกหรือไม่ โดยให้เหตุผลเหมือนกัน

ส่วนที่ 4 การสำรวจแนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

จากการทดสอบผู้ประกอบการ ทั้งผู้ให้บริการ (Vender) และ ผู้ใช้บริการ (User/Customer) พบว่า ผู้ประกอบการมีความสนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก ดังแสดงในตารางที่ 5.8 ดังนี้

ตารางที่ 5. 8 สำรวจแนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

คำถาม	ผู้ให้บริการ (Vender)		ผู้ใช้บริการ (User/Customer)	
	ระดับผู้บริหาร (n=5) (ร้อยละ)	ระดับปฏิบัติการ (n=15) (ร้อยละ)	ระดับผู้บริหาร (n=5) (ร้อยละ)	ระดับปฏิบัติการ (n=15) (ร้อยละ)
สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก	80	93.33	80	86.67
ไม่สนใจ	20	6.67	20	13.33
	100	100	100	100

จากตารางที่ 5.8 แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบระบบ Business sharing truck center โดยแยกเป็นความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ในส่วนของ ผู้ให้บริการ(Vender)และผู้ประกอบการในส่วนของ ผู้ใช้บริการ (User/Customer) ดังมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้ให้บริการ ในระดับผู้บริหาร ร้อยละ 80 ที่สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก เนื่องจากเป็นเรื่องที่ทันสมัย เหมาะกับการทำธุรกิจในยุคปัจจุบันที่ต้องสู้กันด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เข้ามา ช่วยบริหารจัดการ ส่งผลทำให้สามารถลดต้นทุน ลดเวลาการทำงานให้น้อยลง มีการทำงานง่ายมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีโอกาสรับงานวิ่งรถเที่ยวเปล่าได้ ทำให้สามารถใช้รถขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพได้มากขึ้น และ ร้อยละ 20 ยังไม่สนใจ เนื่องจาก ยังไม่แน่ใจเรื่องของความเสถียรของระบบอินเทอร์เน็ต และเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ยังเป็นผู้ประกอบการที่มีลักษณะการทำงานแบบครอบครัว ที่ยังชอบการทำงานแบบเดิม ไม่ต้องการความเปลี่ยนแปลง ส่วนใน **ระดับผู้ปฏิบัติการ** ร้อยละ 93.33 สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก เนื่องจากช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ง่ายขึ้น สะดวก สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่ต้องรอเวลาเปิดทำการ ช่วยเพิ่มโอกาสในการรับงานได้มากขึ้น สามารถเช็คสถานะของรถได้ด้วยตนเอง ทำให้ง่ายต่อการวางแผนการทำงาน

ผู้ใช้บริการ ในระดับผู้บริหารมีจำนวน ร้อยละ 80 ที่ให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก หากมีการพัฒนาไปในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาในการสืบค้นข้อมูลในการค้นหารถขนส่ง และสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ ทำให้สามารถวางแผนการทำงานได้ง่ายขึ้น เพื่อให้ส่งมอบสินค้าให้ทันกับความต้องการ และยังสามารถเข้าถึงผู้ประกอบการโดยตรง ง่ายต่อการบริหารการขนส่งสินค้า และ อีกร้อยละ 20 ยังคงไม่สนใจ เนื่องจากยังไม่แน่ใจในความเสถียรของระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย สุดท้ายในส่วนของ **ระดับผู้ปฏิบัติการ** มีจำนวนผู้ประกอบการ ร้อยละ 86.67 ที่ให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก หากมีการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ เนื่องจาก สะดวก และลดเวลาในการสืบค้น ยังสามารถติดตามสถานะการทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ง่ายต่อการควบคุมการจัดส่งสินค้าตั้งแต่ต้นทาง จนถึงปลายทาง ไม่ต้องเสียเวลาคอยโทรศัพท์ตามเช็ค และยังสามารถดูสภาพสินค้าได้อีกด้วย ส่วนอีกร้อยละ 13.33 ยังไม่สนใจ เนื่องจากยังคงไม่แน่ใจในความโปร่งใส และ ความปลอดภัยของข้อมูล

สรุปผลการทดสอบระบบเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center ในกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบ ในส่วนของผู้ให้บริการ ที่เป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการในตัวแทนออกของที่เน้นหลากหลายกิจกรรม เช่น พิธีการศุลกากร รถขนส่งสินค้า รับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ คลังสินค้า บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบ ในส่วนของผู้ใช้ รถขนส่งสินค้า ซึ่งแบ่งผู้ทดสอบระบบออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับ ผู้บริหาร และ พนักงานปฏิบัติการ และในส่วนของผู้ให้บริการ ทั้งในส่วนของผู้บริหาร และ ในส่วนของผู้ปฏิบัติการ ซึ่งพบว่าทั้งสองระดับได้ให้ความสนใจระบบ Business sharing truck center เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่ในการทำกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่ได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการโดยเฉพาะในเรื่องของกิจกรรมทางด้านรถขนส่งสินค้าภายในประเทศ เพราะในปัจจุบัน การทำงานยังคงต้องใช้

เวลาจำนวนมากในการสืบค้น การติดต่อ สถานะ เช็คสภาพสินค้า และอื่นๆ แต่ถ้าหากมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ ทำให้อุปสงค์ และ อุปทาน สามารถเข้ามาพบและทำงานอยู่บนแพลตฟอร์มเดียวกัน จะทำให้ระบบธุรกิจการทางด้านขนส่งสินค้า รวดเร็วมากขึ้น สร้างโอกาสในการรับสินค้าสำหรับรถวิ่งเที่ยวเปล่าได้มากขึ้น สะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5.4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบ Business sharing truck center

จากการทดสอบระบบ ยังพบว่ามีความที่การทำงานบางตัวยังคงต้องมีปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น จากข้อเสนอแนะของผู้เข้าทดสอบแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้

- 1) ตัวหนังสือที่ใช้มีขนาดเล็ก ทำให้ต้องเสียเวลาในการอ่านข้อความ
- 2) หน้าจอของ ผู้ใช้บริการ (User) ในช่องข้อความ สถานที่รับ และ สถานที่ส่ง ติดกันควร จะแยกกล่อง และ ใส่สี ให้ชัดเจน เพื่อสะดวกและรวดเร็วในการทำงานมากขึ้น
- 3) หน้าจอของโฮมเพจ น่าจะมีลิงค์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถค้นหาข้อมูลการทำงานที่เกี่ยวข้องได้ทันทีโดยไม่ต้องเปลี่ยนหน้าจอ
- 4) หน้าจอสำหรับ Login มีสัญลักษณ์ เป็นรูปคน ซึ่งหมายถึงช่องทางการ login ของ ผู้ใช้บริการ และ รูปรถ ซึ่งหมายถึงช่องทางการ login ของ ผู้ให้บริการ น่าจะมี ตัวหนังสือกำกับไว้ เพื่อความง่าย เนื่องจากหากมีคนเข้ามาใช้งานในระบบใหม่ๆ ไม่ทราบว่สัญลักษณ์นี้หมายถึงอะไร
- 5) ควรมีการทำคู่มือ สอนวิธีการใช้งาน โดยอาจจะเป็นคู่มือ หรือเป็น วิดีโอ เพื่อให้ผู้ใช้งาน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง
- 6) หน้าจอยังไม่มีช่องทางในการติดต่อ ADMIN หากมีปัญหาขัดข้องด้านเทคนิค

ผู้วิจัยได้นำเอาข้อเสนอแนะจากผู้ทำการทดสอบในครั้งนี้ ทำการปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ เพื่อการใช้งานได้สะดวกขึ้น

5.5 การสำรวจแนวทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์

ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ และผู้บริหารระดับสูงในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่มีขนาดประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องเอาผลมาเขียนเพิ่ม

แนวทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ของเว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) โดยการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ของเว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) โดยใช้หลักการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์โดยแบ่งโครงสร้างในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ออกเป็น 9 กล้อง (building block) ซึ่งทั้ง 9 กล้องนี้ มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน และช่วยให้ธุรกิจเห็นภาพได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน โดยอธิบายได้ดังนี้

1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายแยกออกเป็น 2 ส่วน คือในส่วนของ ผู้ใช้บริการ และกลุ่มลูกค้าที่เป็น ผู้ให้บริการ ซึ่งทั้งสองส่วนนี้จะเป็นผู้ที่เข้ามารวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปันนี้ โดยแยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังมีละเอียดดังนี้

- **ผู้ให้บริการ** กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments) เป็นนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 55 นิคมอุตสาหกรรม ซึ่งรัฐได้ส่งเสริมให้โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งที่ลงทุนโดยคนไทย และ ลงทุนจากต่างประเทศ เข้าไปจัดตั้งโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมเนื่องจากรัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์ทางการค้ามากมาย เช่น ได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับยกเว้นภาษีอากรนำเข้าสินค้า ผลิตเพื่อการส่งออก ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากกรมสรรพากร เป็นต้น โดยแบ่งเป็นแต่ละภาคได้ดังแสดงในตารางที่ 5.9 ดังนี้

ตารางที่ 5. 9 รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม 55 แห่ง ทั่วประเทศไทย

รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม	จำนวนนิคม
ภาคเหนือ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ นิคมอุตสาหกรรมลำพูน นิคมอุตสาหกรรมลำพูน 2	3
ภาคอีสาน นิคมอุตสาหกรรมขนาดย่อม จ.ขอนแก่น	1
ภาคกลาง นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (เจมโม่โพลิส) นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ อยุธยา นิคมอุตสาหกรรมบางปู นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย (สุวรรณภูมิ) นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมสินสาคร นิคมอุตสาหกรรมหนองแค นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง นิคมอุตสาหกรรมบางพลี นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โครงการ 2) นิคมอุตสาหกรรมนวนคร นิคมอุตสาหกรรมบางชัน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร นิคมอุตสาหกรรมพิจิตร นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร นิคมอุตสาหกรรมมหाराชนคร นิคมอุตสาหกรรมแก่งคอย	18
ภาคตะวันออก นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (ระยอง) นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ นิคมอุตสาหกรรมหลักชัยเมืองยาง นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค กบินทร์บุรี นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร (โครงการ 2) นิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์ นิคมอุตสาหกรรม ที เอฟ ดี นิคมอุตสาหกรรมเหมราชชลบุรี นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง (โครงการ 5) นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด แห่งที่ 2 นิคมอุตสาหกรรมเหมราชชลบุรี (โครงการ 2)	30

ตารางที่ 5.9 (ต่อ) รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม 55 แห่ง ทั่วประเทศไทย

รายชื่อนิคมอุตสาหกรรม	จำนวนนิคม
ภาคตะวันออก นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด แห่งที่ 3 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด นิคมอุตสาหกรรมยามาโตะอินดัสทรีส์ นิคมอุตสาหกรรมระยอง (บ้านค่าย) นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง (แหลมฉบัง) นิคมอุตสาหกรรมเหมราชระยอง 36 นิคมอุตสาหกรรมบ้านบึง นิคมอุตสาหกรรมอาร์ ไอ แอล นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง (โครงการ 3) นิคมอุตสาหกรรมผาแดง นิคมอุตสาหกรรมประเภทท่าเรือเอเชีย เทอร์มินัล นิคมอุตสาหกรรมเหมราชตะวันออก (มาบตาพุด) นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง (โครงการ 4) นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด	
ภาคตะวันตก นิคมอุตสาหกรรมบริการไทย ไดมอนด์ นิคมอุตสาหกรรมราชบุรี นิคมอุตสาหกรรม จี.อาร์.เอ็ม	1
ภาคใต้ นิคมอุตสาหกรรม ภาคใต้ จ.สงขลา นิคมอุตสาหกรรม อาหารฮาลาล	2

จากตารางที่ 5.9 แสดงให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีที่ตั้งโรงงานอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมทั้งประเทศ ทั้งหมด 55 แห่ง ใน 16 จังหวัด ซึ่งมีโรงงานอยู่ทั้งสิ้น 4,389 แห่ง ซึ่งมีโอกาสความเป็นไปได้ที่จะเรียกใช้บริการรถขนส่งสินค้า เนื่องจากในปัจจุบันในประเทศไทยยังคงมีความนิยมขนส่งทางถนนกันมาก เวลาจะใช้บริการรถขนส่งต้องจองล่วงหน้านาน หรือลี้มจองล่วงหน้า ทำให้งานเสียหาย อีกทั้งผู้ประกอบการที่เป็นรายเล็ก ยังไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงยังคงต้องอาศัยการทำงานรับเหมาช่วงจากบริษัทใหญ่หรือบริษัทต่างชาติ แต่ถ้าหากใช้บริการของ Business sharing truck center แล้ว ลดเวลาของการค้นหา ผู้รับจ้างขนส่ง ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการสืบค้น ลดปริมาณบุคลากรที่ต้องคอยติดตามสถานะการส่งสินค้า และอื่นๆ

■ **กลุ่มผู้ให้บริการ** ถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญที่คอยช่วยสนับสนุนรถขนส่ง ซึ่งกลุ่มนี้ มีการขึ้นทะเบียนประกอบการขนส่งในปี 2557 เป็น ส่วนบุคคลที่ได้ขึ้นทะเบียนรถขนส่งไว้ สำหรับขนส่งสินค้า จำนวน 366,837 คัน และ ไม่ประจำทาง รวมทั้งสิ้น 15,708 คัน(กรมการขนส่ง กระทรวงคมนาคม, 2559) ทั่วประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงจำนวนรถขนส่งที่ได้จดทะเบียนประกอบการไว้กับกรมการขนส่งทั่วประเทศ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถทำการตลาดและดึง บริษัทรถขนส่งนี้เข้ามาเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ใช้ระบบเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center เพื่อเพิ่มโอกาสในการใช้รถขนส่งที่มีอยู่ให้เต็มศักยภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงแหล่งผู้ประกอบการโดยตรงได้มากขึ้น

1) คุณค่าของสินค้า/บริการ (Value Proposition)

คุณค่าของการใช้บริการ Business sharing truck center นี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ ผู้ใช้บริการ เนื่องจากสามารถเช็คสถานะการทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมงและจะได้รับข้อมูล SMS แจ้งสถานะให้ทราบพร้อมส่งรูปถ่ายสภาพของสินค้า ณ จุดต้นทางรับสินค้า และ ปลายทางส่งสินค้า ซึ่ง ยังไม่มีบริการรถขนส่งในประเทศไทยให้บริการ ซึ่งในปัจจุบัน การส่งรูปภาพให้ต่อเมื่อสินค้าที่ขนส่ง นั้นมีปัญหา เป็นการลดต้นทุน ลดความเสี่ยง สร้างความมั่นใจให้กับ ผู้ใช้บริการ ในยุคที่ต้องส่งสินค้า ให้ทันกับความต้องการ และแข่งขันกับเวลา นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการให้คำแนะนำความพึงพอใจ สำหรับ ผู้ใช้บริการ ด้วยวิธีการ Rating เพื่อนำเอาข้อมูลความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการเข้ามาปรับปรุง ประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น ระบบการจัดการรถขนส่งสินค้า Business sharing truck center ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สะดวกในการใช้ได้ทั้งพีซี และ บนสมาร์ตโฟน เพียงแต่โหลดแอปพลิเคชัน เข้ามาเท่านั้น สะดวกต่อการเข้าถึงบริการ และ ง่ายต่อการใช้งาน

2) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Channels)

การติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้า ของ Business sharing truck center: BSTC จะมีคำอธิบาย การใช้งานเบื้องต้นให้กับ ผู้ใช้บริการ โดยจะมีภาพประกอบการใช้งานเป็น แอนิเมชัน เพื่อให้ ผู้ใช้งานทำความเข้าใจ ก่อนการใช้งาน สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่าย BSTC จะมีการลงโฆษณา โดยใช้ส่วนผสมการโฆษณาในรูปแบบของสื่อต่างๆ เพื่อความเหมาะสม และเข้าถึง ผู้ใช้บริการ ได้ทุก ช่องทาง เช่นหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือผู้ประกอบการตามนิคมอุตสาหกรรม และ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน โฆษณาในออนไลน์ (Online advertising) ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึง ผู้ใช้บริการ ได้ง่ายกว่าช่องทางอื่นในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถแชร์ลิงค์ในเว็บไซด์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับงานบริการขนส่งได้ ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ การให้ ผู้ใช้ประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการ ทุก ครั้ง ยังเป็นช่องทางที่สามารถทำให้ Business sharing truck center เข้าถึงลูกค้าได้ ด้วยการนำเอา ผลที่ ผู้ใช้บริการ มาประเมินและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น

3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

ระบบการทำงานของ Business sharing truck center จะทำงานด้วยระบบการตอบรับอัตโนมัติ เพียงแต่ ผู้ใช้บริการกรอกข้อมูลความต้องการเข้าไปในระบบ นอกจากนี้ ยังมีพนักงาน Call center ที่คอยช่วยให้บริการเปรียบเสมือนเป็นเลขาส่วนตัว ที่คอยเหลือจนวนงานบริการสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย

4) กระแสรายได้ (Revenue Streams)

รายได้หลักจากการทำธุรกิจคือ ค่าดำเนินการในการจับคู่ อุปสงค์ และ อุปทาน ให้ได้ความต้องการที่ตรงกัน เมื่อระบบ Business sharing truck center สามารถให้บริการได้รวดเร็วและ สร้างคุณค่าให้กับทั้ง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ได้ประหยัดเวลา และ ลดต้นทุน ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ สร้างความรู้สึกคุ้มค่าที่จะใช้บริการ Business sharing truck center และเกิดการใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง

5) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ในที่นี้ ทรัพยากรหลักคือ ตัวเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งมีความสำคัญมากในธุรกิจ และทรัพยากรหลักที่สำคัญอันหนึ่งคือ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านไอที ที่จะคอยช่วยเหลือหากระบบมีปัญหา อุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์ เช่น เซิร์ฟเวอร์ ที่มีความสามารถสูง และอุปกรณ์เชื่อมต่ออื่นๆ ซึ่งในส่วนสำคัญเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ เงินทุนหมุนเวียน เพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง

6) กิจกรรมหลัก (Key Activities)

งานให้บริการถือเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจ Business sharing truck center ซึ่งถือเป็นงานบริการให้บริการรถขนส่งซึ่งเป็นนวัตกรรมการให้บริการใหม่บนออนไลน์ ที่สามารถสร้างความเชื่อมโยง สร้างเครือข่ายให้ผู้ประกอบการ รถขนส่ง มีพื้นที่ให้การเข้าถึง ผู้ใช้บริการได้โดยตรง ที่ช่วยแก้ปัญหาให้บรรลู่วัตถุประสงค์ ให้การเข้าถึงแหล่งทรัพยากร ได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้ง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ

7) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)

การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจกับ ผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ Business sharing truck center จำเป็นต้องทำ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงสร้างเครือข่ายทางธุรกิจได้ครอบคลุม ทั่วทุกจังหวัด เพื่อให้สามารถมีรถขนส่งเพื่อให้บริการกับ ผู้ใช้บริการ ได้ครบทั้ง 55 นิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทย

8) โครงสร้างต้นทุน (Cost structure)

การดำเนินธุรกิจของ Business sharing truck center นี้มีโครงสร้างต้นทุนในการพัฒนาระบบเว็บแอปพลิเคชัน และจัดหาอุปกรณ์เสริม เพื่อช่วยให้การทำงานของระบบให้มีประสิทธิภาพ

เพื่อให้มีความสามารถเพียงพอในการรองรับความต้องการของลูกค้า ต้นทุนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการดูแลระบบ และต้นทุนทางด้านโฆษณา เพื่อให้เข้าถึง ลูกค้าและให้ลูกค้าจดจำ

5.6 การพิจารณาด้านทรัพย์สินทางปัญญา

การพิจารณาด้านทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากการพัฒนาระบบโดยใช้เทคโนโลยีนั้น ถือเป็นงานสร้างสรรค์ จะได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ทันที โดยไม่ต้องขึ้นทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา แต่หากผู้พัฒนามีต้องการเป็นลายลักษณ์อักษรก็สามารถจดทะเบียนได้เช่นกัน จากผลสำรวจแนวทางการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ เว็บแอปพลิเคชัน ของระบบ Business sharing truck center (BSTC) พบว่าทั้ง ผู้ใช้งาน และ ผู้ให้บริการ พบว่าต่างให้ความสนใจในการให้บริการทางการขนส่งสินค้าโดยผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากในปัจจุบันการทำงาน ต้องเสียเวลาในการค้นหาบริษัทที่ให้บริการขนส่ง และต้องใช้บุคลากร ในการติดตามสถานะการทำงาน ประกอบการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีกระแสมนิยมกันอย่างแพร่หลายในหลายธุรกิจ ส่งผลทำให้เทคโนโลยีกำลังจะถูกนำไปใช้พัฒนาให้เข้ากับสินค้าและบริการ ในอนาคต ด้วยผลวิเคราะห์นี้ สามารถที่จะนำมาพิจารณาความเป็นไปได้ของการใช้ประโยชน์ ในการทำ Technology licensing ได้ 3 ทางเลือกดังนี้

ทางเลือกที่ 1 การกำหนดสิทธิอนุญาตให้ใช้แต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Licensing) แต่ผู้วิจัยยังคงเป็นเจ้าของอยู่ โดยเป็นการทำสัญญากับผู้ซื้อ ในการให้สิทธิใช้ต่อผู้ซื้อเพียงรายเดียว โดยอาจจะขายสิทธิในระยะสั้นเพียง 5 ปี เนื่องจากเป็นเทคโนโลยี ดังนั้น จึงมีความล้าสมัยเร็ว การขายสิทธิในระยะยาว อาจจะไม่มีผู้สนใจ โดยอาจจะขายสิทธิด้วยการแบ่งชำระทั้งหมดงวดเดียว หรือ แบ่งชำระเป็นสองงวด คือ ชำระงวดแรก จ่ายร้อยละ 30 ในวันทำสัญญา และ อีกร้อยละ 70 ทอยจ่ายเป็นรายเดือน ซึ่งวิธีนี้อาจทำให้ผู้ที่สนใจ กล้าลงทุน เนื่องจากไม่จำเป็นต้องใช้เงินก้อนในครั้งเดียว

ทางเลือกที่ 2 การขายสิทธิให้กับผู้ซื้อ (Selling) เป็นการขายสิทธิของระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมาให้กับผู้ซื้อขาด โดยที่ผู้วิจัยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องอีกต่อไป ในกรณีนี้ ผู้ซื้อสามารถบันทึกบัญชีเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนและยังสามารถหักค่าใช้จ่ายเป็นค่าเสื่อมได้

ทางเลือกที่ 3 ให้สิทธิการใช้โดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-Exclusive Licensing) การเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจนี้ ซื้อสิทธิในการใช้ โดยที่ผู้วิจัยตั้งทีมคอยให้คำปรึกษา แนะนำตลอดเวลาการใช้งาน ซึ่งในกรณีนี้ ผู้วิจัยก็ยังสามารถใช้สิทธิของตนเองอยู่

การพิจารณาด้านทรัพย์สินทางปัญญาทั้ง 3 ทางเลือกสามารถนำมาสรุปให้เห็นเป็นข้อดี และข้อด้อย ในแต่ละทางเลือกได้ ดังรูปตารางที่ 5.10 ดังนี้

ตารางที่ 5. 10 ข้อดีและข้อด้อยในการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

ทางเลือก	รูปแบบทรัพย์สินทางปัญญา	ข้อดี	ข้อด้อย
ทางเลือกที่ 1	Exclusive Licensing โดยการอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว	1. เก็บค่าตอบแทนเป็นเงินก้อน การชำระเงิน แล้วแต่การทำสัญญา อาจจ่ายครั้งเดียว หรือแบ่งจ่าย เป็นงวดก็ได้ แต่ผู้ซื้อต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้	1. ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดูแล บริหารจัดการ เช่น การดูแลรักษาข้อมูลทางธุรกิจ การพัฒนาโปรแกรม
ทางเลือกที่ 2	Selling การขายสิทธิในการใช้ให้กับผู้ซื้อขาด โดยผู้วิจัยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องอีกต่อไป	1. ได้รับค่าเงินค่าสิทธิการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ทันที 2. ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาหรือบริหารจัดการ	1. หมดสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และไม่สามารถดำเนินการพัฒนาต่อไปได้ในอนาคต
ทางเลือกที่ 3	Non- Exclusive Licensing การอนุญาตให้สิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว	1. ใช้งานได้อย่างกว้างขวาง 2. ผู้วิจัยยังเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว 3. สามารถพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้ตลอดเวลา 4. สามารถทำความร่วมมือกับหน่วยงานธุรกิจขนาดใหญ่อื่นๆ หรือหน่วยงานของภาครัฐ	1. มีค่าใช้จ่ายในการดูแลและบริหารการ 2. ต้องมีค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญ ในการให้คำปรึกษา 3. มีความเสี่ยงในการถูกลอกเลียนได้ง่าย

5.7 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนเชิงพาณิชย์

จากพิจารณาในเชิงพาณิชย์แล้ว การวิจัยในครั้งนี่ยังศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ หากมีการทำธุรกิจรถขนส่งด้วยการใช้เว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) โดยการวิเคราะห์ เงินลงทุน รายรับ (Receivable) รายจ่าย (Payable) เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาการตัดสินใจลงทุนในเชิงพาณิชย์ โดยใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาการคำนวณระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) การคำนวณมูลค่าสุทธิ (Net Present Value: NPV) และอัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return: IRR)

นอกจากนี้ยังได้พิจารณาทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ จากข้อดี และ ข้อด้อย ผนวกกับการพิจารณาจากผลสำรวจแนวทางในเชิงพาณิชย์จากผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบระบบเว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) ที่ผู้ประกอบการ ทั้งผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ให้ความสนใจ และร้อยละ 90 จะกลับมาใช้ระบบ เนื่องจากสามารถลดเวลา ลดการทำงาน ของพนักงาน และยังสมารถเพิ่มการใช้งานของรถขนส่งได้เพิ่มมากขึ้น จึงนำมาสู่การพิจารณาการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน (Feasibility) โดยเลือกการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา แบบทางเลือกแบบที่ 3 คือ โดยอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว (Non-Exclusive) และจ่าย

ค่าลิขสิทธิ์ในการใช้เว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) โดยมีรายละเอียดการประเมินการลงทุน ดังนี้

1) การประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้น รายได้รับ และ ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน

รายละเอียด ดังแสดงในตาราง ที่ 5.11. ดังนี้

ตารางที่ 5. 11 การประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้น รายได้รับและค่าใช้จ่ายต่อเดือน

รายละเอียด	รายรับ	รายจ่าย
เงินลงทุนเริ่มต้น		
ค่าจ้างในการพัฒนาเว็บ	700,000.00	
ค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำนักงาน	250,000.00	
รวมเงินลงทุน	950,000.00	
ประเมินรายได้ ต่อเดือน		
ค่ารถขนส่ง	8,800,000.00	
ค่าดำเนินการ (คอมมิสชัน 5% ของรายได้ค่าขนส่งทั้งหมด)	440,000.00	
ต้นทุนในการดำเนินงาน		
-ค่ารถขนส่ง จ่ายให้ผู้รับเหมาช่วง	8,800,000.00	
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรายเดือน		
ค่าเช่าสำนักงาน		40,000.00
เงินเดือนพนักงาน		
-พนักงานไอทีดูแลระบบ		30,000.00
-พนักงานผู้ช่วยดูแลระบบ		20,000.00
-พนักงานบัญชี		20,000.00
-พนักงานวิ่งเอกสาร		10,000.00
-พนักงานระดับผู้จัดการ		25,000.00
-พนักงานการตลาด		20,000.00
ค่าโฆษณาทางการตลาด		50,000.00
ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์		10,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ค่าโทรศัพท์ ค่าถ่ายเอกสาร และอื่นๆ)		15,000.00
รวมค่าใช้จ่าย		240,000.00

จากตารางที่ 5.11. แสดงให้เห็นถึง

การประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้นในการดำเนินงาน รวมทั้งสิ้น 950,000.00 บาท โดยแบ่งเป็น ค่าจ้างพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน (Business sharing truck center: BSTC) จำนวนเงิน 700,000.00 บาท และค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สำนักงานจำนวน 240,000.00 บาท

การประเมินค่าใช้จ่ายรายเดือน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 240,000.00 บาทต่อเดือน โดยประกอบไปด้วย ค่าเช่าสำนักงาน 40,000.00 บาท ค่าเงินเดือนพนักงาน 125,000.00 บาท โดยแบ่งเป็น พนักงานไอทีดูแลระบบ 30,000.00 บาท พนักงานผู้ช่วยดูแลระบบ 20,000.00 บาท พนักงานบัญชี 20,000.00 บาท พนักงานวิ่งเอกสาร 10,000.00 บาท พนักงานระดับผู้จัดการ 25,000.00 บาท และ พนักงานการตลาด 20,000.00 บาท นอกจากนี้ มีค่าโฆษณาทางการตลาด 50,000.00 บาท

ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ 10,000.00 บาท และ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ค่าโทรศัพท์ ค่าถ่ายเอกสาร และอื่น ๆ) 15,000.00 บาท

การประเมินรายได้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ทำรายได้หลัก และมีการใช้รถขนส่งสินค้าอยู่เป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 55 นิคม ใน 16 จังหวัด โดยแบ่งเป็นภาคเหนือ 3 นิคม ภาคอีสาน 1 นิคม ภาคกลาง 18 นิคม ภาคตะวันออก 30 นิคม ภาคตะวันตก 1 นิคม และภาคใต้ 2 นิคม และมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 4,389 โรงงาน

ผู้วิจัยประมาณการตัวเลขของโอกาสในการเรียกใช้บริการ รถขนส่งสินค้า โดยยึดหลักการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ของ โรเจอร์ ซึ่งเป็นการบวนการของนวัตกรรมที่ถูกส่งผ่านสื่อช่องทางในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างสมาชิกต่างๆที่อยู่ในระบบสังคม อาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์ แอปพลิเคชันของ Business sharing truck center ถือเป็นการรวมกลุ่มแบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ ซึ่งถือเป็นเรื่องใหม่ในอุตสาหกรรมตัวแทนออกของ และการที่สังคมมนุษย์จะมีการยอมรับในการใช้นวัตกรรมใดในสังคมได้ ต้องผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันไปมาหลายครั้งจนเกิด การยอมรับ หรือที่เราเรียกว่า Technology Adoption ซึ่งกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ทำให้ได้กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของคนในสังคม โดยแนวคิดของโรเจอร์ ได้แบ่งกลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรมไว้ 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง Innovators จำนวนร้อยละ 2.5 เป็นคนกลุ่มแรกซึ่งนอกจากจะเป็นได้ทั้งผู้ประดิษฐ์คิดค้นแล้วยังรวมไปถึงผู้ใช้งานที่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงที่จะใช้

กลุ่มที่สอง Early adopters จำนวนร้อยละ 13.5 เป็นกลุ่มที่ชอบลองอะไรใหม่ๆ ชอบเป็นผู้นำ ค่อนข้างมีฐานะ เป็นคนที่ได้รับความนิยมทางสังคม มีการศึกษา ชอบความใหม่

กลุ่มที่สาม Early majority จำนวนร้อยละ 34 เป็นผู้ที่อยากมีบ้าง แต่การตัดสินใจต้องคิดอย่างรอบคอบว่าต้องใช้งานง่าย และมีประโยชน์ การตัดสินใจซื้อของกลุ่มนี้ มักจะดูการตัดสินใจของสองกลุ่มแรก

กลุ่มที่สี่ Late majority จำนวนร้อยละ 34 กลุ่มนี้กว่าจะมีใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม อาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว และ มีความจำเป็นต้องใช้งานจริงๆ เป็นคนช่างสงสัย หัวโบราณ จึงจะใช้ ดังนั้นหากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใดเข้าถึงการยอมรับของคนกลุ่มนี้ได้ ก็ถือว่าประสบความสำเร็จ

กลุ่มที่ห้า Laggards จำนวน ร้อยละ 16 เป็นกลุ่มที่มีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเมื่อตกุ่นไป แล้ว และเป็นกลุ่มสุดท้ายในสังคม กลุ่มนี้จะเลือกซื้อโดยสอบถามข้อมูลจากคนรอบข้าง โดยเฉพาะดู พฤติกรรมของคนในสังคมอื่นในกลุ่มอื่นก่อน จึงจะตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎีนี้จะอธิบายให้เห็นถึงพฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของคนบุคคลในแต่ละกลุ่มของ สังคม ในการยอมรับนวัตกรรม หรือ เทคโนโลยีใหม่ๆ ดังนั้น การประมาณการความเป็นไปได้ของ โอกาสที่จะเรียกใช้บริการ รถขนส่งสินค้า ได้จาก 4,389 โรงงาน ใน จาก 55 นิคม โดยมีสัดส่วนของ โรงงานที่ใช้รถของตนเอง ประมาณร้อยละ 20 ของโรงงานทั้งหมด คิดเป็นจำนวนโรงงาน 878 โรงงาน และ ร้อยละ 80 ของโรงงานทั้งหมด คิดเป็นจำนวนโรงงาน 3,511 โรงงาน ที่ใช้บริการจากรถ ภายนอก ในการประมาณการโอกาสในการเรียกใช้ รถขนส่ง ผู้วิจัย ได้ยึดหลักทฤษฎีการแพร่กระจาย นวัตกรรม โดยเลือกคนในสังคมกลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่ม Innovators ซึ่งเป็นคนกลุ่มแรก นอกจากจะ เป็นได้ทั้งผู้ประดิษฐ์ คิดค้นแล้วยังรวมถึงผู้ใช้งานที่มีความรู้ ความสามารถในเทคโนโลยี และเป็น คนกลุ่มที่ซอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ชอบความเสี่ยงที่จะใช้เทคโนโลยีก่อนผู้อื่น ส่งผลทำให้ สามารถประมาณการ ได้เท่ากับ จำนวน โรงงาน 3,511 โรงงานคูณ 2.5 เท่ากับ 88 โรงงาน โดยประมาณคาดว่าจะมีโอกาสนในการเรียกใช้ บริการ รถขนส่ง โรงงานละ 1 คัน โดยคำนวณ รายได้ จาก จำนวน 88 เทียว *ราคาเฉลี่ย 4,000.00 บาทต่อคัน คูณด้วย จำนวน 25 วัน จะมีรายได้ เท่ากับ 8,800,000.00 บาท และมีรายได้จากค่าดำเนินการ ร้อยละ 5 ของรายได้ทั้งหมด เท่ากับ 440,000.00 บาท ต่อเดือน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ดังแสดงในตารางที่ 5.12 ดังนี้

ตารางที่ 5. 12 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ BSTC

ประมาณงบกำไรขาดทุน	(ล้านบาท)					
	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
รายได้ค่าบริการ		110.88	114.21	117.63	121.16	124.80
ต้นทุน		108.48	110.65	112.86	115.12	117.42
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา		2.40	3.56	4.77	6.04	7.37
ค่าเสื่อมราคา		0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
กำไรก่อนภาษี		2.40	3.56	4.77	6.04	7.37
ภาษี(15%)		0.36	0.53	0.72	0.91	1.11
กำไรสุทธิ		2.04	3.02	4.05	5.14	6.27

จากตารางที่ 5.12 แสดงงบประมาณการกำไรขาดทุนของโครงการ จากการประมาณการรายได้ และต้นทุนของโครงการ จะมีกำไรสุทธิหักภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อย (SMEs) ที่ร้อยละ 15 โดยประมาณการยอดขายโตขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี และรายจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี ส่งผลทำให้มีกำไรตั้งแต่ปีแรก ที่ 2.04 ล้านบาท ปีที่สอง 3.02 ล้านบาท ปีที่สาม 4.05 ล้านบาท ปีที่สี่ 5.14 ล้านบาท และ ต่อเนื่องถึงปีที่ห้า จะมีกำไรสุทธิเท่ากับ 6.27 ล้านบาท

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ดังแสดงในตารางที่ 5.13 ดังนี้

ตารางที่ 5.13 ประมาณการงบกระแสเงินสด ของโครงการ BSTC

กระแสเงินสดของโครงการ							
เงินทุนเริ่มแรก							
เงินทุนหมุนเวียน		(2.00)	-	-	-	-	2.00
ค่าจ้างในการพัฒนาเว็บ		(0.70)	(0.20)	(0.20)	(0.20)	(0.20)	(0.10)
ค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำนักงาน		(0.25)	-	-	(0.25)	-	-
รวมเงินทุนเริ่มแรก		(2.95)	(0.20)	(0.20)	(0.45)	(0.20)	1.90
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน							
เงินสดรับจากการให้บริการ	1.00	-	110.88	114.21	117.63	121.16	124.80
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	1.00	-	(108.84)	(111.18)	(113.58)	(116.03)	(118.53)
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน		-	2.04	3.02	4.05	5.14	6.27
รวมกระแสเงินสดสุทธิ		(2.95)	1.84	2.82	3.60	4.94	8.17
WACC	15.00%	(2.95)	(1.11)	1.71	5.32	10.25	18.42
ระยะเวลาคืนทุน	1.39316						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	10.04	(2.95)	1.60	2.13	2.37	2.82	4.06
IRR	0.00	(2.95)	0.96	0.77	0.52	0.37	0.32
	90.91%						

จากตารางที่ 5.13 แสดงถึงประมาณการงบกระแสเงินสด จากประมาณการเงินลงทุน รายได้ และ ต้นทุนของโครงการ จะมีเงินเริ่มแรกที่ 2.95 ล้านบาท ในปีหนึ่งจะมีกระแสเงินสดรับสุทธิที่ 1.84 ล้านบาท ปีที่สอง กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 2.82 ล้านบาท ปีที่สาม กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 3.60 ล้านบาท ปีที่สี่กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 4.94 ล้านบาท และต่อเนื่องถึงปีที่ห้า กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 8.17 ล้านบาท และจากการประมาณการกระแสเงินสดของกิจการ และ คิดลดด้วยต้นทุนเงินทุนเฉลี่ย (WACC) ที่ร้อยละ 15 ส่งผลทำให้โครงการนี้จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น 10.04 บาท โดยมีระยะเวลา คืนทุนคิดเป็น 1.39 หรือประมาณ 16.68 เดือน (1.39×12) มีอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) ร้อยละ 90.91 นอกจากนี้การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ Business sharing truck center ภายใต้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในกรณีปกติ พบว่า โดยใช้เงินทุนเริ่มแรก จำนวนเงิน 2.95 ล้านบาท หากทำการลงทุนสามารถมีซอฟต์แวร์ที่จะสามารถให้บริการได้ทันทีโดยไม่ต้องรอพัฒนาขึ้นมาใหม่ ใช้ เงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ ไม่มีการกู้ยืม และมีอัตราดอกเบี้ยต้นทุนเงินทุนร้อยละ 15 (Ke) อัตรา คิดลดที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงการร้อยละ 15 (WACC)

2) วิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

การประเมินของโครงการ Business sharing truck center นั้น ผู้วิจัยได้คำนวณหาค่า จุดคุ้มทุนของโครงการ พบว่า โครงการต้องมีรายได้ ดังแสดงในตารางที่ 5.14 ดังนี้

ตารางที่ 5. 14 ประมาณการรายได้ ณ จุดคุ้มทุน

รายละเอียด	รายรับ	รายจ่าย
<u>เงินลงทุนเริ่มต้น</u>		
ค่าจ้างในการพัฒนาเว็บ	700,000.00	
ค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำนักงาน	250,000.00	
รวมเงินลงทุน	950,000.00	
<u>ประเมินรายได้ ต่อเดือน</u>		
ค่ารถขนส่ง	4,652,407.60	
ค่าดำเนินการ (คอมมิสชั่น 5% ของรายได้ค่าขนส่งทั้งหมด)	232,620.38	
<u>ต้นทุนในการดำเนินงาน</u>		
-ค่ารถขนส่ง จ่ายให้ผู้รับเหมาช่วง	4,652,407.60	
<u>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรายเดือน</u>		
ค่าเช่าสำนักงาน		40,000.00
เงินเดือนพนักงาน		
-พนักงานไอทีดูแลระบบ		30,000.00
-พนักงานผู้ช่วยดูแลระบบ		20,000.00
-พนักงานบัญชี		20,000.00
-พนักงานวิ่งเอกสาร		10,000.00
-พนักงานระดับผู้จัดการ		25,000.00
-พนักงานการตลาด		20,000.00
ค่าโฆษณาทางการตลาด		50,000.00
ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์		10,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ค่าโทรศัพท์ ค่าถ่ายเอกสาร และอื่นๆ)		15,000.00
รวมค่าใช้จ่าย		240,000.00

ประมาณการงบกำไรขาดทุน ประมาณการ ณ จุดคุ้มทุน

ในการดำเนินการของโครงการนี้ ต้องมีรายได้จากการเรียกใช้ รถขนส่งสินค้าต่อเดือน 4,652,407.60 บาท จึงจะสามารถอยู่ได้โดยไม่ขาดทุน ทำให้มีรายได้จากค่าดำเนินการร้อยละ 5 ของรายได้ คิดเป็นเงิน 232,620.38 บาท ต่อเดือน โดยมีรายจ่ายค่าดำเนินการทั้งสิ้น เป็นเงิน 240,000.00 บาท

โดยจะมึงงบกำไรขาดทุน ดังมีรายละเอียดตารางที่ 5.15 ดังนี้

ตารางที่ 5. 15 รายการงบกำไรขาดทุน ณ จุดคุ้มทุน

ประมาณงบกำไรขาดทุน	(ล้านบาท)					
	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
รายได้ค่าบริการ		58.62	60.38	62.19	64.06	65.98
ต้นทุน		58.71	59.88	61.08	62.30	63.55
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา		- 0.09	0.50	1.11	1.75	2.43
ค่าเสื่อมราคา		0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
กำไรก่อนภาษี		- 0.09	0.50	1.11	1.75	2.43
ภาษี(15%)		-	0.07	0.17	0.26	0.36
กำไรสุทธิ		- 0.09	0.42	0.94	1.49	2.06

จากรายละเอียดของตารางที่ 5.15 แสดงงบประมาณกำไรและขาดทุนของโครงการ จากการประมาณรายได้ และ ต้นทุนของโครงการ โดยมีกำไรสุทธิหักภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อม ที่ร้อยละ 15 โดยประมาณการยอดขายโตขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี และ ยอดขายจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี ส่งผลทำให้ มีกำไรในปีแรกในปีแรก 0.09 ล้านบาท ปีที่สอง 0.42 ล้านบาท ปีที่สาม 0.94 ล้านบาท ปีที่สี่ 1.49 ล้านบาท และ ต่อเนื่องถึงปีที่ห้า จะมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2.06 ล้านบาท

ประมาณการงบกระแสเงินสด ประมาณการ ณ จุดคุ้มทุน

จากการประมาณการงบกระแสเงินสด ณ จุดคุ้มทุน สามารถอธิบายได้จากตารางที่ 5.16

ดังนี้

ตารางที่ 5. 16 รายการงบกระแสเงินสด ณ จุดคุ้มทุน

	ปี					
	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดของโครงการ						
เงินลงทุนเริ่มแรก						
เงินทุนหมุนเวียน	(2.00)	-	-	-	-	2.00
ค่าจ้างในการพัฒนาเว็บ	(0.70)	(0.20)	(0.20)	(0.20)	(0.20)	(0.10)
ค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำนักงาน	(0.25)	-	-	(0.25)	-	-
รวมเงินลงทุนเริ่มแรก	(2.95)	(0.20)	(0.20)	(0.45)	(0.20)	1.90
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
เงินสดรับจากการให้บริการ	1.00	-	58.62	60.38	62.19	64.06
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	1.00	-	(58.71)	(59.96)	(61.25)	(62.57)
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	-	(0.09)	0.42	0.94	1.49	2.06
รวมกระแสเงินสดสุทธิ	(2.95)	(0.29)	0.22	0.49	1.29	3.96
WACC	15.00%	(2.95)	(3.24)	(3.02)	(2.52)	(1.23)
ระยะเวลาคืนทุน	4.31105					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	(0.00)	(2.95)	(0.25)	0.17	0.32	0.74
IRR	(0.00)	(2.95)	(0.25)	0.17	0.32	0.74
	15.00%					

จากตารางที่ 5.16 แสดงถึงประมาณการงบกระแสเงินสด ณ จุดคุ้มทุน จากประมาณการเงินลงทุน รายได้ และต้นทุนของโครงการ จะมีเงินเริ่มแรกที่ 2.95 ล้านบาท ในปีหนึ่งจะมีกระแสเงินสดรับขาดทุนสุทธิที่ 0.29 ล้านบาท และจะเริ่มมีกำไรในปีที่สอง โดยกระแสเงินสดได้รับกำไรสุทธิที่ 0.22 ล้านบาท ปีที่สาม กระแสเงินสดรับสุทธิเพิ่มขึ้นเป็น 0.49 ล้านบาท ปีที่สี่กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 1.29 ล้านบาท และต่อเนื่องถึงปีที่ห้า กระแสเงินสดรับสุทธิที่ 3.96 ล้านบาท โดยจากการประมาณการกระแสเงินสดของกิจการ และ คัดลดด้วยต้นทุนเงินทุนเฉลี่ย (WACC) ที่ร้อยละ 15 ส่งผลทำให้โครงการนี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น 0 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนคิดเป็น 4.31 ปี หรือประมาณ 52 เดือน (4.31×12) มีอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) ร้อยละ 0 นอกจากนี้การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ Business sharing truck center ภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ในกรณีปกติ พบว่า โดยใช้เงินลงทุนเริ่มแรก จำนวนเงิน 2.95 ล้านบาท หากทำการลงทุนสามารถมีซอฟต์แวร์ที่จะสามารถให้บริการได้ทันทีโดยไม่ต้องรอพัฒนาขึ้นมาใหม่ ใช้เงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ ไม่มีการกู้ยืม และมีอัตราดอกเบี้ยต้นทุนเงินลงทุนร้อยละ 15 (Ke) อัตราคิดลดที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงการร้อยละ 15 (WACC)

3) ความเสี่ยงของโครงการ

เนื่องจากโครงการ Business sharing truck center เป็นโครงการที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการในการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ให้บริการรถขนส่งสินค้า โดยใช้เทคโนโลยี เว็บแอปพลิเคชัน (Web application) อยู่บนแพลตฟอร์มเดียวกัน ความเสี่ยงของโครงการเนื่องจากเทคโนโลยีอาจถูกลอกเลียนได้ง่าย ดังนั้นการเข้าตลาดของคู่แข่งจึงอาจทำได้ไม่ยาก ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยง อาจจะต้องมีการทำสัญญากับผู้เข้าร่วมกลุ่ม ในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็น ผู้ให้บริการ (Vender) ทำข้อตกลงการทำสัญญาทางธุรกิจอย่างรัดกุม เช่น หากเข้าร่วมกลุ่มธุรกิจกับ Business sharing truck center แล้วจะไม่สามารถทำให้กับบริษัทอื่นที่มีธุรกิจเดียวกัน เป็นต้น นอกจากนี้ Business sharing truck center ต้องมีการพัฒนาศักยภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชัน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากขึ้น

5.8 ผลการทดสอบการยอมรับและแนวทางการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันในเชิงพาณิชย์

เว็บแอปพลิเคชัน และการศึกษาแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม ของ BSTC (Business sharing truck center) พบว่าผู้ประกอบการที่ทำการทดสอบเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดประกอบการ ขนาด SMEs ที่มีการให้บริการตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่มีการใช้รถขนส่งสินค้าอยู่เป็นประจำ ผลการทดสอบการยอมรับและแนวทางในการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 ที่ทำการทดสอบมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ในการใช้งานของระบบ อยู่ในระดับสูง และ ผลการประเมินการยอมรับด้านความสะดวก ใช้งานง่ายต่อการใช้ระบบอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 90 เช่นกัน อีกทั้งผลการประเมินในเชิงพาณิชย์ของเว็บแอปพลิเคชัน ได้นำเสนอทางเลือกการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่จำกัดสิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Non-Exclusive Licensing) โดยการเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจนี้ ซื้อสิทธิในการใช้ โดยที่ผู้วิจัยตั้งทีมคอยให้คำปรึกษาแนะนำตลอดเวลาการใช้งาน

นอกจากนี้ผู้ทำการทดสอบยังให้คำแนะนำเพิ่มเติมในเรื่องของการใช้ระบบ เพื่อความสะดวกในการใช้งานมากขึ้น เช่น การเพิ่มตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น เพื่อการอ่านและการค้นหาได้รวดเร็วสำหรับการทำงาน การเพิ่มเมนูเก็ช่น เพื่อให้ระบบสามารถเชื่อมโยงข้อมูลเข้าไปในข้อมูลที่มีความจำเป็นเกี่ยวกับงานที่ทำ เช่น กรมการขนส่ง กรมการประกันภัย เป็นต้น หรือมีราคาที่เป็นโปรโมชัน เป็นช่วงพิเศษ เพื่อเพิ่มการใช้งานของรถขนส่งได้เต็มศักยภาพมากขึ้น อีกทั้งทำให้ ผู้ใช้บริการ สามารถลดต้นทุนในการทำงานได้อีกด้วย

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในธุรกิจตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมนี้ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในงาน และเป็นเจ้าของกิจการรวมถึงพนักงานระดับบริหาร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมในธุรกิจการให้บริการตัวแทนออกของ ในเรื่องของสภาพปัญหาปัจจุบัน ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพโดยรวมของผู้ประกอบการ จากนั้นนำบทสัมภาษณ์มาถอดเทป และนำเข้าวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Nvivo ซึ่งเป็นโปรแกรมใช้วิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ ผลวิเคราะห์ พบสภาพปัญหา 10 ด้าน และมี 6 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนออกของในประเทศไทยที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ยังคงประกอบกิจการเป็นแบบระบบท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว บริหารงานในลักษณะครอบครัว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2013) ต้องประสบกับปัญหาด้านต่างๆ รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง ไม่สามารถกำหนดราคาให้ต่ำตามผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือต่างชาติ ที่ได้มีการรวมตัวกันเป็นพันธมิตรให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร (One stop service) อีกทั้ง ขาดความพร้อมทางด้านเงินทุน ความสามารถในการเชื่อมโยงระบบเครือข่าย และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์ & จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา, 2554) หากมีการเปิดเสรีทางการค้า ความรุนแรงของการแข่งขันจะยิ่งทวีคูณมากขึ้นในธุรกิจตัวแทนออกของไทย ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนต้องผันตัวไปเป็น ผู้รับเหมาช่วง (Sub-contractor) หรือถอนตัวออกจากตลาดไป ซึ่งถือเป็นการเสียโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก แม้ประเทศไทยจะได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศในการแข่งขันและเป็นศูนย์กลางของประชาคมอาเซียนที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในอนาคตก็ตาม จากปัจจัยที่เป็นอุปสรรคดังกล่าว และจากการวิเคราะห์ผลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จึงนำมาสู่แนวทางการทำงานร่วมกันผ่านระบบสังคมออนไลน์ (Collaboration Network) ที่เป็นเครื่องมือที่สนับสนุนการรวมกลุ่มที่เหมาะสมกับองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม (Hotrawaisaya et al., 2014) โดยทำธุรกิจ e-business ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาแก้ไขปัญหาในธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs (Cragg & Mills, 2011) และสามารถประยุกต์ทำให้เกิดประโยชน์ เพิ่มยอดขาย ลดค่าใช้จ่าย (Xu, Kuilboer, & Ashrafi, 2012) และยังสามารถช่วยสร้างโอกาสการเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในธุรกิจได้ (Dibrell, Davis, & Craig, 2008) โดยมี

องค์ประกอบตามโมเดล ดังภาพที่ 4.3. ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยในครั้งนี้ มาช่วยสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยสร้างต้นแบบ ในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) โดยใช้คอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศ และ อินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจอื่นๆได้ ในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมพัฒนาภาคบริการโลจิสติกส์ ให้มีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) โดยเฉพาะผู้ประกอบการตัวแทนออกของที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ให้สามารถปรับตัวและรองรับแนวโน้มเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต และยังสามารถเข้าถึงโอกาสในการสร้างเครือข่ายโซ่อุปทานด้านโลจิสติกส์ (Supply Chain Network)

6.1 สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทยให้กับผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยมีวิธีการดำเนินวิจัย โดยสรุปดังนี้

1) ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบความร่วมมือแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อนำข้อมูลมาสร้างกรอบแนวคิดของการพัฒนารูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการสำรวจสภาพปัญหาที่ผู้ประกอบการกำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน โดยดำเนินการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 ราย ที่เป็นผู้เจ้าของกิจการ และ เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 5 ราย และ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 10 ราย ผู้วิจัยมีการจัดทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามประเด็นต่างๆ ที่ประกอบด้วยข้อคำถามหลักที่เจาะประเด็นลึกเกี่ยวกับ สภาพปัญหาปัจจุบันที่ส่งผลต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ของธุรกิจตัวแทนออกของ โดยแบ่งข้อคำถามหลักของปัญหาออกเป็น 3 ส่วน **ส่วนแรก**เป็นการสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพในผู้ประกอบการ โดยแยกคำถามย่อยออกเป็นแต่ละกลุ่มของ อุปสรรคต่างๆ ดังนี้ อุปสรรคทางการแข่งขัน อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี อุปสรรคทางการบริหารจัดการ อุปสรรคทางการสื่อสาร อุปสรรคการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อุปสรรคจากความผันผวนทางเศรษฐกิจมหภาค ย่อยออกเป็น **ส่วนที่สอง** เป็นการสอบถามโอกาสที่จะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาที่ประสบอยู่ในปัจจุบัน **ส่วนที่สาม** สอบถามปัจจัยที่ส่งเสริม ทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จ ส่วนที่สี่ จะเป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อ

นำมาปรับปรุงการพัฒนาต้นแบบแบบเศรษฐกิจแบ่งปันให้มีความสมบูรณ์ ตรงที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด ซึ่งคำถามต่างๆ ทุกส่วนผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในหลากหลายอุตสาหกรรมรวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเทปเสียงสัมภาษณ์ และนำมาถอดเทปทุกคำพูดจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Nvivo เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนออกของ SMEs ในประเทศไทย

3) นำผลการวิจัยเชิงคุณภาพ มาพัฒนาสร้างโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ Business sharing truck center (BSTC) ซึ่งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการที่สามารถทำให้ ทั้งอุปสงค์และ อุปทาน ทำงานร่วมกันได้บนแพลตฟอร์ม เดียวกัน

4) ทดลองใช้ระบบ Business sharing truck center (BSTC) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและการยอมรับในการใช้งานระบบ โดยการทดลองใช้ กับผู้ประกอบการ ตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย จำนวน โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ในส่วนของ ผู้ให้บริการ จำนวน 20 ราย โดยแบ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือ เจ้าของกิจการ จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 15 ราย และ ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ จำนวน 20 ราย โดยแบ่งเป็นผู้บริการระดับสูง จำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 15 ราย โดยข้อคำถามเป็นการเน้นถึงการรับรู้ประโยชน์ตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ในด้านของประสิทธิภาพ และ ประโยชน์ของระบบ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ซึ่งแบ่งเป็น ด้านการออกแบบ ด้านการสนับสนุนและการให้บริการ การใช้งาน นอกจากนี้ยังรวมถึงข้อคำถามความคิดเห็นของโอกาสในการที่จะกลับมาใช้ระบบเว็บ แอปพลิเคชันอีกในอนาคต และโอกาสในการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ

4) การเลือกประโยชน์ทางทรัพย์สินทางปัญญา ของระบบเว็บแอปพลิเคชัน Business sharing truck center โดยเลือกการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยการอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่จำกัด แต่เพียงผู้เดียว (Non-Exclusive Licensing) รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม จำนวน 55 แห่ง 16 จังหวัด ในประเทศไทย ที่มีโรงงานอยู่ในนิคม รวมทั้งสิ้น 4,389 โรงงาน

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาและวิจัยเพื่อการพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย สามารถนำมาสรุปประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลวิจัยได้ดังนี้

1. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบว่าสภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่ม แบบแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย พบว่ามีกรกล่าวถึงสภาพปัญหาในปัจจุบันของผู้ประกอบการตัวแทนออกของ 10 ด้าน

- การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ
- ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ
- แรงกดดันราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง
- ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์
- อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ
- สภาพคล่อง
- สถานที่ตั้งประกอบการ
- การลงทุนในเทคโนโลยี
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

โดยสามารถจัดเรียงลำดับการกล่าวถึงปัญหาทั้ง 10 ด้านของผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดังนี้ **ลำดับที่หนึ่ง** มีการกล่าวถึง ปัญหา การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ โดยมีการกล่าวถึง 551 ครั้ง **ลำดับที่สอง** มีการกล่าวถึง ปัญหา ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการยอมรับเทคโนโลยีต่ำ **ลำดับที่สาม** มีการกล่าวถึงปัญหา 2 ด้าน ถึง 453 ครั้ง คือ แรงกดดันราคาจากลูกค้าและ คู่แข่งขัน และการขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ **ลำดับที่สี่** มีกล่าวถึงปัญหาถึง 441 ครั้ง ด้านอำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ **ลำดับที่ห้า** มีการกล่าวถึงปัญหาถึง 195 ครั้ง คือ ด้านสภาพคล่อง **ลำดับที่หก** มีการกล่าวถึงปัญหาถึง 102 ครั้ง คือ ด้านสถานที่ตั้งประกอบการ **ลำดับที่เจ็ด** มีการกล่าวถึงปัญหาถึง 98 ครั้ง คือ ด้านการลงทุนในเทคโนโลยี **ลำดับที่แปด** มีการกล่าวถึงปัญหาถึง 47 ครั้ง คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

สังเกตเห็นได้ว่าการจัดลำดับความสำคัญของการกล่าวถึงของผู้ประกอบการ จากลำดับที่หนึ่ง ถึงลำดับที่ สี่ โดยการเรียงตัวเลขจากมากไปหาน้อย 551-441 มีความถี่ของตัวเลขไม่ห่างกันมาก แสดงให้เห็นว่า สภาพปัญหาในปัจจุบันจากลำดับที่หนึ่ง ถึงลำดับที่สี่ เป็นปัญหามากสำหรับผู้ประกอบการ แต่จากลำดับที่ห้า ถึงลำดับที่แปด มีตัวเลขของการกล่าวถึง โดยเรียงจากมากไปหา

น้อย จาก 195- 47 ซึ่งเมื่อเทียบกับลำดับที่หนึ่ง ถึงลำดับที่ห้า จะมีระยะที่ห่างกันมาก แสดงว่า จากลำดับที่ห้า ถึงลำดับที่แปด ผู้ประกอบการยังไม่คิดว่าเป็นปัญหา

2. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในตัวแทนออกของ ในประเทศไทยพบว่า ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคมีทั้งหมด 6 ด้าน ซึ่งสอดคล้องความสำคัญของปัญหาที่ผู้ประกอบการได้กล่าวไว้ ในกับลำดับที่หนึ่ง ถึง ลำดับที่สี่ ในส่วนแรก ดังนี้ **ด้านที่หนึ่ง** การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ **ด้านที่สอง** ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง **ด้านที่สาม** การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ **ด้านที่สี่** แรงกดดันราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง **ด้านที่ห้า** ขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ และ **ด้านที่หก** อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่ผู้ประกอบการกล่าวถึง ที่ได้มีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาไว้ แปรลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ลำดับที่ 1-4 จะมีความสำคัญ และสอดคล้องกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้งหมด 6 ด้าน ตามผลวิเคราะห์ ส่วนลำดับที่ 5-8 เป็นเพียงปัญหา และยังไม่ได้เป็นประเด็นอุปสรรคที่จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

3. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบประเด็นความสำคัญของโอกาส ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ที่จะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทั้ง 6 ด้าน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการ จากผลวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหา ดังนี้ โดยมีกล่าวถึง 383 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการใช้ทรัพยากรให้เต็มศักยภาพมากขึ้น มีการกล่าวถึง 366 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการลดปัญหา ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้ดีขึ้น มีการกล่าวถึง 346 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าได้ดีขึ้น มีการกล่าวถึง 341 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการลดแรงกดดันจากลูกค้า และ คู่แข่งขันได้ดีขึ้น มีการกล่าวถึง 249 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานได้ดีขึ้น และมีการกล่าวถึง 242 ครั้ง ในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปัน จะช่วยสร้างโอกาสในการแก้ปัญหาคาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ ได้ดีขึ้น

4. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบว่าเมื่อได้ตัวแปรที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนออกของ ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) แล้วผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพิ่มเติมถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการที่จะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ในธุรกิจตัวแทนออกของ เนื่องจากมีกิจกรรมอยู่หลากหลายกิจกรรม เช่น งานบริการพิธีการศุลกากร งานบริการด้าน

บรรจุกฎณ์ งานบริการคลังสินค้า งานบริการทางด้านแรงงาน งานบริการให้คำปรึกษา งานบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ และงานบริการรถขนส่งสินค้า ซึ่งในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการได้ให้ประเด็นเจาะลึกในแต่ละกิจกรรม โดยแยกประเด็นหากนำเอารูปแบบการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันมาใช้ในแต่ละกิจกรรม จะมีความยุ่งยากของการให้บริการ และ ความเป็นไปได้ของการให้บริการในแต่ละกิจกรรม โดยมองทรัพยากรในแต่ละกิจกรรมว่าคืออะไร แล้วจะสามารถนำมาแบ่งปันกันได้เป็นรูปธรรมได้หรือไม่และอย่างไร จากผลสัมภาษณ์พบว่า **งานพิธีการศุลกากร** ซึ่งเป็นงานให้บริการจัดทำเอกสารนำเข้า และ ส่งออก เพื่อยื่นต่อศุลกากร ณ ท่าเรือ หรือ ท่าอากาศยานที่สินค้านั้นๆ เข้า หรือ ออก ดังนั้น ทรัพยากรของงานบริการทางด้านศุลกากรนั้น คือตัวบุคคล ซึ่งเป็นพนักงาน ชิปปิ้ง ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะนำมาแบ่งปันกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานให้บริการพิธีการศุลกากรนี้มีความหลากหลายในประเด็นของหลากหลายตัวแปร เช่น เอกสารรายละเอียดของตัวสินค้า ขั้นตอนการซื้อขาย เทอมการซื้อขายระหว่างประเทศ พิภคอัตราศุลกากร สิทธิประโยชน์ต่างๆ ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการกรอกเอกสาร และดำเนินการ ซึ่งมีความยุ่งยาก และไม่เหมาะที่จะรวมตัวกันทำเป็นรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน แต่ยังมีความเป็นไปได้ของการให้บริการเช่นหากมีการรวมกลุ่มการทำงาน เช่น ในกรณีที่มิสินค้านำเข้ามา ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ซึ่งต้องใช้เวลาในการเดินทางไปทำงาน และมีค่าใช้จ่ายสูง หากมีการรวมกลุ่ม อาจจะใช้บริการจากสมาชิกในกลุ่ม ให้สามารถทำงานแทนได้ โดยประหยัดต้นทุน ประหยัดเวลา แต่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น **งานบริการทางด้านบรรจุกฎณ์** ซึ่งเป็นงานทางด้านกรอกแบบบรรจุกฎณ์ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า โดยคำนึงถึงความแข็งแรงเพื่อป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดการชำรุดในระหว่างการจัดส่งก่อนถึงมือลูกค้า ทรัพยากรหลักในที่นี้ เป็นเครื่องพิมพ์ ซึ่งความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้เวลาในการติดต่อ ตรวจสอบมิติแบบ สี และวัสดุที่ใช้ ซึ่งต้องใช้เวลาในการติดต่อหลายครั้งกว่างานจะตกลงในการทำงาน สำหรับความเป็นไปได้ในการนำกิจกรรมนี้มารวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน น่าจะต้องมีตัวกลางในการรับงาน และส่งต่องาน ให้สมาชิกในกลุ่ม ที่มีเครื่องพิมพ์ ที่ว่างจากงานพิมพ์ปรกติ ซึ่งก็สามารถทำได้ แต่แม้ว่าจะมีโอกาสความเป็นไปได้ แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดในการที่จะต้องใช้ระยะเวลาในการติดต่อประสานงาน ดังนั้นการบริการด้านบรรจุกฎณ์จึงยังไม่เหมาะต่อการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน **งานบริการคลังสินค้า** เป็นการให้บริการเก็บสินค้า ซึ่งทรัพยากรในกิจกรรมนี้คือ ตัวคลังสินค้า เครื่องมือที่ใช้ในคลัง เช่น โพล์คลิฟท์ แชนด์ลิฟท์ เป็นต้น สำหรับทรัพยากรที่เป็นตัวคลังสินค้า การจัดเก็บในคลังสินค้า เป็นงานให้บริการที่ต้องมีการทำสัญญาเช่า ซึ่งโดยปรกติ จะเป็นการทำสัญญาเช่าระยะยาว 5-10 ปี และจะเป็นการเซ็นสัญญากันล่วงหน้าก่อนทำการสร้างอาคารคลังสินค้า สำหรับทรัพยากรที่เป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ สามารถแบ่งให้เช่าได้ หากในคลังสินค้าไม่มีงานและไม่ได้ใช้อุปกรณ์ดังกล่าว เนื่องจากเป็นอุปกรณ์หนัก ที่จะต้องมีการขนย้ายโดยรถขนาดใหญ่ ส่งผลทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีการให้เช่า หรือยืม จะสามารถทำได้ในระยะ

สั้นๆ เท่านั้น เนื่องจากงานในคลังสินค้าต้องมีการเคลื่อนที่ของสินค้าตลอดเวลาซึ่งต้องใช้เครื่องมือ เช่นกัน ดังนั้น กิจกรรมนี้จึงยังไม่เหมาะที่จะนำมาทำธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน **งานบริการทางด้านแรงงาน** หากจะมองทรัพยากรหลักในกิจกรรมนี้ คือ พนักงานแรงงาน ที่คอยแบก และ จัดเรียงสินค้า บรรจุตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งตู้สินค้าขาเข้า และ สินค้าขาออก ความยุ่งยากของงานมีปัจจัยหลายอย่างที่อาจจะส่งผลกับการทำงาน ทำให้งานล่าช้า และไม่สามารถแบ่งปันไปทำงานอื่นได้ หากงานที่รับผิดชอบยังไม่เรียบร้อย เช่น ปัจจัยของสภาพรถติด ทำให้รถไม่สามารถขนสินค้ามาบรรจุตู้ได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ หรือ สภาพภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตก เนื่องจากในประเทศไทย การบริการด้านแรงงาน เป็นการทำงานกลางแจ้ง ซึ่งถ้าหากมีฝนตก งานจะไม่สามารถทำได้ เนื่องจากต้องป้องกันไม่ให้สินค้าเปียกและเสียหาย ซึ่งกิจกรรมนี้ จึงไม่เหมาะที่จะเข้าร่วมกลุ่มทำธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปันได้ **งานบริการให้คำปรึกษา** หากพิจารณาถึงตัวทรัพยากร ในการให้บริการนี้ คือ ตัวบุคคลที่มีความชำนาญ ในการวางแผน และแนะนำเส้นทางในการเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ด้วยราคาที่เหมาะสม ซึ่งความยุ่งยากของการให้บริการในกิจกรรมนี้ ต้องใช้เวลาในการติดต่อประสานงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งการทำงานเป็นการทำงานอาศัยตัวบุคคลเป็นหลัก จึงยังไม่เหมาะที่จะทำการให้บริการการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันได้ **งานให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ** ซึ่งการให้บริการในกิจกรรมนี้ ไม่มีตัวทรัพยากรเป็นหลัก เนื่องจากเป็นการขายระวาง เรือ อากาศ ซึ่งรูปแบบการให้บริการเหมือน ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งผู้ให้บริการจะซื้อตู้คอนเทนเนอร์เปล่าจากสายเรือ เพื่อนำมาทำการขายระวางให้แก่ผู้ประกอบการรายเล็ก ยกตัวอย่างเช่น ผู้ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ซื้อตู้คอนเทนเนอร์มา 1 ตู้เพื่อให้บริการจัดส่งสินค้าออกไป ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งในแต่ละขนาดของตู้คอนเทนเนอร์จะมีขนาดบรรจุไม่เหมือนกัน เมื่อผู้ให้บริการซื้อตู้มาแล้ว ก็ต้องทำการขายพื้นที่ที่จะสามารถบรรจุสินค้าเข้าไปในตู้คอนเทนเนอร์ให้หมด มิฉะนั้น จะไม่คุ้มต้นทุน และจะไม่สามารถเปิดบริการเป็นของตัวเองได้ ในลักษณะนี้ หากผู้ให้บริการไม่สามารถหาลูกค้าบรรจุสินค้าได้เต็มตู้ ก็จะต้องทำการแชร์ตู้คอนเทนเนอร์ ให้กับผู้ประกอบการในสายงานเดียวกัน ซึ่งความเป็นไปได้ในการแชร์พื้นที่สำหรับตู้คอนเทนเนอร์ สามารถทำได้ แต่จะมีความยุ่งยากในเรื่องของการควบคุมการขนส่ง ในการออกเอกสารกำกับสินค้า (Bill of lading) ซึ่งข้อกำหนด การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ จะต้องอยู่ภายใต้ของผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ดังนั้นยังคงมีความยุ่งยากในด้านเอกสารการควบคุมสินค้า จึงไม่เหมาะที่จะรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน **งานบริการขนส่งสินค้า** หากพิจารณาถึงทรัพยากร ที่จับต้องได้ และเห็นได้ชัดเจน คือ รถขนส่งสินค้า ความยุ่งยากในการให้บริการขนส่งสินค้า คือการหาสมาชิกเข้ามาร่วมกลุ่ม ซึ่งจะยุ่งยากในระยะแรกในการดำเนินงาน ซึ่งต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิก ในเรื่องของความโปร่งใส และประโยชน์เพิ่มขึ้นที่จะได้รับ การให้บริการรถขนส่ง มีความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันสูง เป็นทรัพยากรที่เคลื่อนที่ที่สามารถให้บริการได้ทันที ที่มีร่วว่าง ไม่มีความซับซ้อนในด้าน

เอกสาร สามารถทำธุรกรรมบนออนไลน์ได้ โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลาในการประสานงานนาน จากข้อ สัมภาษณ์ความเป็นไปได้ของกิจกรรมการให้บริการในตัวแทนออกของ ทั้ง 7 กิจกรรม ผู้ประกอบการ มีความเห็นตรงกันว่ากิจกรรมที่เหมาะสมที่จะนำรูปแบบแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเข้ามาใช้ คือ บริการรถ ขนส่งสินค้า

5. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้การ รวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน ประเทศไทย ให้ประสบผลสำเร็จ จากผลวิเคราะห์ที่ได้จาก โปรแกรม Nvivo พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริม ทำให้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันประสบความสำเร็จได้ จะต้องมีปัจจัย 4 ด้าน **ปัจจัยด้านที่ หนึ่ง** มีผู้ประกอบการกล่าวถึง 381 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในประเด็นที่ ต้อง สามารถเพิ่มการใช้งานของทรัพยากรได้เพิ่มมากขึ้น และมีผลประโยชน์ชัดเจน **ปัจจัยด้านที่สอง** มี ผู้ประกอบการกล่าวถึง 366 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในประเด็นที่ ต้องมี กฎระเบียบการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบกลับได้ **ปัจจัยด้านที่สาม** มี ผู้ประกอบการกล่าวถึง 350 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในประเด็นที่ ต้องมีรูปแบบ ของเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ขั้นตอนง่าย โดยสามารถใช้ได้ทั้งบน พีซี และบนสมาร์ต โฟน **ปัจจัยด้านที่สี่** มีผู้ประกอบการกล่าวถึง 322 ครั้ง ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ใน ประเด็นที่ต้องสามารถเช็คสถานะการทำงานได้รวดเร็ว และ ทันทที ตลอด 24 ชั่วโมง

6. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบว่าภาพการรวมกลุ่มเพื่อ สร้างโอกาสในการแบ่งปันให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ถึงประโยชน์ของผู้ให้บริการ (Vender) และ ผู้ใช้บริการ (User/Customer) ในการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน มีผู้ประกอบการกล่าวถึง ประโยชน์ของ 3 ด้าน ทั้งผู้ให้บริการ และ ผู้ให้บริการ **ด้านที่หนึ่ง** ด้านการใช้รถขนส่งได้เต็มศักยภาพ มากขึ้น โดยมีการกล่าวถึงของผู้ประกอบการ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม จำนวน 383 ครั้ง โดยกล่าว ว่า ผู้ใช้บริการ จะได้ประโยชน์ ทำให้สามารถเรียกใช้ บริการรถขนส่งสินค้าที่อยู่บริเวณใกล้ๆ ได้ใน ราคาที่ถูกกว่าในราคาตลาด ประหยัดเวลา และสามารถทำงานได้รวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งยังมีทางเลือก ในการใช้บริการได้หลากหลายมากขึ้น ส่วนประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ จะสามารถเพิ่มการทำงาน สำหรับรับงานขนส่งได้มากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการได้ตรงเวลาได้มากขึ้น **ด้านที่สอง** ด้านการใช้รถขนส่ง เพื่อรับสินค้าเที่ยวกลับได้ ช่วยทำให้สามารถลดต้นทุนได้มากขึ้น โดยมีการ กล่าวถึงของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 366 ครั้ง โดยกล่าวว่า ผู้ใช้บริการ จะ ได้ประโยชน์ ทำให้ได้ราคาค่ารถขนส่งถูกลง ส่วนประโยชน์ ของ ผู้ให้บริการ จะมีโอกาส ในการรับ งานขนส่งเที่ยวกลับได้มากขึ้น สามารถตั้งราคาให้ถูกสู้กับบริษัทใหญ่ และ ต่างชาติได้ **ด้านที่สาม** ด้านแรงกดดันราคาจากลูกค้าและคู่แข่ง โดยมีการกล่าวถึงของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาด

ยอม จำนวน 341 ครั้ง โดยกล่าวว่า ผู้ใช้บริการ จะได้ประโยชน์ ทำให้สะดวกในการติดต่อ และ ประสานงาน ราคาค่าขนส่งถูกลง และสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้มากขึ้น ส่วนประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ จะช่วยทำให้สามารถให้บริการที่หลากหลายจากการเชื่อมโยงเครือข่ายได้มากขึ้น ต้นทุนใน การทำงานถูกลง

7. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรม Nvivo พบประเด็นของคุณลักษณะ ของรูปแบบเทคโนโลยี ที่จะทำให้เกิดประโยชน์ทั้ง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ที่จะส่งผลทำให้ ผู้ประกอบการตัดสินใจในการเข้าร่วมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและนำผล สัมภาษณ์มาวิเคราะห์ที่โปรแกรม Nvivo โดยผู้ประกอบการได้กล่าวถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยี ไว้ 5 ด้าน โดยในแต่ละด้านได้มีการกล่าวถึงประโยชน์สำหรับ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ ดังนี้ **ด้านที่ หนึ่ง** คุณลักษณะของเทคโนโลยี ต้องเข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้ได้ทั้ง พีซี และ สมาร์ทโฟน ซึ่ง ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กล่าวถึง 350 ครั้งในประเด็นของประโยชน์ที่ได้รับ โดย กล่าวไว้ว่า ผู้ใช้บริการจะได้ประโยชน์ที่สามารถเช็คสถานะของงานได้ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัด ประหยัดเวลาและต้นทุนในการสืบค้นหาผู้ให้บริการ สำหรับในส่วนผู้ให้บริการ จะได้รับประโยชน์ใน เรื่องของการลดข้อจำกัดในการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน เนื่องจากการใช้งานที่ง่ายของ เทคโนโลยี ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีความรู้ต่ำ ทำให้สามารถปรับตัวเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยี ไม่เสียเวลาในการเรียนรู้ **ด้านที่สอง** คุณลักษณะของเทคโนโลยี ต้องสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ และสามารถเช็ค สถานะของงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กล่าวถึง 322 ครั้ง ในประเด็นของประโยชน์ที่ได้รับ โดยกล่าวว่า ผู้ใช้บริการจะได้ประโยชน์ที่ เกิดความสะดวกในการ ทำงานได้ 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องรอเวลาให้ถึง ช่วงเวลาเปิดทำการ สำหรับในส่วน ผู้ให้บริการ จะ ได้รับประโยชน์ในเรื่องของการมีช่องทางรับงานเพิ่มมากขึ้น สามารถบริหารจัดการระบบได้รวดเร็ว เพิ่มมากขึ้น **ลำดับที่สาม** คุณลักษณะของเทคโนโลยี ต้องมีระบบป้องกัน และสามารถพิสูจน์ตัวตนได้ สำหรับในส่วน ผู้ใช้บริการ จะได้รับประโยชน์ในเรื่องของการมีความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น เช่น เป็นผู้ให้บริการที่มีตัวตน มีจดทะเบียนบริษัทที่แน่นอน และได้รับการคัดกรองคุณภาพการให้บริการ จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเรียบร้อย และ สำหรับผลประโยชน์ในส่วน ผู้ให้บริการ จะได้รับ ประโยชน์ในเรื่องของความกังวลในข้อมูลจะไม่รั่วไหล ไปสู่ ผู้ให้บริการกลุ่มอื่นที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็น สมาชิก ซึ่งจะส่งผลต่อความไว้วางใจกันภายในสมาชิกในกลุ่มได้เป็นอย่างดี **ลำดับที่สี่** คุณลักษณะของ เทคโนโลยี ต้องสามารถแบ่งผลประโยชน์ได้ชัดเจน และ โปร่งใส สำหรับในส่วน ผู้ใช้บริการ จะได้รับ ประโยชน์ในเรื่องของการเข้าถึงทรัพยากรได้มากขึ้น มีรถขนส่งคอยให้บริการได้มากขึ้น และสำหรับ ประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ จะสามารถกระจายงานได้ทั่วถึงสมาชิกทุกคนอย่างโปร่งใส ด้วยระบบการ

การกระจายงานตามคิวอัตโนมัติด้วยระบบเทคโนโลยี ลำดับสุดท้าย ลำดับที่ห้า คุณลักษณะของเทคโนโลยี ต้องใช้ภาษาที่ง่ายโดยเฉพาะต้องมีภาษาไทย สำหรับประโยชน์ในส่วนของ ผู้ใช้บริการ จะได้รับประโยชน์ในเรื่องของ ความเหมาะสมสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติงานที่มีความรู้ไม่สูงมาก การใช้ ภาษาง่ายๆ จะทำให้เกิดแรงจูงใจทำให้ความอยากเข้ามาใช้งาน ส่งผลต่อการเกิดการใช้งานซ้ำ จนเกิดเป็นความชอบ และความเคยชิน ส่วนสำหรับ ผู้ให้บริการ ประโยชน์ของคุณลักษณะของเทคโนโลยีที่ได้รับ เหมาะสมสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีความรู้ไม่สูงมาก โดยเฉพาะพนักงานขับรถ เป็นต้น เมื่อมีการใช้งานที่สะดวกและง่าย เกิดการใช้งานอย่างซ้ำๆ อย่างต่อเนื่อง จนเกิดความชอบและ ความเคยชิน

8. การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการในตัวแทนออกของ เป็นการแชร์ข้อมูลกับผู้ที่เข้ามา ร่วมในกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งในกลุ่มมีผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ทั้งหมด 6 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง เป็นลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการ ส่วนที่สอง ตัวกลางในการให้บริการ ส่วนที่สาม ผู้ให้บริการ ส่วนที่สี่ พนักงานขับรถ ส่วนที่ห้า ผู้ส่งมอบสินค้า ต้นทาง ส่วนที่หก ผู้รับสินค้า ปลายทาง

โดยทุกส่วนจะมีหน้าที่ในการแชร์ข้อมูล ในแต่ละส่วนที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ส่วนที่หนึ่ง ผู้ใช้บริการ จะต้องแชร์ข้อมูลไปยัง ตัวกลางในการให้บริการ เพื่อแจ้งความประสงค์ที่จะใช้บริการรถขนส่ง โดยข้อมูลที่แชร์จะเป็น ชื่อสินค้า จำนวนสินค้า น้ำหนักสินค้า สถานที่รับสินค้า และ สถานที่ส่งสินค้า โดยระบบจะนำข้อมูลในส่วนนี้ ไปคำนวณเพื่อทำการจัดขนาดของรถขนส่งสินค้า เช่น หากเรา กรอกน้ำหนักสินค้า 26 ตัน เครื่องจะคำนวณและเลือกเป็นรถ สิบล้อสองคัน และรถหกล้อ หนึ่งคัน เนื่องจาก ขนาดของรถสิบล้อ สามารถรับน้ำหนักได้ สิบล้อต่อคัน และ หก ล้อสามารถรับน้ำหนักได้ ห้าตันต่อคัน และระบบจะคำนวณราคาค่าบริการตามเกณฑ์ของระยะทาง ดังข้อไว้ในตารางที่ 6.1 ดังนี้

ตารางที่ 6. 1 ราคาค่าขนส่งของ BSTC

		ราคาค่าขนส่ง					
ชนิดรถ	(Fix Rate)	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	กม. ที่	step ต่อไป	
		กม.ที่ 0 - กม.ที่ 20	21-30	31-40	41-50		51-60
1 รถ 6 ล้อ ตู้เทียบ	1,500.00	1,800.00	2,100.00	2,400.00	2,700.00	(+300.00)	
2 รถ 10 ล้อ ตู้	2,500.00	3,000.00	3,500.00	4,000.00	4,500.00	(+500.00)	

ส่วนที่สอง ตัวกลาง ผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นส่วนที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ประสานงาน โดยจะทำหน้าที่รับข้อมูลจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ส่วนของผู้ให้บริการ ที่แจ้งข้อมูลว่า มีรถขนส่งที่สามารถให้บริการได้ จำนวนกี่คัน รวมถึงข้อมูลจากพนักงานขับรถที่จะส่งข้อมูลที่เป็นรูปภาพ หลังจากรับสินค้า ณ จุดต้นทาง และจุดส่งสินค้าปลายทาง จากนั้น ตัวกลางในการให้บริการ จะทำหน้าที่กระจายข้อมูลที่ได้รับ ไปยังทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ผู้ส่งมอบสินค้า และ ผู้รับสินค้าปลายทาง

ส่วนที่สาม ผู้ให้บริการ จะแชร์ข้อมูลไปยัง พนักงานขับรถ ในกรณีที่รับงานมาแล้ว โดยวิธีการแชร์ข้อมูลผ่าน แอปพลิเคชัน เมื่อ พนักงานขับรถ ได้รับข้อมูลมาทางมือถือ พนักงานขับรถจะทำการกดรับ และ ยืนยันการทำงานกลับไประบบ ซึ่งระบบจะทำการแชร์ข้อมูลไปยัง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ รวมถึง ผู้ส่งมอบสินค้าต้นทาง และ ผู้รับสินค้าปลายทาง ว่าพนักงานขับรถที่จะรับงานนี้ชื่ออะไร ทะเบียนรถอะไร หมายเลขเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อ ไอทีไลน์ พร้อมทั้งใบขับขี่

ส่วนที่สี่ พนักงานขับรถ เมื่อได้รับข้อมูลการส่งงานมาจาก ผู้ให้บริการแล้ว จากนั้นพนักงานขับรถกดยืนยันการทำงาน กลับไปยังระบบ ผ่านแอปพลิเคชัน ระบบจะทำการส่งข้อมูลไปยังทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจ้งสถานะการทำงาน พร้อมทั้งยืนยันหลักฐานของพนักงานขับรถ ไปยัง ผู้ใช้บริการ ในส่วนของพนักงานขับรถ เมื่อไปรับสินค้า ณ จุดต้นทาง จะต้องทำการถ่ายรูปสินค้า และอัปโหลดรูปที่ถ่ายส่งไปยัง ตัวกลางในการให้บริการ ผ่านแอปพลิเคชัน จากนั้น ตัวกลางในการให้บริการจะทำการส่งข้อมูลรูปภาพ เพื่อให้ทราบถึงสภาพของสินค้า ขณะที่รับสินค้า ไปยัง ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ ผู้ส่งมอบสินค้า ณ ต้นทาง และ ผู้รับสินค้าปลายทาง จากนั้น พนักงานขับรถจะทำการประเมินความพึงพอใจ ผู้ส่งมอบสินค้า ณ ต้นทาง ว่าเป็นอย่างไรมาก่อน ซึ่งในส่วนของการประเมินความพึงพอใจจากผู้ส่งมอบสินค้า ณ จุดต้นทาง และ ผู้รับสินค้า ณ จุดปลายทาง พนักงานขับรถจะไม่ได้รับการแชร์ข้อมูลในส่วนนี้

ส่วนที่ห้า ส่วนของผู้ส่งมอบสินค้า ณ ต้นทาง หลังจากที่ผู้ส่งมอบสินค้า ได้ส่งมอบสินค้าให้กับพนักงานขับรถแล้ว ผู้ส่งมอบสินค้าจะต้องกดยืนยัน (Accept) ในแอปพลิเคชัน จากนั้น ข้อมูลจะส่งไปปรากฏสถานะการรับสินค้า เรียบร้อย ณ จุดส่งมอบ ให้กับ ผู้ใช้บริการ ตัวกลางในการให้บริการ ผู้ให้บริการ ได้รับทราบทั้งหมด จากนั้น จะทำการประเมินความพึงพอใจการให้บริการของพนักงานขับรถ ส่งผ่านแอปพลิเคชัน ไปยัง ตัวกลางในการให้บริการ จากนั้น ตัวกลางในการให้บริการ จะทำการประมวลผลสรุป เพื่อส่งให้ ผู้ให้บริการ ประเมินผล ในความพึงพอใจจาก ผู้ใช้บริการทั้ง ผู้ส่งมอบต้นทาง และ ผู้รับสินค้าปลายทาง โดยการประเมิน ระบบจะนำคะแนนของทั้งฝั่ง ผู้ส่งมอบสินค้า และ ผู้รับสินค้า มารวมกันและเฉลี่ย จัดทำออกมาเป็นรูปของกราฟ

ส่วนที่หก ส่วนของผู้รับสินค้าปลายทาง หลังจากพนักงานขับรถ นำสินค้ามาส่งให้ลูกค้า ณ จุดปลายทาง ผู้รับมอบสินค้าจะต้องกดยืนยัน (Accept) ในแอปพลิเคชัน จากนั้น ข้อมูลจะส่งไป

ปรากฏสถานะการรับสินค้า เรียบร้อย ณ จุดส่งมอบ ให้กับ ผู้ให้บริการ ตัวกลางในการให้บริการ ผู้ให้บริการ ได้รับทราบทั้งหมด จากนั้น จะทำการประเมินความพึงพอใจการให้บริการของพนักงานขับรถ ส่งผ่านแอปพลิเคชัน ไปยัง ตัวกลางในการให้บริการ จากนั้น ตัวกลางในการให้บริการ จะทำการประมวลผลสรุป เพื่อส่งให้ ผู้ให้บริการ ประเมินผล ในความพึงพอใจจาก ผู้ใช้บริการทั้ง ผู้ส่งมอบต้นทาง และ ผู้รับสินค้าปลายทาง โดยการประเมิน ระบบจะนำคะแนนของทั้งฝั่ง ผู้ส่งมอบสินค้า และ ผู้รับสินค้า มารวมกันและเฉลี่ย จัดทำออกมาเป็นรูปของกราฟ

9. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงความเหมาะสมของกิจกรรมในธุรกิจตัวแทนออกของ ที่มีความเหมาะสมในการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันได้ดีที่สุด และ เป็นไปได้ พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 90 เห็นว่า งานทางด้าน รถขนส่งสินค้า มีความเหมาะสมที่สุด เนื่องจากสามารถมองเห็นภาพทรัพยากร คือ รถขนส่งสินค้า ได้ชัดเจนอีกทั้งกระบวนการทำงานยังไม่ซับซ้อนมากมาย รวมถึงขั้นตอนของเอกสารต่างๆ ด้วย และ ร้อยละ 8 เห็นว่างานทางด้าน คลังสินค้า และ ร้อยละ 2 เป็นกิจกรรมอื่นๆ ในโลจิสติกส์

10. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาสร้างต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อย (SMEs) ในประเทศไทย โดยใช้หลักการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Ulrich and Eppinger โดยผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ระยะที่ 1 และ ระยะที่สอง เป็นระยะศึกษาสภาพปัญหา สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญในงานทางด้านตัวแทนออกของ จากนั้นเอาผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ จนได้ออเดีย จากนั้นจึงเข้าสู่ระยะที่ 3 และระยะที่ 4 เป็นการนำเอาอเดียมาสร้างเป็นต้นแบบการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน ในตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยกระบวนการสร้าง แบ่งออกเป็น การกำหนดโครงสร้างการทำงานของระบบ การออกแบบกราฟฟิกของระบบ การออกแบบหน้า ที่ การออกแบบรายละเอียดของหน้า ที่ การทดสอบการใช้งาน สุดท้ายการออกแบบต้นแบบเว็บ แอปพลิเคชัน

11. ทำการทดสอบต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งใช้หลักการยอมรับเทคโนโลยีของ Technology Acceptance Model: Tam ของ Davis โดยยึดหลัก 2 ประการ

-การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)

-การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

ด้วยการทดสอบกับ ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ทั้งสองด้าน จำนวนด้านละ 20 ราย โดยมี ผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น ผู้บริหารจำนวน 5 ราย และ ผู้ปฏิบัติการจำนวน 15 ราย และ ผู้ให้บริการ แบ่งเป็น ระดับผู้บริหาร จำนวน 5 ราย และ ระดับผู้ปฏิบัติการจำนวน 15 ราย สาเหตุที่ต้องทำการทดสอบทั้งสองฝั่ง เนื่องจาก ระดับผู้บริหารมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และไม่ได้ปฏิบัติจริง และใน

ส่วนของ ระดับผู้ปฏิบัติการ เป็นผู้ที่ใช้จริงแต่ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบทั้งสองฝั่ง เพื่อจะได้ทราบถึงความพึงพอใจของทั้งสองด้าน

-ด้านผู้ให้บริการ ในระดับ ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติการ

โดยการนำเสนอผลผู้วิจัยจะนำเสนอผลเฉพาะด้านที่ผู้ประกอบการให้คะแนนในระดับ 2 พอใช้ และ ระดับ 1 ควรปรับปรุงเท่านั้น เนื่องจากเป็นด้านที่ผู้ทดสอบรู้สึกไม่พึงพอใจในความไม่สะดวก

ผลทดสอบ ระดับผู้บริหาร ในด้านของประสิทธิภาพและประโยชน์ ผลทดสอบพบว่า การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติ ที่ได้จากระบบ ร้อยละ 20ของผู้ประกอบการ ให้คะแนนในระดับ 2 พอใช้ เนื่องจาก ยังไม่เห็นชัดเจนในระบบ

ผลทดสอบ ในระดับบริหาร ในด้านของ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยแบ่งเป็น ด้านการออกแบบ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบกรมีความเห็นในเกณฑ์ดี และ ดีมาก สำหรับด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 20 ให้คะแนนในระดับ 2 พอใช้ เนื่องจาก ยังไม่พึงพอใจ ในการให้บริการในการแก้ไขปัญหา และ ด้านเอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 60 ให้คะแนนระดับ 1 ควรปรับปรุง และร้อยละ 20 ให้คะแนนในระดับ 2 พอใช้ ในเรื่องของคู่มือเอกสาร เนื่องจากระบบยังไม่ได้มีการจัดทำคู่มือการใช้งานไว้ และสำหรับ การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ พบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 40 ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ เนื่องจาก ยังไม่มีช่องทางในการติดต่อและแก้ไขปัญหาได้เพียงพอ

ผลทดสอบระดับผู้ปฏิบัติการ ในด้านของประสิทธิภาพและประโยชน์ พบว่า ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมาย ตรงประเด็น และชัดเจน ผู้ประกอบการร้อยละ 6.67 ให้คะแนนระดับ 2 พอใช้ เนื่องจากความหมายยังไม่ตรงประเด็นและยังมีความยากในการตีความ และ ร้อยละ 13.33 ของผู้ประกอบการให้คะแนนการเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลฯ มีประสิทธิภาพต่อการใช้งานยังไม่เพียงพอ ให้คะแนนระดับที่ 2 พอใช้ นอกจากนี้ ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 6.67 ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ 2 พอใช้ เนื่องจาก ข้อมูลยังมีไม่ครบถ้วนมากพอ ทำให้การทำงานยังไม่เร็วมาก

ผลทดสอบระดับผู้ปฏิบัติกร ในด้านของ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน) Perceived ease of use) พบว่า ด้านการออกแบบ มีเพียงรายการเดียว ที่ผู้ประกอบการร้อยละ 6.67 ให้คะแนนระดับ 1 ควรปรับปรุง ในเรื่องของ ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย และสวยงาม เนื่องจากตัวอักษรยังเป็นตัวเล็ก อ่านได้ยาก สำหรับ ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการ

ใช้งาน ผลทดสอบ พบว่า ร้อยละ 40 ของผู้ประกอบการ ให้คะแนนระดับ 1 ควรปรับปรุง ในเรื่อง ของ เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย

-ด้านผู้ใช้บริการ ในระดับ ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติการ

ผลทดสอบ ระดับผู้บริหาร ในด้านของประสิทธิภาพและประโยชน์ พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้ ทดสอบให้คะแนนอยู่ในระดับค่อนข้างดี ทั้ง 15 หัวข้อ

ผลทดสอบ ในระดับบริหาร ในด้านของ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) โดยแบ่งเป็น ด้านการออกแบบ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีความเห็นในเกณฑ์ดี และ ดีมาก สำหรับด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 6.67 ให้คะแนนในระดับ 1 ควรปรับปรุง สำหรับเอกสารคู่มือประกอบการใช้งานที่มีความชัดเจนและเข้าใจ ง่าย เนื่องจากยังไม่มีการศึกษา และ ร้อยละ 20 ให้คะแนน ในข้อเดียวกัน ในระดับ 2 พอใช้

12. ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะหลังการทดสอบระบบมาปรับปรุงแก้ไข โดยเปลี่ยนขนาดของ ตัวหนังสือ จาก ตัวอักษร Angsana New ขนาดหัวข้อ 16 และ ขนาดตัวหนังสือธรรมดา 14 เป็น ตัวอักษรภาษาอังกฤษ Roboto ภาษาไทย เป็น san-serif โดยเปลี่ยนขนาดตัวหนังสือ ขนาดหัวข้อ เป็น 18 และขนาดตัวหนังสือธรรมดาเป็น 16 นอกจากนี้ การเผยแพร่ข้อมูลเชิงสถิติ ต่อผู้ให้บริการ ได้จัดทำแก้ไขโดยให้ระบบทำการประเมินออกมาในรูปของ Excel file และสามารถประมวลผล ออกมาเป็นกราฟ นอกจากนี้ได้ทำการจัดทำคู่มือการใช้งานเป็น วิดีโอ และ ภาพเคลื่อนไหว และ หน้าจอการกรอกข้อมูลที่ไม่ชัดเจน ไม่ได้แยกช่องระหว่าง การรับสินค้าต้นทาง และ ปลายทาง ผู้วิจัย ได้ทำการปรับปรุงโดยแยกช่องการกรอกอย่างชัดเจนรวมถึงการให้สี เพื่อให้ง่ายในการกรอกข้อมูลใน ระบบ สำหรับสัญลักษณ์การเลือก ลี้อคิน ได้ทำการปรับใส่ตัวหนังสือแยกช่องทางระหว่าง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ไว้อย่างชัดเจน ส่วนข้อเสนอแนะที่ผู้วิจัยยังไม่สามารถแก้ไขได้เนื่องจาก อยู่ในช่วงของเป็นข้อมูลพื้นฐาน และยังอยู่ในระยะทดสอบการใช้ จึงยังไม่สามารถแก้ไขได้ ในขณะนี้ เช่น ระบบหน้าจอยังไม่มีช่องทางในการติดต่อ ADMIN หรือ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของ ระบบ และหน้าจอของโฮมเพจ ยังไม่สามารถนำลิงค์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเข้ามาได้ เป็น ต้น

13. ความคิดเห็นของผู้ทดสอบระบบ ทั้ง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ ในความคิดเห็นที่จะ กลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชัน ของ Business sharing truck center พบว่า ร้อยละ 80 ต้องการที่จะ กลับมาใช้งานในระบบอีก เนื่องจากมีความทันสมัย เหมาะสมกับยุคที่แข่งขันกันทางด้านเทคโนโลยี แต่อีกร้อยละ 20 ยังไม่แน่ใจ เนื่องจาก ยังไม่แน่ใจเรื่องความเสถียรของระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เกรงว่าหากระบบมีปัญหา งานอาจจะหยุดชะงักได้

14. ความคิดเห็นของผู้ทดสอบระบบ ทั้งผู้ให้บริการ และ ผู้ให้บริการ ในความคิดเห็นการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ พบว่า ร้อยละ 80 มีความคิดอยากจะใช้บริการหากมีระบบนี้ใช้จริง และ อีก ร้อยละ 20 ยังไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่แน่ใจในความโปร่งใสของการกระจายงาน และ การป้องกันข้อมูลรั่วไหล

15. การสำรวจทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์ พบว่า มีความเป็นไปได้ของกลุ่มลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทยจำนวน 55 นิคม 16 จังหวัด ซึ่งมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 4,389 โรงงาน โดยมีสัดส่วนในการใช้รถขนส่งสินค้าของตัวเองร้อยละ 20 และ สัดส่วนในการเรียกใช้บริการจากข้างนอกร้อยละ 80 โดยกิจกรรมหลัก เน้นในการให้บริการ รถขนส่งสินค้า และรายได้หลักมาจาก ค่าดำเนินการร้อยละ 5 ของรายได้ทั้งหมด

16. การพิจารณาทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา หลังจากพิจารณาข้อดีและข้อด้อย ทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของ ทั้ง 3 แบบ คือ Exclusive Licensing , Selling และ Non-Exclusive Licensing พบว่า ทางเลือกที่ 3 แบบ Non-Exclusive เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด เนื่องจาก เป็นการอนุญาตให้สิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียว สามารถพัฒนาต่อยอดได้ เปิดโอกาสให้คนที่สนใจเข้ามาใช้ และยังสามารถทำความร่วมมือกับหน่วยงานธุรกิจอื่นๆ ในภาคเอกชน และ ภาครัฐได้ แต่ก็ยังมีข้อด้อย ในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการดูแลบริหารจัดการ และต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงในการลอกเลียนแบบได้ง่าย เนื่องจากเป็นระบบเทคโนโลยี

17. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ในการลงทุนในเชิงพาณิชย์ โดยประมาณการเงินลงทุนในเบื้องต้น 950,000.00 บาท ซึ่งเป็นค่าจ้างในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 700,000.00 บาท และเป็นค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำนักงาน จำนวน 250,000.00 บาท ในขณะที่รายได้จากการดำเนินงาน โดยประเมิน โอกาสในการเรียกใช้บริการรถขนส่งสินค้าจาก กลุ่มลูกค้าโดยเน้นไปที่นิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย ทั้งหมด 55 นิคมอุตสาหกรรม โดยมีโรงงาน รวมทั้งสิ้น 4,389 โรงงาน โดยที่โรงงานในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ มีสัดส่วนในการใช้รถของตัวเองประมาณ ร้อยละ 20 คิดเป็นจำนวน 878 โรงงาน และ ร้อยละ 80 คิดเป็นจำนวน 3,511 โรงงาน เป็นการเรียกใช้บริการ รถขนส่งจากภายนอก

การคำนวณความเป็นไปได้ของโอกาส ในการเรียกใช้บริการรถขนส่ง โดยยึดหลักทฤษฎี การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ของ Roger โดยเลือกพฤติกรรมของคนในสังคมกลุ่มแรกที่เป็น Innovator ที่มีสัดส่วนร้อยละ 2.5 ที่เป็นขอบทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ กล้าเสี่ยง โดยสามารถนำมาคำนวณ จากสัดส่วนของ ร้อยละ 80 ในจำนวน 3,511 โรงงาน ที่ใช้บริการ รถขนส่งสินค้านอก คุณด้วยสัดส่วนร้อยละ 2.5 ดังนั้น โอกาสที่จะมีการเรียกใช้ บริการ รถขนส่ง มีจำนวน 88

โรงงาน โดยคิดเป็นโอกาสเรียกใช้บริการขนส่งสินค้า โรงงานละ 1 คัน คำนวณรายได้เฉลี่ยจากจำนวนรถ 88 คัน คูณด้วยค่าจ้างรถขนส่งเฉลี่ย 4,000.00 บาทต่อคัน คูณด้วยจำนวนวันให้บริการ 25 วัน ($88 \times 4,000 \times 25$) ทำให้มีรายได้รวมในการประมาณการครั้งนี้ ทั้งสิ้น 8,800,000.00 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ยังมีรายได้จากค่าดำเนินการร้อยละ 5 จากรายได้รวมทั้งหมดเป็นเงิน 440,000.00 บาทต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน ค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งสิ้น 240,000.00 บาทต่อเดือน โดยประมาณการรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี และมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี ส่งผลทำให้ เกิดกำไรตั้งแต่ปีแรก เป็นเงิน 2.04 ล้านบาท และต่อเนื่องไปถึงปีที่ห้า 6.27 ล้านบาท สำหรับงบกระแสเงินสดจากการพิจารณาเงินลงทุน เริ่มต้น และต้นทุน ส่งผลทำให้ งบกระแสเงินสดสุทธิในปีแรก 1.84 ล้านบาท และ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปีที่ห้า 8.17 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 17 เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.39 (1.39×12) มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ที่ 10.04 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 90.91

18. การศึกษาจุดคุ้มทุนของโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีรายได้จากการเรียกใช้บริการ รถขนส่งสินค้า เป็นเงิน 4,652,407.60 บาท และมีรายได้จากค่าดำเนินการร้อยละ 5 ของค่ารถขนส่งทั้งหมด เป็นเงิน 232,620.38 โดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าเช่าอาคาร ค่าทางการตลาด เป็นเงิน 240,000.00 บาท ด้วยเงินลงทุนเท่าเดิม ส่งผลทำให้ ในปีแรกยังคงมีการขาดทุนอยู่ที่ 0.09 ล้านบาท และจะเริ่มมีกำไรในปีที่สอง 0.22 ล้านบาท ในปีที่สาม 0.49 ล้านบาท และต่อเนื่องไปจนถึงปีที่ห้า เป็นเงิน 3.96 ล้านบาท โดยมีระยะคืนทุน 52 เดือน คิดเป็นร้อยละ 4.34 (4.34×12)

สรุปผลการศึกษาพบว่าสภาพปัญหาปัจจุบันของผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทยพบปัญหาที่ 10 ด้าน และเมื่อศึกษาลงรายละเอียดถึงลงแต่ละปัญหาทั้ง 10 ด้าน พบ 6 ด้านที่เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ได้แก่ **ด้านที่หนึ่ง** การใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ **ด้านที่สอง** ต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง **ด้านที่สาม** การยอมรับเทคโนโลยีต่ำ **ด้านที่สี่** แรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่ง **ด้านที่ห้า** การขาดแคลนพนักงานทักษะเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ และ **ด้านสุดท้าย** **ด้านที่หก** อำนาจต่อรองลูกค้าต่ำ ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการตัวแทนออกของในประเทศไทยที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ยังคงประกอบกิจการเป็นแบบระบบท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว บริหารงานในลักษณะครอบครัว ต้องประสบกับปัญหาด้านต่างๆ รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง ไม่สามารถกำหนดราคาต่ำ ตามผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือ ต่างชาติที่ได้มีการรวมตัวกันเป็นพันธมิตรให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร อีกทั้งยัง ขาดความพร้อมทางด้านเงินทุน ความสามารถในการเชื่อมโยงระบบเครือข่าย และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวไว้แล้วในเบื้องต้น ว่า

หากมีการเปิดเสรีทางการค้า ความรุนแรงของการแข่งขันจะยิ่งทวีคูณมากขึ้นในธุรกิจตัวแทนออกของ ไทย ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนต้องผันตัวไปเป็น ผู้รับเหมาช่วง หรือ ถอนตัวออกจากตลาดไป ซึ่งถือเป็นการสูญเสียโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก แม้ประเทศไทยจะได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศในการแข่งขัน และเป็นศูนย์กลางของประชาคมอาเซียน ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้ก็ตาม จากประเด็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคทั้ง 6 ด้านดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ห้อยอด พบว่าหากมีการรวมกลุ่มเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการและสามารถสร้างโอกาสในการแก้ไขปัญหอุปสรรคทั้ง 6 ด้านได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ทางด้านการขนส่งสินค้า (Transportation) ซึ่งเป็นกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากยังคงมีทรัพยากรที่เป็น รถขนส่งสินค้าที่ยังไม่ได้ใช้งานเต็มศักยภาพ ทั้งที่ประเทศไทยยังคงมีผู้ประกอบการที่มีรถขนส่งอยู่ในมือที่ว่างงาน เนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดโอกาสที่จะเข้าถึงผู้ใช้งานโดยตรง และไม่สามารถบริหารจัดการในเรื่องของเวลาในการทำงานให้เต็มสมรรถภาพได้มากขึ้น จึงนำมาสู่แนวคิดการทำงานร่วมกันผ่านระบบสังคมออนไลน์ (Collaboration Network) ที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนการรวมกลุ่มที่เหมาะสมกับองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทำธุรกิจแบบ e-business ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ไขปัญห ในธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และสามารถประยุกต์ทำให้เกิดประโยชน์ เพิ่มยอดขาย ลดค่าใช้จ่าย และยังช่วยสร้างโอกาสการเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในธุรกิจได้ โดยมีองค์ประกอบโมเดลดังภาพแสดงที่ 4.3. และภาพแสดงขยายรายละเอียดการทำงานของโมเดลที่แสดงในภาพที่ 4.4

นอกจากนี้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปันที่จะให้ประสบความสำเร็จได้นั้น พบว่ามีปัจจัยที่ส่งเสริม 4 ด้าน **ด้านที่หนึ่ง** การรวมกลุ่มต้องสามารถเพิ่มการใช้งานของทรัพยากรได้เพิ่มมากขึ้น และมีผลประโยชน์ที่ชัดเจน **ด้านที่สอง** ต้องมีกฎระเบียบการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบกลับได้ **ด้านที่สาม** ต้องมีรูปแบบของเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ขั้นตอนง่าย โดยสามารถใช้ได้ทั้งพีซี และ บนสมาร์ตโฟน **ด้านที่สี่** ต้องสามารถเช็คสถานะการทำงานได้รวดเร็ว ทุกเวลา ทุกสถานที่ และ ตลอด 24 ชั่วโมง

อีกทั้งการรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน จะต้องให้ความรู้สึกก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งสองฝ่าย ทั้งผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ ซึ่งการศึกษาพบประโยชน์ 3 ด้าน **ด้านที่หนึ่ง** ด้านการใช้รถขนส่งได้เต็มศักยภาพมากขึ้น จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ทำให้สามารถเรียกใช้ บริการรถขนส่งสินค้าที่อยู่บริเวณใกล้ๆ ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าในราคาตลาด ประหยัดเวลา และสามารถทำงานได้รวดเร็วมากขึ้น มีทางเลือกในการเรียกใช้บริการให้หลากหลายมากขึ้น ส่วนประโยชน์ ของผู้ให้บริการ จะสามารถบริหารจัดการงานสำหรับการรับงานขนส่งได้มากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการ

ได้ตรงเวลาได้มากขึ้น **ด้านที่สอง** ด้านการใช้รถขนส่ง เพื่อรับสินค้าเที่ยวกลับได้ ช่วยทำให้สามารถลดต้นทุนได้มากขึ้น โดยประโยชน์ของ ผู้ใช้บริการ ทำให้ได้ราคาค่าขนส่งที่ถูกลง ส่วนประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ จะมีโอกาสในการรับงานขนส่งเที่ยวกลับได้ โดยไม่ต้องดิ้นรนไปล่ากลับบริษัท สามารถลดต้นทุน ทำให้ตั้งราคาต่อสู้กับคู่แข่งได้ **ด้านที่สาม** ด้านแรงกดดันจากลูกค้าและคู่แข่ง โดย ผู้ใช้บริการ จะได้ประโยชน์ทำให้สะดวกในการติดต่อ ประสานงาน ได้ราคาที่ถูกลง เนื่องจากสามารถเรียกใช้รถขนส่งที่อยู่บริเวณใกล้จุดรับสินค้า ส่วนประโยชน์ของ ผู้ให้บริการ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจ แบ่งปัน จะช่วยสร้างบริการที่หลากหลายจากการเชื่อมโยงเครือข่ายกันภายในกลุ่ม สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ

ทั้งนี้การรวมกลุ่มแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน แม้จะใช้เทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการ ยังพบว่า รูปแบบคุณลักษณะของเทคโนโลยีที่จะทำให้เกิดประโยชน์ ทั้ง ผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ จะต้องมีความรู้ 5 ด้าน **ด้านที่หนึ่ง** ต้องเป็นเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถใช้ได้ทั้งพีซี และ สมาร์ทโฟน **ด้านที่สอง** ต้องสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ และสามารถเช็คสถานะของงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง **ด้านที่สาม** ต้องมีระบบป้องกัน และสามารถพิสูจน์ตัวตนได้ **ด้านที่สี่** ต้องสามารถบริหารจัดการผลประโยชน์ ได้อย่างชัดเจน และ โปร่งใส ด้วยวิธีการบริหารจัดการด้วยระบบเทคโนโลยีแบบแจกจ่ายงานอัตโนมัติ **ด้านที่ห้า** ต้องใช้ภาษาง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีภาษาไทย เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อพนักงานปฏิบัติงานที่มีความรู้ไม่มาก เพื่อง่ายต่อการเรียนรู้การใช้งาน

นอกจากนี้การรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการการทำงานร่วมกัน ระหว่าง อุปสงค์ และ อุปทาน บนแพลตฟอร์มเดียวกัน พบว่าทำให้สามารถแชร์ข้อมูลการทำงานร่วมกันในทุกส่วนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย ผู้ใช้บริการ ตัวกลางในการให้บริการ (Services provider) ผู้ให้บริการ พนักงานขับรถ ผู้ส่งมอบสินค้า ณ จุดต้นทาง และ ผู้รับสินค้า ณ จุดปลายทาง โดยเป็นการส่งข้อมูลการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยี

6.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

ผลการจากศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ ส่งผลต่อประโยชน์ในการนำไปใช้ทั้งทางด้านวิชาการและประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ จากผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้ต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ที่เริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษารวมกลุ่มธุรกิจ และ รูปแบบการทำธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ศึกษาปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมต่างๆ และนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัย โดยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกใน

ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้เชี่ยวชาญในงานด้านตัวแทนออกของ และ กิจกรรมอื่นๆ ทางด้านโลจิสติกส์ และนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิจัยเชิงคุณภาพ Nvivo เพื่อต่อยอดจากรากฐานของทฤษฎีเศรษฐกิจแบ่งปัน และนำมาสังเคราะห์เพื่อสร้างและพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย ให้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจอื่นๆ ที่ใกล้เคียงได้ต่อไป

2. ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ผลสรุปงานวิจัยที่ได้จากผลวิเคราะห์จากโปรแกรม Nvivo ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาปัจจุบันในผู้ประกอบการตัวแทนออกของ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังทราบถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และโอกาสที่จะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการกับอุปสรรคดังกล่าว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และ เสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการเพื่อให้ต่อสู้และแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาระบบเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างในการให้บริการสำหรับการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อให้สามารถสู้กับคู่แข่งในตลาดได้อย่างยั่งยืนในยุคที่มีการแข่งขันสูง และเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดและการพัฒนาศักยภาพของการเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน

6.4 ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย

- ข้อจำกัดของทฤษฎีเศรษฐกิจแบ่งปัน เนื่องจาก เป็นแนวคิดใหม่ ซึ่งขณะที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้ายังคงมีงานวิจัยไม่มากนัก จึงอาจจะทำให้ยังไม่สามารถศึกษาปัญหาในด้านอื่น เพื่อให้ครอบคลุมการทำงานของโมเดลได้ทั้งหมด

6.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

- การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และ นวัตกรรมใหม่ๆ ในพนักงานขับรถ ซึ่งเป็นจุดที่เป็นผู้ปฏิบัติการโดยต้องอาศัยการเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งตรงจุดนี้ ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการศึกษาไว้

- ควรศึกษาทฤษฎีความไว้วางใจ เนื่องจากการอยู่ร่วมกันในกลุ่ม ความสำคัญจะอยู่ที่ทำอย่างไรให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มเกิดการไว้วางใจและยินดีที่จะแบ่งปันข้อมูลกันในกลุ่มเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน และช่วยเต็มใจช่วยกันพัฒนา ซึ่งในจุดนี้ผู้วิจัยยังไม่ได้ศึกษาไว้

- งานวิจัยครั้งนี้ ทำประเมินความเป็นไปได้ของโครงการโดยจำกัดโอกาสของ ผู้ใช้บริการเพียงกลุ่มโรงงานที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม เท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริง ยังคงมีโรงงานที่อยู่โดยรอบอีกมาก ที่มีโอกาสที่จะเรียกใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มของ ผู้ให้บริการ ที่ให้บริการทางด้านอื่น

และไม่มี รถขนส่งเป็นของตัวเอง เช่น งานพิธีการศุลกากร คลังสินค้า ซึ่งกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีโอกาสสูงที่จะเรียกใช้ บริการรถขนส่ง ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไป ควรจะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ในหลายกลุ่มมากขึ้น

- การศึกษาในครั้งต่อไป ควรจะเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น และหลากหลายกลุ่ม ที่ให้บริการทั้งหมดในกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้ได้สภาพปัญหาในมิติอื่นที่อาจจะยังคงไม่พบในกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำไปพัฒนาออกแบบโมเดลต้นแบบการทำงานให้ครอบคลุมในการแก้ปัญหาต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำไปศึกษาต่อยอด ในการสร้างต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจอื่นที่ใกล้เคียง

- การศึกษาในครั้งต่อไป ควรพิจารณาความคุ้มค่าของการเข้าร่วมกลุ่มในแนวคิดแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในตัวแทนออกของ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งในจุดนี้ยังไม่มีในการศึกษานี้

- การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการ ควรเพิ่มการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ในกรณีสถานการณ์ไม่ปกติ ส่งผลต่อรายได้ลดลง และรายจ่าย

รายการอ้างอิง

- Adrian T.H.Kuah. (2002). "Cluster Theory and Practice : Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster". *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol.4(3), 206-228. doi: 10.1108/14715200280001472
- Airbnb. (2015). Economic Impacts in Montreal Retrieved 27 June 2015, from <http://blog.airbnb.com/economic-impact-montreal/>.
- Ajakaiye, O. I. (2012). *The Role of Logistics Service Providers in the Logistics Firms' Supply Chain*
- Ali, A. H. M., & Ahmad, M. N. (2015). HYBRID MEHODLODGY (HM) FOR DEVELOPING WEB-BASED SYSTEMS *International Journal of Information Research and Review*, Vol. 02(11), 1327-1357.
- Allen, D., & Berg, C. (2014). Sharing Economy How over-regulation could destroy an economic revolution: The Voice for Freedom ESTABLISHED-1943.
- Bamberger, I. (1989). Developing competitive advantage in small and medium-size firms. *Long Range Planning*, 22(5), 80-88.
- Baptista, R. M. L. N. (1996). *An empirical study of innovation, entry and diffusion in industrial clusters*. London Business School (University of London).
- Boonpattarakan, A. (2012). Competitive Capabilities of Thai Logistics Industry: Effects on Corporate Image and Performance. *International Journal of Business and Management*, 7(5). doi: 10.5539/ijbm.v7n5p19
- Busse, C., & Marcus Wallenburg, C. (2011). Innovation management of logistics service providers: Foundations, review, and research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(2), 187-218.
- Cawthorne, P. M. (1995). Of networks and markets: the rise and rise of a South Indian town, the example of Tiruppur's cotton knitwear industry. *World Development*, 23(1), 43-56.
- Chandler, A. D., & Saxenian, A. (1995). Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128: JSTOR.

- Cho, M. J., Woo, C. R., Choi, H. R., Hong, S. G., Lee, K. B., & Park, S. J. (1998). Business Model for the Sharing Economy between Enterprises. *Advances in Economics, Law and Political Sciences*, 6, 181-189.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296. doi: 10.1177/1086026614546199
- Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*. doi: 10.1177/10860266145466199
- Cragg, P., & Mills, A. (2011). IT support for business processes in SMEs. 17 No.5(Business Process Management Journal), 697-710.
- Dibrell, C., Davis, P. S., & Craig, J. (2008). Fueling Innovation through Information Technology in SMEs*. *Journal of Small Business Management*, 46(2), 203-218. doi: 10.1111/j.1540-627X.2008.00240.x
- Erving, E. E. (2014). The Sharing Economy: Exploring the Intersection of Collaborative Consumption and Capitalism.
- Friedrich, C. J. (1929). *Alfred Weber's Theory of the location of Industries: The University of Chicago Press Chicaco, Illinois.*
- Harncharnchai, A. (2010). *Dynamic knowledge management system for industrial cluster: a case study of Lampang Ceramic Cluster= ระบบ การ จัดการ ความ รู้ เชิง พลวัต สำหรับ กลุ่ม อุตสาหกรรม กรณี ศึกษา กลุ่ม เซรามิ ก ลำปาง.* Chiang Mai: Graduate School, Chiang Mai University, 2010.
- Ho, C.-T. B., Lenny Koh, S., Karaev, A., Lenny Koh, S., & Szamosi, L. T. (2007). The cluster approach and SME competitiveness: a review. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 18(7), 818-835.
- Holmstrom, M. (1993). "High Technology Industrial Networks in Bangalore, INDIA". In Khalid Nadvi. *Industrial Clusters and Networks: Case Studies of SME Growth And Innovation*". United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).
- Hong, S. G., Kim, H. J., Choi, H. R., Lee, K., & Cho, M.-J. (2013). Critical Success Factors for Sharing Economy among SMEs.

- Hotrawaisaya, C., Chandraprakaikul, W., & Suthikarnarunai, N. (2014). Performance Improvement by Logistics Collaboration Management Model for Orchid Flower Industry in Thailand. *Engineering Management Research*, 3(2). doi: 10.5539/emr.v3n2p52
- IMF. (2016) *World Economic Outlook*: Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- Karaev, A., Koh, S. C. L., & Szamosi, L. T. (2007). The cluster approach and SME competitiveness a review. doi: 10.1108/17410380710817273
- Kuah, A. T. (2002). Cluster Theory and Practice: Advantages for the small business locating in a vibrant cluster. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 4(3), 206-228.
- Martin, E., Shaheen, S., & Lidicker, J. (2010). Impact of carsharing on household vehicle holdings: Results from North American shared-use vehicle survey. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*(2143), 150-158.
- Matofska, B. (2014). What is the Sharing Economy? *The People Who Share*.
- Mills, P. C. A. (2011). IT support for business processes in SMEs. *Business Process Management Journal*, Vol. 17 (5), 697-710.
- Mugar, G. H. (2013). *A Practice Perspective on Websites for the Sharing Economy*
 Paper presented at the iConference 2013 Proceedings
- O'Halloran, J. (2007). Effective Collaboration for SMEs: harnessing online collaboration tools to make SMEs more adaptable, flexible and competitive. *ComputerWeekly*.
- Oakey, R. P., & Cooper, S. (1989). High technology industry, agglomeration and the potential for peripherally sited small firms. *Regional Studies*, 23(4), 347-360.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model canvas. *Self published*. Last.
- Pandit, N. R., Cook, G. A. S., & Swann, G. M. P. (2002). A Comparison of Clustering dynamics in the British broadcasting and financial services industries. *International Journal of Economics of Business*, Vol. 9(2), 195-224. doi: 10.1080/13571510210134655
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York, NY, pp.149.

- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition* Harvard Business Review.
- Rabellotti, R. (1993). "The Mexican shoe cluster of Leon & Guadalajara in Khalid Nadvi. Industrial Clusters and Networks: Case Studies of SME Growth And Innovation". United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).
- Saeed, N. (2013). Cooperation among freight forwarders: Mode choice and intermodal freight transport. *Research in Transportation Economics*, 42(1), 77-86.
- Schmitz, H., & et.al. (1995). "The Brazilian shoe cluster of Sinos Valley in Khalid Nadv. Industrial Clusters and Networks: Case studies of SME Growth And Innovation". United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).
- Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy. A Great Transition Initiative Essay.
- Sekula, T. (2013). [Imports [101] exports Freight Forwarder Roles in the Export Transaction]. BDP International Committed to Customer Success.
- Sheikh, Z., & Rana, S. (2014). *The Role of Logistics Service Providers in Supply Chain Performance Management: A comprehensive Literature Review*. Paper presented at the International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.
- Swaminathan, P., & Jeyaranjan, J. (1994). "The Knitwear Cluster of Tiruppur, INDIA in Khalid Nadve. Industrial Clusters and Networks: Case Studies of SME Growth And Innovation". United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).
- T.Ulrich, K., & Eppinger, S. D. (2012). Product Design and Development.
- Tarute, A., & Gatautis, R. (2014). ICT Impact on SMEs Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 1218-1225. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.968
- Thailand Professional Qualification Institute, & Rajamangala University of Technology Tanyaburi. (2015). Professional standards and Professional Qualification in Logistics.
- United Nations Industrial Development Organization. (2001). Development of Clusters and Networks of SMEs. Vienna.
- Xu, P., Kuilboer, J.-P., & Ashrafi, N. (2012). IT Impacts On Performance Of Service Firms Through Operation-Level Dynamic Capability. *Journal of Applied Business Research*, 28(6), 1283.

- Yuwawutto, S., Smitinont, T., Charoenanong, N., Yokakul, N., & Chatratana, S. (2011). Increase in Effectiveness of Technology Development in Thai SMEs with Group Approach. *Korea*, 3(77), 23.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2015). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Boston U. School of Management Research Paper*(2013-16).
- Zetting, P., & Vincze, Z. (2012). How cluster evolve. 22 No.2, 110-132. doi: 10.1108/10595421211205985
- ไทยพับลิก้า. (2558). PwC เปิดเทรนด์เศรษฐกิจแบ่งปัน Sharing Economy "ประหยัดเวลา ประหยัดสตางค์" หัวใจ ความไว้วางใจ สำคัญที่สุด. Retrieved 29 พฤษภาคม 2558, from <http://thaipublica.org/2015/05/pwc-sharing-economy/>
- กมลชนก สุทธิวาหนฤพุดิ และคณะ. (2547). การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์: สำนักพิมพ์ท็อป/แมคกรอ-ฮิล.
- กรมการขนส่ง กระทรวงคมนาคม. (2557). สถิติคมนาคม "การขนส่งสินค้าภายในประเทศของแต่ละภาคการขนส่ง". Retrieved 4 มิถุนายน 2559, from <http://www.mot.go.th/statmot.html?id=7>
- กรมการขนส่ง กระทรวงคมนาคม. (2559). สถิติจำนวนใบอนุญาตประกอบการขนส่งและจำนวนผู้ประกอบการขนส่ง Retrieved 7 มิถุนายน 2559, 2559, from http://apps.dlt.go.th/statistics_web/tax_3_8.html
- กรมศุลกากร. (2549). หลักเกณฑ์การขออนุญาตเป็นตัวแทนออกของ (ประกาศกรมศุลกากรที่ 13/2549 วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2549)
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2546). แนวคิดและกระบวนการขับเคลื่อน การพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม Retrieved 25 พฤษภาคม 2559 <http://ipc8.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=p2iwHL8HjqE%3D&tabid=168>
- การดี เลียวไพโรจน์. (2558). Sharing Economy เศรษฐกิจแบ่งปัน. 20 มิถุนายน 2558. Retrieved 25 พฤษภาคม 2559, from <http://eureka.bangkokbiznews.com/detail/633540>
- จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2543). หลักการขนส่ง. สถาบันพาณิชย์นาวี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยชนะ ตีรสฤกิตติมา. (2558). การจัดการนำเข้าและส่งออก. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชูศักดิ์ ชื่นประโยชน์. (2549). คลัสเตอร์ผักปลอดภัยจากสารพิษภาคตะวันตก.
 ณพพงษ์ สงวนภาพพร. (2549). คลัสเตอร์ Hotel De Cham จังหวัดเชียงใหม่.
 ดาวน้อย สุทธินิภาพันธ์. (2556). การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปริญาญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยรังสิต.วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม.
 ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ และ จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา. (2554). การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ปีที่ 31 ฉบับที่ 2.
 บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2546). การร่วมกลุ่มธุรกิจเพื่อการแข่งขัน.
 บุษรัตน์ ไวยะโกมล. (2556). มุมมองต่อวิชาชีพตัวแทนออกของ. 18 กุมภาพันธ์ 2545. Retrieved 25 พฤษภาคม 2559, from <http://www.ctat.or.th/FileUpload/Editor/DocumentUpload/WebContent/RD/มุมมองต่อวิชาชีพตัวแทนออกของ.pdf>
 พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล และคณะ. (2556). มุมมองผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่อการเปิดเสรี AEC.
 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม. (2543). ความหมายวิสาหกิจ.
 รัฐภูมิ ภัคดีภูมิ. (2556). การพัฒนาคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนส่งแบบไม่เต็มคัน. บริษัท ดี เอ็กซ์ อินโนเวชั่น จำกัด.
 วิไลพร ทวีลาภพันทอง. (2558). ก้าวสู่ยุค Sharing Economy ซ้ำสามเงื่อนไขหนุนความสำเร็จ. Retrieved 10 มิถุนายน 2558 from <http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9580000065463>
 ศศิเพ็ญ ภูพานิช. (2553). บริษัทข้ามชาติให้ห้อยไต่กับไทย: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). ข้อมูลสรุปการค้าระหว่างประเทศของไทย กับโลก: กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
 ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม. (2550). โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Clusters). Retrieved 25 พฤษภาคม 2559, from http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=163&Itemid=23
 สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. (2549). โครงการจัดการทำแผนที่เครือข่ายเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ: สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2552). โครงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในพื้นที่กรุงเทพฯ เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สมชัย กิจมีร์ชัยโยธิน, & อธิวิภา วัฒนากกร. (2546). คลัสเตอร์สิ่งทอจังหวัดชัยภูมิ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2013). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560) ... “Thailand's Logistics Development Strategy 2 (2013- 2017)”. from http://www.tceb.or.th/fileadmin/user_upload/documents/mice-reports/MICE_Report_2015_-_Issue_3.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). แนวทางการดำเนินงานและกรณีตัวอย่าง: บทเรียนการพัฒนาคลัสเตอร์ในประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). โครงการกิจการเชื่อมโยง งานวิจัยกับภาคนโยบายสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม. (2551). เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมโลจิสติกส์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการโซ่อุปทานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย. (2554). คลัสเตอร์กล้วยไม้กลุ่มราชบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. (2554). ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2558). อนาคตไทยก้าวไกลด้วย คลัสเตอร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม. (2515). เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมโลจิสติกส์, กรุงเทพมหานคร.
- หยก แสงตะวัน. (2554). Freight forwarder (เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์) คืออะไร. Retrieved 25 พฤษภาคม 2559, from <http://www.fleth.co.th/index.php/th/component/content/article/6-article/447-447>.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของกิจการในธุรกิจตัวแทนออกของ

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

เลขที่แบบสอบถาม (Rev 1)16.11.15

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

2. สัมภาษณ์ ณ วันที่ เวลา.....

3. หน่วยงานตำแหน่งปัจจุบัน.....

4. ที่อยู่บริษัท

5. จำนวนพนักงานในบริษัท

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 คน 21-50 คน 51-100 คน
 101-200 คน มากกว่า 200 คน ขึ้นไป

6. เพศ ชาย หญิง

7. สถานะ

- เจ้าของธุรกิจ พนักงานบริหารระดับสูง
 พนักงานบริหารระดับกลาง พนักงานปฏิบัติการ อื่นๆ

8. วุฒิการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

9. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

10. บริษัทของท่านดำเนินธุรกิจตัวแทนออกของมานานเท่าใด

- ต่ำกว่า 5 ปี 5-10 ปี 10-15 15 ปีขึ้นไป

11. ทุนจดทะเบียนของบริษัทท่าน

- ต่ำกว่า 5 ล้าน 5-10 ล้าน 11-20 ล้าน 20 ล้าน ขึ้นไป

12. ท่านพึงพอใจกับผลประกอบการของบริษัทท่าน มากน้อย เพียงใด

- น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด

13. กิจกรรมใดบ้างที่บริษัทของท่านดำเนินอยู่ในปัจจุบัน

- พิธีการศุลกากรเข้า-ออก รถขนส่งประเภทหัวลาก คลังสินค้า
 รถขนส่งตู้ (Van Type) แพ็คกิ้ง อื่นๆ.....

(สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

ส่วนที่ 2 : สภาพปัญหาที่ส่งผลต่อความจำเป็นในการรวมกลุ่มในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปันของธุรกิจตัวแทนออกของขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) มีอะไรบ้าง

ลำดับ	ปัญหาของผู้ประกอบการ	วิธีการรับมือกับปัญหา
อุปสรรคทางการแข่งขัน (Competition Barriers) (Internal Factor)		
1.	ในปัจจุบันบริษัทของท่านถูกกดดันจากคู่แข่ง ที่มีขนาดธุรกิจเท่ากัน บริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่า และ บริษัทข้ามชาติ ทางด้านใดบ้าง อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
2.	ในปัจจุบันบริษัทของท่านมีอำนาจต่อรองกับลูกค้า มาก น้อย ปานกลาง อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
3.	ในกรณีที่มีบริษัทของท่านต้องติดต่อประสานงานกับต่างประเทศ ท่านพบกับปัญหา เช่น ปัญหาทางด้าน ภาษา วัฒนธรรม เวลา หรือไม่ และ เป็นอย่างไรบ้าง	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
4.	ปัจจุบันบริษัทของท่านประสบกับปัญหาต้นทุนที่สูงขึ้นมากขึ้น และส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจของท่านมากน้อย อย่างไรบ้าง	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
5.	ปัจจุบันบริษัทของท่านประสบกับปัญหาการขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานในธุรกิจของหรือไม่ มากน้อย เพียงไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
6.	ปัจจุบันทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการของท่าน เป็นอุปสรรคในการติดต่อ หรือ การให้บริการต่อลูกค้าของท่านหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
7.	ปัจจุบันท่านประสบปัญหา การใช้งานใน ทรัพย์สิน หรือ เครื่องมือต่างๆ ยังไม่เต็มศักยภาพ หรือไม่ และ อย่างไร เช่น รถขนส่ง แรงงาน เป็นต้น	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี (Technology Barriers) (Internal Factor)		
8.	ท่านประสบปัญหาเกี่ยวกับการลงทุนสำหรับการนำเทคโนโลยีนี้เข้ามาใช้ในองค์กรหรือไม่ และ อย่างไร บ้าง	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
9.	บริษัทมีระบบเทคโนโลยีรองรับการทำงานอะไรบ้าง และท่านประสบปัญหาเกี่ยวกับปัญหาการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้หรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
10.	ช่วงแรกในการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในองค์กร ท่านประสบปัญหา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
11.	ท่านประสบปัญหาเกี่ยวกับ พนักงานที่ไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

12.	ปัจจุบันบริษัทของท่าน พบกับอุปสรรคการแข่งขันทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในตลาดหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
อุปสรรคทางการบริหารจัดการ (Management Barriers) (Internal Barriers)		
13.	ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ และ นโยบาย เป้าหมายอย่างชัดเจนหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
14.	ในสถานะเศรษฐกิจแข่งขันทางด้านเทคโนโลยี บริษัทของท่าน มีการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการแข่งขันอย่างเต็มที่หรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
15.	บริษัทของท่านมี โครงสร้างองค์กรที่รองรับกับกลยุทธ์ทางการตลาด ได้อย่างเหมาะสมหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
อุปสรรคทางการสื่อสาร (Communication Barriers) (Internal Factor)		
16.	ปัจจุบันบริษัทของท่านประสบกับปัญหา พนักงานขาดทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ที่ส่งผลกระทบต่อประสานงาน กับต่างประเทศหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
17.	ปัจจุบันบริษัทของท่านประสบกับปัญหา การสื่อสารภายในองค์กรที่รับข้อมูลไม่ทั่วถึง ที่ส่งผลกระทบต่อประสานงานในแต่ละแผนก ภายในองค์กรของท่านหรือไม่ และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
18.	ท่านประสบกับปัญหา การสื่อสาร กับภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า พันธมิตรคู่ค้า ที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสในการรับงานจากลูกค้าของท่าน มากน้อย เพียงใด และ อย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
อุปสรรคการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (External Factor)		
19.	ปัจจุบันบริษัทของท่านประสบปัญหาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของท่าน หรือ ไม่ มาก น้อย เพียงใด	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
20.	ปัจจุบันบริษัทของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย หรือ ยาก เพียงใด	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง
อุปสรรคจากความผันผวนทางเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic instability) (External Factor)		
21.	ปัจจุบัน ธุรกิจของท่าน มีความจำเป็นต้องติดต่อกับต่างประเทศหรือไม่ ในด้านใดบ้าง หากไม่มี ไม่ต้องตอบข้อ 23	
22.	ธุรกิจของท่าน ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของ	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
 Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
 โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

	อัตราแลกเปลี่ยนมากน้อยเพียงใด และ อย่างไร	
23.	ปัจจุบันบริษัทของท่าน ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมัน หรือไม่ และ เป็นอย่างไร	ท่านมีวิธีการรับมือกับปัญหานี้อย่างไรบ้าง

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

ส่วนที่ 3 : ในการรวมกลุ่มธุรกิจ ในแนวเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) มีแนวโน้มในการสร้างโอกาส ที่จะช่วยจัดการกับปัญหาอย่างไรบ้าง

ลำดับ	แนวโน้มในการสร้างโอกาส
1.	ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับบริษัทของท่านต่อผู้ประกอบการรายใหญ่ ผู้ประกอบการข้ามชาติ ได้มากขึ้น หรือ น้อยลง เพียงใด และ อย่างไร
2.	ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาสในการลดต้นทุนในการดำเนินงาน ของท่านได้มากน้อยเพียงใด และ อย่างไร
3.	ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาส การแก้ปัญหา การขาดแคลนพนักงาน ในองค์กรของ ท่าน ได้มากขึ้น หรือ น้อยลงเพียงใด และ อย่างไร
4.	ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วย ลดปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการที่ไกลจากลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการให้บริการ ได้มากขึ้น หรือ น้อยลง เพียงใด และ อย่างไร
5.	ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาสเพิ่ม ในการใช้งานของทรัพย์สิน หรือ เครื่องมือต่างๆ ได้เพิ่มศักยภาพมากขึ้น หรือ น้อยลงเพียงใด และ อย่างไร
6.	ท่านคิดว่า การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาสในการช่วยให้พนักงานของท่าน สามารถพัฒนาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีได้มากขึ้น หรือ น้อยลงเพียงใด และ อย่างไร
6.	ท่านคิดว่า การนำเอาเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาส ให้บริษัทของท่านรับมือกับ การแข่งขันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในตลาด ได้มากขึ้น หรือ น้อยลงเพียงใด และ อย่างไร
7.	ท่านคิดว่า การนำเอาเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาส ในการเพิ่มศักยภาพ ในการสื่อสารทั้งภายใน และ ภายนอกองค์กร ให้ทราบข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเป็นข้อมูลเดียวกันได้มากขึ้น หรือ น้อยลง อย่างไร (ภายใน เช่น ประสานงานในแต่ละแผนก ภายนอก เช่น พันธมิตรคู่ค้า ลูกค้า และ อื่น ๆ)
8.	ท่านคิดว่า การนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะสร้างโอกาสในการสร้างเครดิต ให้กับบริษัทของท่านเพิ่มขึ้น เพื่อให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้ง่ายมากขึ้น หรือ น้อยลง เพียงใด
9.	ท่านคิดว่า การนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาส ส่งเสริมการแก้ปัญหาสภาพคล่อง ของบริษัท ท่านได้ดีมากขึ้น หรือ น้อยลง เพียงใด
10.	ท่านคิดว่า การนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ ในการรวมกลุ่มธุรกิจ จะช่วยสร้างโอกาสในการช่วยลดปัญหา ในผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมัน ได้มากขึ้น หรือ น้อยลง เพียงใด

การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปันในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย
Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand
โดย นางสาว ชนิษฐา จุฑานพรัตน์

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มธุรกิจ ในแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ให้ประสบความสำเร็จ และ ต้นแบบการสร้างบริการในกลุ่มต้องมีลักษณะเป็นอย่างไร

ลำดับ	ตัวแบบในการสร้างบริการ
1.	การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการ การรวมกลุ่มธุรกิจ ท่านคาดหวังผลลัพธ์จากการรวมกลุ่ม ต่อธุรกิจของท่านอย่างไรบ้าง
2.	รูปแบบเทคโนโลยีที่ใช้ จะต้องมึลักษณะการใช้งานเป็นอย่างไร ท่านจึงจะตัดสินใจ
3.	ท่านคิดว่า แนวคิดการรวมกลุ่ม แบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เหมาะกับการทำธุรกิจประเภทใดมากที่สุดในงานทางด้าน โลจิสติกส์ ท่านสามารถแสดงความคิดเห็น ได้มากกว่า 1 ข้อ <input type="checkbox"/> พิธีการศุลกากร เข้า - ออก <input type="checkbox"/> รถขนส่งประเภทหัวลาก <input type="checkbox"/> คลังสินค้า <input type="checkbox"/> รถขนส่งตู้ (Van Type) <input type="checkbox"/> ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) <input type="checkbox"/> อื่นๆ
4.	เหตุผลที่เลือก

ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้ระบบ Business Sharing Truck Center

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาต้นแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ในธุรกิจตัวแทนออกของในประเทศไทย

Developing Prototype of Sharing Economy in Customs Broker Business in Thailand

แบบสอบถามนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาความคิดเห็น หลังทดสอบการใช้งานในเว็บแอปพลิเคชันของ ผู้ให้บริการ (Vender) และผู้ใช้บริการ(User/Customer) โดยเฉพาะงานบริการทางด้านรถขนส่งสินค้าภายในประเทศ และแนวทางการพัฒนาต่อเว็บแอปพลิเคชัน

ขอความกรุณาท่านโปรดช่วยตอบคำถามทุกคำถาม

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

ข้อมูลที่ท่านกรอกสำหรับงานวิจัยนี้จะเป็นความลับและใช้ในการศึกษาเท่านั้น

Business sharing truck center

<http://www.bstruckcenter.com>

วัตถุประสงค์ :

เพื่อพัฒนาต้นแบบการรวมกลุ่มธุรกิจแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในธุรกิจตัวแทนออกของ (Customs broker) ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยเน้นเฉพาะผู้ให้บริการ รถขนส่งสินค้าภายในประเทศ ประเภท รถ 6 ล้อ และ 10 ล้อ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์

วันที่ทำการทดสอบระบบ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ของแต่ละข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม 1

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้บริหารระดับสูง | <input type="checkbox"/> ผู้บริหารระดับกลาง |
| <input type="checkbox"/> พนักงานปฏิบัติงาน | <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

สิทธิ์ที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้ใช้บริการ (Customer) | <input type="checkbox"/> ผู้สนใจ/ ผู้เข้าดูข้อมูล |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

เพศ

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

กิจกรรมหลักของธุรกิจท่าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ให้บริการขนส่งสินค้า | <input type="checkbox"/> ให้บริการเคลียร์พิธีการศุลกากร |
| <input type="checkbox"/> ให้บริการด้านขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> โรงงานผลิต |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

ชื่อบริษัท

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการใช้ระบบเว็บแอปพลิเคชัน **Business sharing truck center**

ข้อ	รายการ	ระดับความเห็น				
		5 ดีมาก	4 ดี	3 ปาน กลาง	2 พอใช้	1 ควร ปรับปรุง
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)						
ก. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ						
1.	ความเหมาะสมของเมนูการใช้งาน รวดเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บเพจ					
2.	ระบบมีความเร็วในการประมวลผลข้อมูล (การคำนวณระยะทางหรือ การคำนวณเงิน)					
3.	ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ (ในแต่ละเมนู)					
4.	ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกข้อมูล					
5.	ภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล สื่อความหมายตรงประเด็น และชัดเจน					
6.	การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งานมีความปลอดภัย					
7.	การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลฯ มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (การใช้งานระบบหลุดบ่อยหรือไม่ การบันทึกข้อมูล การอัปโหลดภาพ การส่งข้อมูล)					
8.	ความง่าย (User Friendly) สะดวกในการค้นหาข้อมูลของระบบ					
9.	ระบบฐานข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน อธิบายได้ชัดเจนช่วยทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น					
10.	ระบบฐานข้อมูลฯ ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ					
11.	ระบบประเมินความพึงพอใจระหว่างลูกค้าและพนักงานขับรถ ในระบบ real time ช่วยสร้างความมั่นใจในประสิทธิภาพการทำงาน					
12.	ระบบฐานข้อมูลฯ อำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงานผลการดำเนินการด้านต่าง ๆ ให้กับผู้บริหารประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายต่าง ๆ					
13.	การเผยแพร่ข้อมูลผลการประเมินในเชิงสถิติที่ได้จากระบบ					
14.	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ					
15.	ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ					

ข้อ	รายการ	ระดับความเห็น				
		5 ดีมาก	4 ดี	3 ปาน กลาง	2 พอใช้	1 ควร ปรับปรุง
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)						
ข. ด้านการออกแบบ						
16.	ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของหน้าโฮมเพจ					
17.	การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน					
18.	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่าย					
19.	ความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ					
ค. ด้านการสนับสนุนและการให้บริการการใช้งาน						
20.	ความรวดเร็วในการให้บริการและแก้ไขปัญหา					
21.	เอกสารคู่มือประกอบการใช้งานมีความชัดเจนเข้าใจง่าย					
22.	มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหา/ข้อสงสัย					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชันอีกในอนาคต

แนวโน้ม ในการกลับมาใช้เว็บแอปพลิเคชันในอนาคต

กลับมาใช้อีก

เนื่องจาก.....
.....

ไม่กลับมาใช้อีก

เนื่องจาก.....
.....

ยังไม่แน่ใจ

เนื่องจาก.....
.....

ส่วนที่ 4 ประเมินแนวทางพัฒนาเชิงพาณิชย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ของแต่ละข้อที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

- ท่านสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกเพื่อประโยชน์ในการจับคู่ อุปสงค์ (Demand) และ อุปทาน (Supply) เพื่อง่ายต่อการทำธุรกิจ ประหยัดต้นทุน และมีโอกาสในการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น
- ท่านยินดีที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มโอกาสในการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีโอกาสลดการวิ่งรถขนส่งเที่ยวเปล่าลงได้
- ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ด้านเทคนิค

ด้านบริการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม/ แนวทางการปรับปรุง/ สิ่งที่คาดหวัง

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 วนิชรัฐ จุฑานพรัตน์

นิติตดุษฎีบัณฑิต หลักสูตร ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว ชนิษฐา จุฑนพรัตน์ เกิดเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2504 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จบการศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ-ภาษาญี่ปุ่น) จากมหาวิทยาลัยหอการค้า ในปี พ.ศ. 2522 จากนั้นเดินทางไปศึกษาทางด้านภาษาญี่ปุ่น ได้รับ Certificate of Japanese language จาก Inter-Cultural Institute Of Japan ในปี พ.ศ.2523 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีพ.ศ. 2550

ในด้านประสบการณ์การทำงาน ได้รับประกาศนียบัตร ผู้ชำนาญการศุลกากร กรมศุลกากร ในปีพ.ศ. 2526 และเริ่มต้นทำงานที่บริษัทโลจิสติกส์ของประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2528 และ ปัจจุบันเป็นผู้บริหารในบริษัทดังกล่าว และได้รับมอบหมายให้ดูแลงานทางด้านตัวแทนออกของในภาพรวมทั่วประเทศ