

ความต้องการและดำเนินงานของธุรกิจรถขนส่งออนไลน์เที่ยวกลับ Meet

Business Demand and Operation of Meet an Online Booking Backhaul

พลอยชนก มิตรประเสริฐพร

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ รถขนส่งออนไลน์เที่ยวกลับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ขอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 100 ชุด และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจรถขนส่งออนไลน์เที่ยวกลับ

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการความรวดเร็วในการให้บริการ โดยไม่เกิดความเสียหายกับสินค้า รวมถึงราคาในการจัดส่งนั้นเหมาะสม เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน และลดการสูญเสียจากการขนส่ง 2) ขอดขายโดยประมาณในปีที่ 1 อยู่ที่ 2,102,400 บาท หลังหักค่าใช้จ่ายและค่าดำเนินการแล้วกำไรอยู่ที่ 219,745 บาท 3) การดำเนินงานของธุรกิจในการลงทุนลงทุนทั้งหมด 2,571,280 บาท ซึ่งจากการคาดการณ์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อยู่ที่ 48.076% โดยใช้เวลาคือทุน 1 ปี 3 เดือน โดยจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 1,802,402 บาท 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกผ่าน SWOT Analysis การกำหนดกลยุทธ์ กลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และพันธกิจของการดำเนินกิจการ

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน, รถขนส่ง, การลดต้นทุน, รถเที่ยวกลับ

Abstract

The research purpose are to study 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers with 100 collected sample and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Results show that 1) Market needs are fast of service, reasonable price of transportation in order to save operating costs and reduce wastage from backhaul transportation 2) Sale forecast for the first year business time is 2,102,400THB after deducting expenses the profit is 219,745THB in first year 3) business finance in the field of investment would be 2,571,280THB which IRR is 48.076% and break-even point is 1 year and 3 months period with 1,802,402THB 4) strategic management planning such as analysis of internal and external factor by SWOT analysis, targeting customer in order to meet the objective and mission of this business

Keyword : Demand and Operation, Logistic, Cost Saving, Backhaul

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน ผู้บริหารในหลาย ๆ บริษัทจำเป็นต้องหาวิธีในการลดต้นทุนในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หากแต่ค่าขนส่งสินค้าเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในรายการบัญชีอยู่ในทุก ๆ ปี และมีแนวโน้มที่ค่าขนส่งจะสูงขึ้นอยู่ตลอด ค่าใช้จ่ายในการขนส่งนั้นส่วนมากเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงเป็น

อันดับสามรองจาก วัตถุดิบ และ ค่าแรงงาน อย่างไรก็ตามหากไม่มีการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้า หรือ ไปยังผู้บริโภค บริษัทอาจสูญเสียโอกาสทางการขาย ธุรกิจหรือตลาดของบริษัทก็ไม่สามารถขยาย เดิบโต และแข่งขันได้ การขนส่งสินค้าจึงเป็นบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจในทุก ๆ ประเภท และเป็นสิ่ง ที่ต้องบริหารให้เกิดการใช้งานอย่างคุ้มค่าและยังคงประสิทธิภาพที่สูง โดยพฤติกรรมกรรมการขนส่งของบริษัท นั้นนิยมขนส่งสินค้าเต็มคันไปยังปลายทาง เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด โดยไม่มีการ รับสินค้าระหว่างทาง การขนส่งอีกรูปแบบหนึ่งคือการขนส่งไม่เต็มคัน ซึ่งจะแวะรับ-ส่งสินค้าระหว่างทาง ตั้งแต่จุดเริ่มต้น ไปยังปลายทาง หากในขณะเดียวกันหลาย ๆ บริษัทที่มีรถเป็นของตัวเองนั้น เมื่อส่งสินค้าที่ จุดหมายปลายทางแล้ว จำเป็นต้องขับรถที่ไม่บรรทุกสินค้า หรือ ของใด ๆ กลับมายังจุดเริ่มต้น ซึ่งการขับรถ เปล่ากลับมาโดยไม่บรรทุกนั้น เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ หรือที่เรียกว่า Waste ที่ หมายถึงความสูญเปล่าและไม่ก่อให้เกิดรายได้แต่อย่างใด ทั้งนี้ น้ำมัน ค่าเสื่อมรถ เวลาและค่าแรงพนักงาน

การหาสินค้ามาเพิ่มให้กับรถขนส่งที่วิ่งกลับนั้นจะทำให้การขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการใช้รถขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับ สาเหตุของการเกิดรถเที่ยวเปล่ากลับเกิด จากการที่บริษัทต้นทางไม่สามารถหาสินค้าให้กับรถของตัวเองในเที่ยวกลับได้ ดังนั้นหากบริษัทเอกชน ร่วมมือกันในการบริหารงานรถขนส่งของแต่ละบริษัทจะสามารถจัดการลดการขนส่งเที่ยวเปล่ากลับได้ อย่างเหมาะสม และจะส่งผลให้การสิ้นเปลืองทรัพยากร และพลังงานโดยไม่จำเป็นนั้นลดน้อยลง ส่งผล กระทบทางบวกต่อสิ่งแวดล้อมในด้านการปล่อยมลพิษ อีกทั้งยังส่งผลทางด้านสังคมได้ดี ในเรื่อง ของการใช้ถนน และอาจก่อให้เกิดชุมชนบริเวณนั้นมีรายได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดการใช้บริการรถขนส่งออนไลน์เที่ยวกลับ
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การเงินธุรกิจ การจัดการตลาด และการดำเนินงาน
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ เพื่อดำเนินธุรกิจรถขนส่งออนไลน์ที่volvกลับที่จะเป็นตัวกลางประสานงานระหว่างบริษัท และสามารถช่วยผู้ประกอบการรายอื่นลดต้นทุนการขนส่งของบริษัท โดยจะเก็บข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจในหลาย ๆ รูปแบบรวมทั้งสิ้น 100 แบบสอบถาม รวมถึงการเก็บรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยในครั้งนี้ จะเก็บจากสื่อออนไลน์ ที่ทางบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นได้ให้สัมภาษณ์ตามบทความต่าง ๆ รวมถึงสอบถามไปยังบริษัทรถขนส่งที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และศึกษาค้นคว้าจาก Website ของบริษัทนั้น ๆ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การขนส่ง (Transportation) คือ การเคลื่อนย้ายคน (People), สินค้า (Goods) หรือ บริการ (Services) จากตำแหน่งสถานที่หนึ่งไปยังอีกตำแหน่งสถานที่หนึ่ง โดยใช้โครงสร้างพื้นฐาน, ยานพาหนะ และวิธีดำเนินการที่แตกต่างกันออกไป (Cartrack Holding Limited , 2020) โดยจำเป็นต้องมีคุณสมบัติในการขนส่งดังนี้ รวดเร็ว ประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา บริษัทผู้ประกอบการในทุก ๆ ธุรกิจมักนิยมขนส่งสินค้าแบบเต็มคันบรรทุก เนื่องจากให้เป็นการประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมทั้งง่ายต่อการวางแผนจัดการ ให้การขนส่งรถคันนั้น ๆ เกิดประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าสูงสุด ซึ่งการขนส่งแบบนี้แสดงให้เห็นว่า เป็นการขนส่งสินค้าแบบทิศทางเดียว หมายความว่าส่ง

สินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังปลายทางและวิ่งรถกลับมายังจุดเริ่มต้น ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่งได้บริหารและพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อให้เกิดการใช้รถอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการใช้รถขนส่งได้ทั้งสองทิศทาง ทั้งบรรทุกสินค้าไปจากจุดเริ่มต้น และบรรทุกสินค้ากลับมาจากปลายทาง โดยผู้ประกอบการนั้นอาจมีหรือไม่มีคลังสินค้าที่ปลายทางก็ได้ ธุรกิจรถขนส่งเอกชนรายใหญ่ในประเทศไทย Nim Express หรือ บริษัท นีมซีเส็ง กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ดำเนินการให้บริการด้านการกระจายสินค้าทั่วประเทศทั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความพร้อมในการบริการด้วยระบบโปรแกรมที่ทันสมัย มีการคัดแยกสินค้าไปยังปลายทางต่าง ๆ ด้วยบาร์โค้ด ผู้ใช้บริการสามารถติดตามสถานะสินค้าได้ เนื่องจากระบบของ Nim Express นั้นมีการเชื่อมโยงกันทุกคลังทั่วประเทศ Nim Express มีแนวทางทางธุรกิจที่เริ่มต้นคือเพื่อเชื่อมโยงชุมชนเกษตรกรรมจากภาคเหนือให้ขยายมายังกรุงเทพและปริมณฑล Kerry Express ธุรกิจที่ก่อตั้งในเมืองไทยโดยชาวฮ่องกง ในฐานะบริษัทขนส่งเอกชนอันดับหนึ่งของประเทศไทย Kerry Express ได้ขึ้นเป็น “ผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุด่วนด้วยการจัดส่งภายในวันถัดไป” Kerry Express มีจุดบริการรับพัสดุกว่า 15,000 จุด พร้อมศูนย์กระจายสินค้ากว่า 1,000 จุดทั่วประเทศ และสามารถรับพัสดุได้มากกว่า 2 ล้านชิ้นต่อวัน เพื่อตอบรับกับการเติบโตของธุรกิจ e-commerce บริษัท Giztix เป็นบริษัท Startup ที่ให้บริการรถขนส่งแบบเหมาคัน ให้บริการรถขนาด 4 6 และ 10 ล้อ รวมถึงรถหัวลาก โดยสามารถเรียกรถผ่าน Application เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าผ่านที่รองรับระบบ IOS Android และ Website ของทางบริษัทได้โดยตรง ทั้งนี้จะถูกจำแนกออกเป็น ด้านการจัดการองค์กร ด้านการจัดการการเงิน ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการดำเนินงาน ด้านการจัดการกลยุทธ์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจรถขนส่งเกี่ยวกับออนไลน์ ภายใต้แบรนด์ Meet ในการทำวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็น

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเจ้าของธุรกิจ ในประเทศไทยจำนวน 63,340 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มเจ้าของธุรกิจ ในประเทศไทยจำนวน 100 คน ตามประเภทอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้

ประเภทธุรกิจ	จำนวน
ก่อสร้าง	11
การเกษตร	8
โรงงานอุตสาหกรรม	27
การประมง	1
บรรจภัณฑ์	6
เวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง	9
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	5
ขนส่ง	6
ซื้อขายไป	8
เสื้อผ้า	5
ค้าปลีก	5
อื่น ๆ	9
รวม	100

แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของเจ้าของกิจการ โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ รูปแบบของกิจการ เงินทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของธุรกิจ จำนวนรถในบริษัท ประเภทรถที่ใช้เพื่อการขนส่ง ภาคนพื้นที่ที่ขนส่ง และ ช่องทางการใช้ติดต่อ ทั้งหมดจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นการให้คะแนนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งของเจ้าของธุรกิจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่ง

จากการแจกแบบสำรวจ ข้อมูลที่ได้มานำมาวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา และในส่วนของข้อมูลทางสถิติจะถูกแจกแจงออกเป็น การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ รถขนส่งออนไลน์ที่พลิกกลับมาได้ Meet นั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 100 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายความเรียงไว้ดังนี้ บริษัทส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของบริษัทจำกัดที่มีทุนจดทะเบียนอยู่ที่ 1 – 5 ล้านบาท ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการมาแล้วมากกว่า 15 ปี รวมถึงมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 1 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นโรงงานอุตสาหกรรม มีรถที่เป็นของบริษัทเองอยู่ 1-3 คัน รวมถึงมีการใช้รถกระบะตู้ทึบ 4 ล้อ และมีจุดหมายปลายทางในการส่งสินค้าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด โดยส่วนใหญ่แล้วการติดต่อประสานงานกับปลายทางจะเป็นในรูปแบบของโทรศัพท์องค์กรประกอบด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งคือ ขนาดของรถบรรทุกแต่ละคันได้ระบุไว้อย่างชัดเจน และ มีความหลากหลายของเส้นทางให้บริการขนส่ง ในด้านการบริการ การตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ว่าอยู่ ณ จุดใดระหว่างการดำเนินงานขนส่ง และ กระบวนการในการติดต่อสื่อสารและประสานงานทำได้สะดวกรวดเร็ว นั้นมีผลต่อการเลือกใช้บริการสูงสุด ด้านการส่งเสริมการตลาด ระบบที่มีบริการคำนวณระยะทางและอัตราค่าขนส่งได้ทันที และการประชาสัมพันธ์ว่า Meet

สามารถลดช่องโหว่ในการขนส่งจากรถเที่ยวเปล่ามีประโยชน์ต่อธุรกิจของท่าน เป็นการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ด้านบุคลากร การที่พนักงานจัดส่งสินค้าได้ภายในเวลาที่กำหนดรวมถึงมีการโทรแจ้งก่อนให้บริการ และ พนักงานเต็มใจและกระตือรือร้นในให้บริการ นั้นมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมาก ส่วนการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งนั้นบริษัทส่วนใหญ่มักจะ เลือกจากอัตราค่าจ้างรถที่สามารถคำนวณให้ได้ในทันที รวมถึง เลือกจากข้อมูลและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ให้บริการ ยอดขายในปีที่ 1 โดยประมาณการณ คือ 2,102,400 บาท โดยในส่วนของกำไรรายวันด้านพฤติกรรมองค์กร จะเน้นในการสร้างแรงจูงใจพนักงาน ใกล้เคียงกันเหมือนกับครอบครัว ในด้านการเงินการลงทุน Meet จะเข้าประกวดแผนธุรกิจ เนื่องจาก Meet เป็นธุรกิจแบบ Start Up โดยทาง Dtac จะถือหุ้นอยู่ใน Meet 10% และจะมีการปันผลผู้ถือหุ้นปีละ 15% หากเทียบกับประโยชน์ที่ Meet จะได้รับคือการมีที่ปรึกษาโครงการ และ การมี Connection จากผู้ร่วมประกวดในรุ่นก่อน นับว่าเป็น 15% ที่คุ้มค่า โครงการ Meet ลงทุนทั้งหมด 2,571,280 บาท โดยมี ส่วนของเจ้าของอยู่ 1,600,000 บาท ซึ่งจากการคาดการณ์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อยู่ที่ 48.076% โดยใช้เวลาคือทุน 1 ปี 3 เดือน โดยจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 1,802,402 บาท ด้านการจัดการการตลาด ได้ใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจของธุรกิจนี้ วัตถุประสงค์ อีกทั้งเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผ่านส่วนผสมทางการตลาดหรือ Marketing 4P ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดการการดำเนินงานได้มีการออกแบบกระบวนการทำงานของ Meet ไว้ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย

สรุปผลการศึกษา อภิปราย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ รถขนส่งออนไลน์ที่ขั้วกลับ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการ และการดำเนินงานของธุรกิจรถขนส่งที่ขั้วกลับ โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรูปแบบบริษัทจำกัด มีเงินจดทะเบียน 1 - 5 ล้านบาท ดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปี มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 1,000,000 โดยส่วนมากเป็นธุรกิจประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มีรถในบริษัทจำนวน 1 - 3 คัน และโดยมากใช้รถประเภทรถกระบะตู้ทึบ 4 ล้อ ซึ่งไปทางการขนส่งจะอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล และใช้โทรศัพท์เพื่อติดต่อประสานงาน ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รถขนส่ง โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับที่สูงทั้งสิ้น โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ ในด้านบริการ ในด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ และด้านการตลาด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานจัดส่งสินค้าได้ภายในเวลาที่กำหนดรวมถึงมีการโทรแจ้งก่อนเข้าบริการ แสดงให้เห็นว่า ทำให้พบว่า ข้อสำคัญในการเลือกใช้บริการคือ สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลากำหนด รองลงมาคือหวัข้อ พนักงานเต็มใจและกระตือรือร้นในให้บริการ แสดงให้เห็นได้ว่า ความสำคัญด้านบุคลากรและการให้บริการนั้นสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ การปลูกฝังให้พนักงานรักองค์กรเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ไม่เพียงแต่ในส่วนของ Meet แต่รวมถึงคู่ค้าที่วิ่งรถบริการกับบริษัทอีกด้วย หวัข้อตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ว่าอยู่ ณ จุดใดระหว่างการดำเนินงานขนส่ง เป็นค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับสามที่แสดงให้เห็นว่า ผู้เลือกใช้บริการอยากทราบว่าสินค้าอยู่ที่ใดระหว่างการดำเนินการขนส่ง ดังนั้นทำให้ Meet ต้องพัฒนาศักยภาพของระบบให้มีประสิทธิภาพที่ครอบคลุมถึงต้องสร้างความเชื่อใจ ความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นควรกระจายแบบสอบถามให้มากขึ้น และไปยังกลุ่มตัวอย่างในหลาย ๆ จังหวัด เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่หลากหลาย ดังนั้นการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกประชากรเป็นสิ่งสำคัญ
2. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรเพิ่มในเรื่องของต้นทุนที่แท้จริงของการขนส่งจากกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาว่าการใช้งานผ่าน Application จะสามารถช่วยผู้ประกอบการลดการเดินรถบรรทุกเที่ยวกลับได้มากน้อยเพียงใด มีการว่างงานจากการขนส่งลดลงหรือไม่ และลดการผลิตก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือไม่

เอกสารอ้างอิง

Cartrack Holding Limited . (2020). *การขนส่ง คืออะไร? มีกี่รูปแบบและมีแบบใดบ้าง*. เข้าถึงได้จาก

Cartrack:

<https://www.cartrack.co.th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *DBD*. เข้าถึงได้จาก DBD:

https://dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/H26/H26_2020.pdf