

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่การแข่งขันของยุคธุรกิจที่ไร้พรมแดน ซึ่งจะไม่จำกัดอยู่เพียงการไร้พรมแดนทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเป็น การเลือกนำเทคนิคการจัดการที่มีประสิทธิภาพมาใช้ได้อย่างทันกับการแข่งขัน รวมทั้งการขยายตลาดทางด้านการผลิตหรือการใช้คนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิต เพื่อลดต้นทุนตลอดจนค่าใช้จ่ายในการบริหารสินค้าคงคลังและการจัดกระจายสินค้านั้นๆ ด้วยเหตุนี้เอง ที่ทำให้ธุรกิจของบริษัทผู้ผลิต (Manufacturing) และ บริษัทผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เช่น บริษัท เนสท์เล่ จำกัด บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด บริษัท คีทแฮล์ม จำกัด และ บริษัท เบอรัลยูคเกอร์ จำกัด ต่างหันกลับมาปรับกลยุทธ์ต่างๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การส่งเสริมการขาย การพัฒนาการบริการขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น ทั้งนี้ เพื่อชิงความได้เปรียบให้ตนเองสามารถครองใจกลุ่มร้านค้าต่างๆ และสร้างความพอใจให้กับกลุ่มร้านค้าให้มากที่สุดเช่นกัน

หากจะพิจารณากันอย่างถ่วงถ่วงแล้ว เราทุกคนไม่ว่าจะมีหน้าที่การงานในด้านใด ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงไปจากงานบริการได้ เมื่อเราเกิดสำนึกรับผิดชอบว่า การบริการเป็นงานส่วนหนึ่งที่ทุกคนในกิจการต้องมีความรับผิดชอบร่วมกัน เรื่อยมกระหนกถึงการกิจ อันสำคัญในความสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการบริการตลอดเวลา (สมิต สัจฉกร, 2542)

ทุกคนล้วนเป็นจุดในความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดบกพร่องในหน้าที่ ซึ่งมีผลต่อลูกค้าเป็นการบ่อนทำลายงานบริการ เป็นเรื่องของจิตวิทยาการให้บริการ (Servicing Psychology) ถ้าเรารู้ว่าทำไมลูกค้าจึงซื้อ เราก็จะให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสม จิตวิทยาเบื้องต้นของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ คือ ลูกค้านั่นเอง

จากปรากฏการณ์เหล่านี้ ทำให้บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้จัดจำหน่าย ต่างหันมาให้ความสนใจต่อการพัฒนาระบบการขนส่งสินค้า โดยการให้ความสำคัญในเรื่องของงานบริการ เพื่อให้ร้านค้าได้รับสินค้าในจำนวนที่ต้องการ ตามเวลาที่ต้องการ ซึ่งวิธีการขนส่งสินค้านั้น บริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่าย ต่างนิยมใช้การขนส่งสินค้าโดยผ่านบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้า ซึ่งบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้าเหล่านี้ จะทำสัญญาว่าจ้าง เพื่อทำการรับจ้างขนส่งสินค้าให้กับบริษัทผู้ผลิต และ บริษัทผู้จัดจำหน่าย จากแหล่งกำเนิดสินค้า คือ คลังสินค้าของบริษัทผู้ผลิต และ บริษัทผู้จัดจำหน่าย จนถึงจุดรับสินค้าปลายทางคือร้านค้านั่นเอง

ในปัจจุบันนี้ในจังหวัดเชียงใหม่มีร้านค้าส่งถึง 100 ราย ซึ่งร้านค้าส่งเหล่านี้ต่างใช้บริการขนส่งสินค้าจากธุรกิจขนส่งสินค้าทั้งสิ้น โดยร้านค้าจะทำการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่าย เมื่อคำสั่งซื้อสินค้าจากแหล่งกำเนิดสินค้าเสร็จสมบูรณ์ ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงจะจัดรถไปรับสินค้าจากแหล่งกำเนิดสินค้าของบริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่าย โดยธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงจะนำสินค้าที่รับมาเพื่อไปกระจายส่งให้กับร้านค้าที่ได้ทำการสั่งซื้อสินค้า สินค้าที่รับจากจุดกำเนิดสินค้าจะถูกนำไปจัดเก็บยังจุดรับถ่ายสินค้าของธุรกิจขนส่งสินค้าและรอการนำไปส่งให้กับร้านค้าต่อไป

บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าเหล่านี้ จะมีหน้าที่ในการนำสินค้าไปสู่กลุ่มร้านค้าที่ได้ทำการสั่งซื้อสินค้าต่างๆ โดยจะต้องดูแลมิให้สินค้าแตก เสียหาย และภายในเวลาที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ร้านค้ามีสินค้าเหล่านั้นไว้เพื่อจำหน่ายโดยครบถ้วน

ดังนั้น บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าจะต้องรู้จักวางแผนในการขนส่งสินค้านั้น เริ่มตั้งแต่ความถูกต้องในการรับสินค้าจากแหล่งกำเนิดสินค้า ความปลอดภัยในการดูแลรักษาสินค้า ระหว่างการเดินทาง การส่งสินค้าด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง การสร้างความพร้อมในการให้บริการแก่ร้านค้า

ปัญหาคือ บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าหลายแห่งในปัจจุบัน มีการขยายตัวโดยการเพิ่มจำนวนรถ เพิ่มจำนวนคน และทรัพยากรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง แต่ขาดซึ่งการวางแผนในการขนส่งสินค้าที่ดีพอ ไม่มีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ไม่ได้เตรียมพร้อมด้านบุคลากร ขาดการควบคุมและพัฒนาระบบการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพ ขาดความสำนึกในด้านการให้บริการที่ดีแก่ร้านค้า โดยฝ่ายผู้รับบริการไม่มีโอกาสเลือก (สมิต ทัศนุกร, 2542) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่องานบริการให้กับร้านค้าต่อความพึงพอใจของงานด้านบริการของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่ง จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจจะศึกษาถึงการให้บริการของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงของบริษัทผู้ผลิต และ บริษัทผู้จัดจำหน่ายว่า ร้านค้าส่งมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงเหล่านี้หรือไม่ อย่างไร เพื่อที่จะได้นำผลจากการศึกษาไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดจนหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการขนส่งต่างๆ เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้ร้านค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และนำมาซึ่งแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากความเสียหายเนื่องจากการขนส่งของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงที่จะเกิดตามมาเพราะการขาดซึ่งการทำงานที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงเหล่านี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพอใจของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ต่อการให้บริการขนส่งของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของร้านค้าส่งต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาต่างๆที่เกิดจากการขนส่งสินค้าของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง
3. เป็นประโยชน์สำหรับบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งต่างๆที่จะสามารถนำไปพัฒนาการขนส่งเพื่อให้บริการดีขึ้น
4. เป็นประโยชน์สำหรับบริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่าย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของร้านค้าส่งที่มีต่อธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง
 ร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค หมายถึง ผู้ค้าส่ง บุคคล หรือ บริษัท ซึ่งซื้อสินค้าที่ใช้สำหรับการบริโภคประจำวันเป็นจำนวนมากจากผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือ ผู้ค้าส่งอื่น และนำมาขายให้แก่ผู้ใช้หรือร้านค้าซึ่งนำสินค้าที่ใช้สำหรับการบริโภคประจำวันนั้นไปขายปลีกอีกทีหนึ่ง

บริการขนส่งสินค้ารับช่วง หมายถึง การอำนวยความสะดวกในการลำเลียง หรือ เคลื่อนย้ายสิ่งของด้วยพาหนะ รวมทั้งเครื่องมืออุปกรณ์ทุนแรง โดยบริษัทขนส่งสินค้ารับช่วงจะมีการทำสัญญารับจ้างขนส่งสินค้าจากบริษัทผู้ผลิต หรือบริษัทผู้จัดจำหน่าย ไปถึงจุดปลายทางคือร้านค้าส่ง