

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจด้านการบริการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน ประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งหากธุรกิจใดสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงตามเวลาและสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด การสร้างภาพพจน์ของบริษัทให้มีความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แกลูกค้ามากที่สุด ความสามารถทางการแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพของบริการ หรือแม้กระทั่งการดำเนินงานที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งได้ นั่น นับได้ว่าเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจนั้น ๆ ได้อย่างดีทีเดียว ซึ่งการที่จะทำได้ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัท จะต้องมีประสิทธิภาพในการทำงานในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นการวัดถึงระดับของบริษัทว่า มีมาตรฐานและประสิทธิภาพอยู่ในระดับใดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเป็นการพัฒนาบริษัทให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ประกอบการทราบถึงความสำคัญต่าง ๆ ดังนี้แล้ว อาจกล่าวได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ส่วนหนึ่งเกิดมาจากประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการลูกค้าของบริษัทนั่นเอง

การศึกษาถึงทัศนคติบุคลากรภายในองค์กร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น นับเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างควมมีประสิทธิภาพให้เกิดแก่องค์กร เนื่องจากหากบุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จะทำให้มีแรงจูงใจในการทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ และเมื่อพูดถึงด้านความพึงพอใจของลูกค้า หากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อตัวองค์กรแล้วนั้น ย่อมเป็นสาเหตุหลักในการจูงใจให้ลูกค้าต้องการใช้บริการจากองค์กรนั้น ๆ ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าสามารถเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุด้วยกัน และหนึ่งในหลาย ๆ สาเหตุนั้นยังรวมถึงความมีประสิทธิภาพขององค์กรที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการด้วย เนื่องการเลือกใช้บริการจากบริษัทผู้รับจัดการขนส่งนั้น ลูกค้าจะต้องมีความไว้วางใจและความเชื่อมั่นกับบริษัทที่ได้เลือกใช้บริการ เพราะว่า บริษัท จะต้องรับผิดชอบต่อสินค้าที่ได้รับจัดการขนส่งของลูกค้า ไม่ให้เกิดความเสียหาย สูญหาย หรือล่าช้าเกินจำเป็น เพราะจะเป็นการสร้างความเดือดร้อนให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างมาก

ในเรื่องของการให้บริการลูกค้า อาจแตกต่างกันไปในความหมายของแต่ละองค์หรือประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ เมื่อกล่าวถึง ผู้จัดการขนส่งสินค้า/วัตถุดิบ และลูกค้า ต่างมีมุมมองต่อแนวคิดของการให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน แต่โดยทั่วไปแล้ว การให้บริการลูกค้า คือการวัดผลการดำเนินการของระบบ โลจิสติกส์ในอันที่จะสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่สำหรับสินค้าและบริการ และได้หมายความรวมถึง กิจกรรมหลาย ๆ กิจกรรม เช่น การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ และการให้บริการหลังการขาย (กมลชนก สุริวาทนฤพุฒิ, ศลิษา ภมรสติชัย และ จักรกฤษณ์ ดวงพัตรา, 2544, หน้า 29)

ในปัจจุบัน ธุรกิจตัวแทนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (International Freight Forwarder) ไม่ว่าจะเป็นตัวแทนการขนส่งสินค้าทางทะเลหรือทางอากาศ หรือการขนส่งทางหมวกการขนส่งอื่น ๆ นับได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่งที่ประสบกับปัญหาสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจุบันนี้ ผู้นำเข้า – ส่งออก (Shipper) นิยมที่จะใช้บริการจากบริษัทตัวแทนการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ในการจัดการเรื่องของการนำเข้า-ส่งออก เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และเป็น การลดต้นทุนในการดำเนินงานด้านการติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ขนส่ง (Carrier) และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ ในการติดต่อเรื่องพิธีการในการนำเข้า – ส่งออก สินค้าต่าง ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจัดการขนส่ง (Freight Forwarder) จะเป็นหน่วยงานที่มีผู้ชำนาญเฉพาะทาง มาช่วยในการติดต่อประสานงานด้านต่าง ๆ และเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้นำเข้า – ส่งออก (Shipper) ได้มากที่สุด ซึ่งการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และทราบถึงปัจจัยที่สำคัญในการนำมาประเมินประสิทธิภาพการให้บริการของบริษัทได้ว่า บริษัทมีการดำเนินงานด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็นหรือไม่ และอาจยังเป็นแนวทางในการชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้กิจการเดินทางสู่เป้าหมายของบริษัทได้อีกด้วย

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ผู้ทำการวิจัยจะขอทำการศึกษาวิจัยเฉพาะทัศนคติในส่วนการวัดประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้าของบริษัทตัวแทนการขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight Forwarder) เพียง 1 บริษัท ที่ได้เลือกขึ้นมาเป็นบริษัทกรณีศึกษาในครั้งนี้เท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่พนักงานให้บริการลูกค้ามีต่อบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล
2. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของผู้ใช้บริการจากบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล
3. เพื่อศึกษาถึงระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงทัศนคติที่พนักงานให้บริการลูกค้ามีต่อบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล เพื่อเป็นแนวทางในการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน
2. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการวัดประสิทธิภาพด้านการให้บริการของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล
3. เข้าใจถึงประสิทธิภาพและความสำคัญในการทำงานของฝ่ายบริการลูกค้า เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงองค์กรและพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับการวัดประสิทธิภาพในธุรกิจอื่น ๆ ได้

ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight Forwarder) ขึ้นมาเป็นกรณีศึกษาเพียง 1 บริษัทเท่านั้น
2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight Forwarder) ที่มีบริษัทสาขที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น
3. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในส่วนของการปฏิบัติงานด้านบริการลูกค้าเท่านั้น โดยเริ่มศึกษาจากการรับ Order การจอง Booking การดำเนินการจัดเตรียมเอกสาร การติดต่อประสานงานกับ Agent ต่างประเทศ จนกระทั่งสินค้าถึงปลายทางที่รับจัดการขนส่ง โดยเน้นทางด้านการติดต่อประสานงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลการปฏิบัติงานปัจจุบันของบริษัทที่เลือกขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา ที่ประกอบการธุรกิจทางด้านตัวแทนขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight Forwarder) เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบสอบถาม
2. ใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม เพื่อทำการประมวลผล
3. อธิบายผล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประมวลผล
4. สรุปผลการวิจัย
5. เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทางทะเล ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่ผลิตไปยังสถานที่ที่บริโภคสินค้านั้น ซึ่งการเคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างสถานที่ดังกล่าวก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า ซึ่งมูลค่านี้เรียกว่า รรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) (กมลชนก สุริวาทณฤพุดิ, ศติยา ภมรสติตย์ และ จักรกฤษณ์ ดวงพัตรา, 2544, หน้า 137)
2. รรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) เกิดจากการจัดเก็บสินค้าไว้จนกระทั่งเกิดความต้องการในการบริโภคสินค้านั้น (กมลชนก สุริวาทณฤพุดิ, ศติยา ภมรสติตย์ และ จักรกฤษณ์ ดวงพัตรา, 2544, หน้า 137)
3. Freight Forwarder หมายถึง ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้า ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้นำเข้า – ส่งออก (Shipper) กับผู้ขนส่งสินค้า (Carrier) ในการดำเนินการเรื่องการนำเข้า - ส่งออกสินค้าต่าง ๆ เช่น เรื่องการติดต่อประสานงานจองพาหนะขนส่ง ติดต่อเรื่องเอกสารในการดำเนินการพิธีการนำเข้า – ส่งออก เป็นต้น
4. ประสิทธิภาพการให้บริการ หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ (Quality) เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุด (เนตรชนก จิระเกียรติ, 2537, หน้า 12-13)
5. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ทศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น (ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2522, หน้า 35)

6. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความเชื่อหรือความเข้าใจของบุคคลเกี่ยวกับโอกาสของความเป็นไปได้ที่ความพยายามในการปฏิบัติ จะส่งผลต่อความสำเร็จของงาน (ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2522, หน้า 35)

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University