

# บทที่ 1

## บทนำ



### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีนำมาสู่การปรับปรุงองค์กรธุรกิจเพื่อการแข่งขันอันส่งผลให้กระแสการตื่นตัวของการพัฒนาและยกระดับระบบโลจิสติกส์ (Logistics) และระบบการบริหารโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ทั้งนี้ประสิทธิภาพที่เกิดกับกิจกรรมการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทางเป็นส่วนสำคัญยิ่งและมีบทบาทมากต่อศักยภาพโดยรวมของระบบโลจิสติกส์และระบบโซ่อุปทาน แม้ว่าในปัจจุบันนี้ ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างเห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน แต่ในความเป็นจริงปรากฏว่าการพัฒนาที่เกิดขึ้นในในประเทศไทยยังคงห่างไกลกับประเทศที่พัฒนาแล้วอยู่มาก

จากระบบการขนส่งในอดีตที่มีวิธีปฏิบัติงานที่เรียบง่ายและอาศัยความคุ้นเคยกันระหว่างผู้ร่วมงานและระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้าได้เปลี่ยนไปสู่ยุคของการปฏิบัติงานที่มีมาตรฐานและสามารถตรวจสอบและวัดผลการปฏิบัติงาน ได้ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งที่ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วด้วยการพัฒนาวิธีการดำเนินงานให้เป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการขนส่งเป็นผู้ดำเนินงานที่อยู่ท้ายน้ำของระบบโลจิสติกส์ จึงมักตกเป็น “แพะรับบาป” ของปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับงานโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นและสะสมมาตลอดในระบบอันเป็นผลโดยตรงมาจากการดำเนินงานของลูกค้า อาทิ การพยากรณ์ยอดขายผิดพลาด วัตถุดิบเข้าไม่ทันเวลา พื้นที่ในโกดังเต็ม เครื่องจักรในกระบวนการผลิตขัดข้อง คนบรรจุสินค้าลงในหีบห่อผิดพลาด เป็นต้น ซึ่งข้อขัดข้องและข้อจำกัดในส่วนของการดำเนินงานของลูกค้านั้นอาจส่งอย่างรุนแรงให้ผู้ให้บริการขนส่งประสบกับปัญหาในการให้บริการดังนี้

- ความผันผวนอย่างรุนแรงของความต้องการใช้รถ
- ส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด
- ส่งสินค้าผิดรุ่น / ผิดขนาด
- รถถูกใช้ให้เป็นโกดังเก็บสินค้าชั่วคราว

ดังนั้นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการขนส่งสามารถให้บริการได้ดีและมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน คือ การแสวงหาความร่วมมือในระดับต่างๆ กับลูกค้า เพื่อลดปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ที่

เกิดกับการดำเนินงานด้านต้นน้ำของระบบ โลจิสติกส์ อันจะช่วยผ่อนปัญหาที่จะเกิดกับผู้ประกอบการขนส่งที่อยู่ท้ายน้ำ อย่างไรก็ตามการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งและลูกค้ายังเป็นแนวความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นในระบบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย อีกทั้งการสร้างความร่วมมือระหว่างคู่ค้าที่คงอยู่อย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องท้าทายความสามารถของผู้บริหารของคู่ค้าที่ต้องการจะร่วมมือกัน เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยรอบด้าน อาทิ ความไว้วางใจกัน ศักยภาพขององค์กร วิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น การพัฒนาความร่วมมือจึงต้องดำเนินการอย่างรอบคอบและเป็นระบบการศึกษานี้จึงมีความประสงค์ที่จะ “ทดลอง” สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้าและประสบการณ์ที่ได้รับน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและยกระดับวงการขนส่งในประเทศไทยต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาจะดำเนินการภายใต้กรอบวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

1. เพื่อทบทวนแนวความคิดและประสบการณ์ในการสร้างความร่วมมือระหว่างคู่ค้าในระบบ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้า
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางและวิธีการในการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้า
3. เพื่อศึกษาทดลองสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้า
4. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้า

## 1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาเจาะลึกถึงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า คือ

- 1) ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค
- 2) โมเดิร์นเทรด

## 1.4 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนส่งกับลูกค้าภายใต้การศึกษานี้จะดำเนินการภายใต้กรอบความคิดของ Lambert , Emmelhainz and Gardner (1996) เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงข้อดีของการนำแบบจำลองมาปฏิบัติได้จริงและง่ายต่อความเข้าใจ โดยมีกระบวนการตามที่ได้ระบุไว้ในบทที่ 2 ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการศึกษา/ การรวบรวมข้อมูล/ การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. สำรวจและศึกษาข้อมูลในแง่ของความคาดหวังและทัศนคติ (Drivers) ของทั้งสองฝ่ายโดยการสัมภาษณ์ และการตอบแบบสอบถามในระดับบริหารอย่างอิสระ เพื่อค้นหาความต้องการของความร่วมมือของทั้งสองฝ่าย
2. สำรวจและศึกษาข้อมูลในแง่ขององค์ประกอบสิ่งแวดล้อมต่างๆ (Facilitators) ของทั้งสองฝ่าย โดยการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถามทั้งในระดับบริหาร ระดับกลาง และระดับปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและมีความถูกต้องของข้อมูลสูงสุด
3. พิจารณาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจทั้ง 2 ข้อดังกล่าวเพื่อวัดระดับความร่วมมือว่าอยู่ในระดับใด
4. เลือกความคาดหวังและทัศนคติ (Drivers) เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์หลักของการสร้างพันธมิตร
5. พัฒนาดัชนีวัดสมรรถนะหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการสร้างพันธมิตร
6. กำหนดเป้าหมายและกิจกรรม/กระบวนการ/แผนงาน/โครงการ (Initiatives) และองค์ประกอบการบริหาร (Components) เพื่อเสนอเป็นแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า
7. สรุปผลงานวิจัยและข้อเสนอแนะ
8. จัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์และนำเสนอผลงาน

## 1.5 ตัวชี้วัดความสำเร็จของงานวิจัย

เพื่อให้การทำงานวิจัยมีแนวทางที่ชัดเจนและมีจุดสิ้นสุดจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดตัววัดความสำเร็จจะต้องเป็นดัชนีที่สามารถเปรียบเทียบได้ในรูปธรรม ดังนั้นสำหรับงานวิจัยนี้ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ แผนงานหรือโครงการ (Initiatives) และองค์ประกอบการบริหาร (Component)

ในการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า คือ ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและโมเดิร์นเทรด

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นที่คาดหวังว่าผลการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นผลงานวิจัยตัวอย่างภายใต้หัวข้อนี้และยังสามารถที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อยกระดับมาตรฐานของผู้ให้บริการขนส่งให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ในขณะเดียวกันทำให้สามารถทราบถึงทัศนคติต่างๆ ของทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อนำมาช่วยในการลดช่องว่างระหว่างทัศนคติได้ นอกเหนือไปจากการเข้าใจถึงปัจจัยและแนวคิดต่างๆ ในการนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือกันได้ในอนาคต

