

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในเวลาที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง หลายๆ องค์การต่างเสนอสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านราคา รูปแบบและคุณภาพ ดังนั้น การให้บริการลูกค้าด้วยความแตกต่างจะสามารถทำให้องค์กรสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง การบริการลูกค้าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของระบบโลจิสติกส์ เช่น สถานที่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด ผลลัพธ์ของการให้บริการลูกค้าเป็นการวัดถึงผลการดำเนินงานของหน่วยงาน โลจิสติกส์ในการสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งมุ่งเน้นไปยังผู้ประกอบการค้าปลีกภายนอกองค์กร

ระดับของการให้บริการที่กิจการให้กับหน่วยงานต่างๆ เช่น ฝ่ายการตลาดหรือ ฝ่ายการผลิต ส่งผลต่อความสามารถขององค์กร ในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้ประกอบการค้าปลีก และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และตอบสนองระหว่างหน่วยงานเหล่านั้น เช่น หน่วยงานโลจิสติกส์ระดับของการให้บริการผู้ประกอบการค้าปลีก นั้นจะช่วยให้กิจการทราบว่าสามารถ รักษาลูกค้าปัจจุบันและจูงใจลูกค้าใหม่ในอนาคตได้มากเพียงใด

ปัจจุบันตลาดมีการแข่งขันของเครื่องดื่มชูกำลังถือว่ามีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเพื่อหวังแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็ก โดยการเน้นกลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การจัดจำหน่ายสินค้าตามต่างจังหวัดขณะที่ผู้ประกอบการรายเดิมก็อาศัยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างยาวนานทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อสินค้าในระดับหนึ่ง (ศุภชัยวิชัยกสิกรไทย, 2551:1)

การบริการลูกค้า เป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจจะตระหนักในความสำคัญของการบริการลูกค้า แต่ลูกค้าก็ยังพบกับบริการแบบไร้คุณภาพอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน หลายกิจการผูกขาดบริการลูกค้าไว้กับความบังเอิญที่ได้พนักงานที่ยิ้มแย้มแจ่มใส หรือมีใจรักบริการเป็นพิเศษเข้ามาทำงาน หรือไม่ก็ปล่อยให้การปรับปรุงบริการเกิดขึ้น หลังจากที่ได้รับบทเรียนจากลูกค้าจนทรมานไม่ไหวแล้ว การบริการลูกค้าอย่างไร้ทิศทางและขาดการวางแผนที่ดีย่อมทำให้กิจการถดถอยลงไปเรื่อยๆ และยากที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่จำกัดอย่างเช่นปัจจุบันหากตั้งใจจะสร้างการบริการลูกค้าที่น่าประทับใจให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาว่าอิสระ ในเรื่องนี้เนื่องจากปัญหาของคุณภาพการให้บริการต่อผู้ประกอบการค้าปลีก ระบบโลจิสติกส์ ของ บริษัท โอสดสภา จำกัด ไม่มีความพร้อมที่จะต่อระบบโลจิสติกส์ที่ผู้บริหารปรับปรุงด้านคุณภาพการให้บริการด้วยระบบ โลจิสติกส์มากขึ้นกว่าเดิมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ประกอบการค้าปลีกคุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการค้าปลีก การให้บริการขนส่งสินค้าระบบโลจิสติกส์ ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัญหาในการให้บริการด้านต่างๆและข้อคิดเห็นเสนอแนะต่อแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ระบบโลจิสติกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระบบโลจิสติกส์ด้านคุณภาพการบริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง:** กลุ่มประชากรที่ศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกต่อคุณภาพการให้บริการ ระบบโลจิสติกส์ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. **ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มประชากร ที่ใช้การวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้าปลีก ที่รับสินค้า ของ ผลิตภัณฑ์เครื่องชูกำลัง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 387 ราย

3. ขอบเขตตัวแปรที่ทำการวิจัย

3.1 **ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)** ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำธุรกิจค้าปลีก

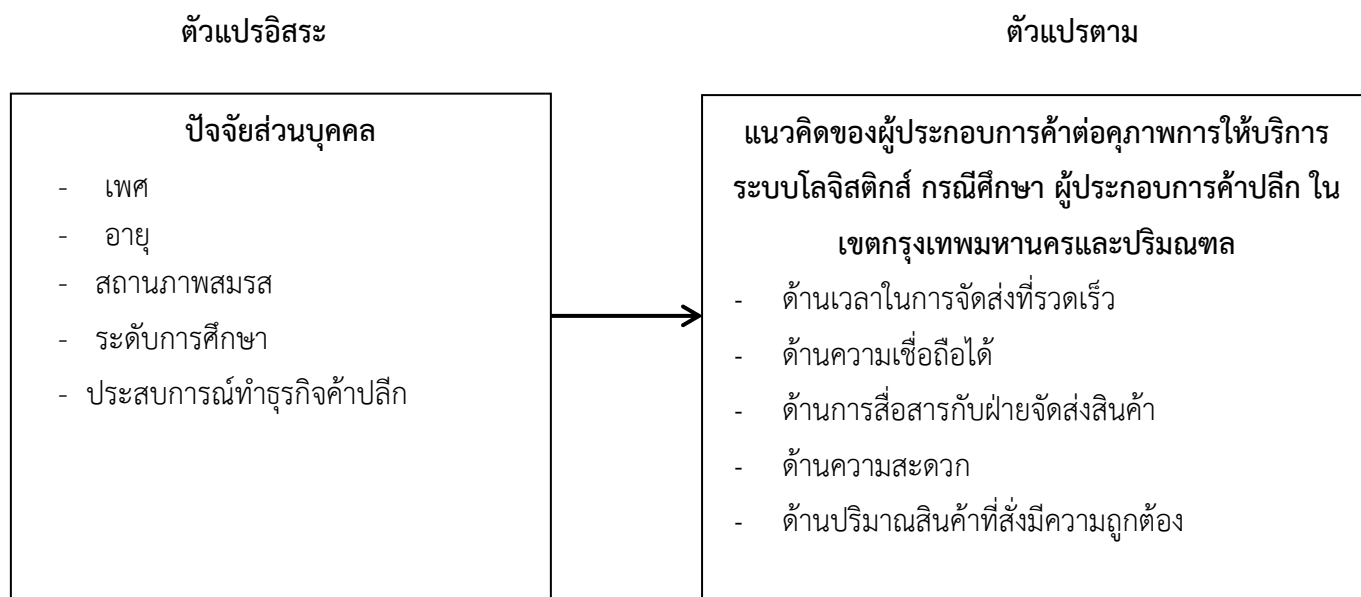
3.2 **ตัวแปรตาม (Dependent Variables)** การศึกษาแนวความคิดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อบริษัท โอเอสเอส จำกัด กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าปลีก ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ในด้านเวลาในการจัดส่งที่รวดเร็ว ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการสื่อสารกับฝ่ายจัดส่งสินค้า ด้านความสะดวก ด้านปริมาณสินค้าที่ส่งมีความถูกต้อง ด้านการบริการเพิ่มคุณค่าของสินค้า

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาปี โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือน.....

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยครั้งนี้ เรื่อง การศึกษาแนวคิดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลัง การให้บริการระบบโลจิสติกส์ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีกรอบความคิดในการศึกษา รายละเอียดดังแสดงใน ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

นิยามศัพท์

การศึกษา หมายถึง ท้าไปอย่างกว้างที่สุด เป็นวิธีการส่งผ่านจุดมุ่งหมายและธรรมเนียมประเพณีให้ดำรงอยู่จากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยทั่วไป การศึกษาเกิดขึ้นผ่านประสบการณ์ใด ๆ ซึ่งมีผลกระทบเชิงพัฒนาต่อวิธีที่คน ๆ หนึ่งจะคิด รู้สึกหรือกระทำ แต่ในความหมายเทคนิคอย่างแคบ การศึกษาเป็นกระบวนการอย่างเป็นทางการซึ่งสังคมส่งผ่านความรู้ ทักษะ จารีตประเพณีและค่านิยมที่สั่งสมมาจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง นั่นคือ การสอนในสถานศึกษา สำหรับปัจจุบันนี้มีการแบ่งระดับชั้นทางการศึกษาออกเป็นชั้นๆ เช่น การศึกษาปฐมวัย ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ทั้งนี้รวมไปถึงระดับ อุดมศึกษา และการฝึกงาน

บริษัทโอสถสภา จำกัด หมายถึง บริษัท หรือ หน่วยงานประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมดำเนินธุรกิจด้านเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ

ผู้ประกอบการค้า หมายถึง กลุ่มบริษัท ห้างร้าน ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าขาออกผ่านท่าเรือกรุงเทพ เช่น ผู้ส่งออกสินค้า ผู้จัดส่งสินค้าและผู้จัดส่งวัตถุดิบต่างๆ

บริการ หมายถึง การให้บริการเครื่องมือทุนแรง สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า ทำเทียบเรือที่เพียงพอ และการติดต่อสื่อสารกับ ท่าเรือกรุงเทพ

การขนส่ง หมายถึง โดยรวมหมายถึง การเคลื่อนย้ายคน (People) สินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ในกรณีของการเคลื่อนย้ายคนนั้นจะเป็นเรื่องของการขนส่ง

ผู้โดยสารเสียเป็นส่วนใหญ่ ในบริบทของหลักสูตรการจัดการการขนส่งนี้จะเน้นที่การขนส่งสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าขาออกของ ท่าเรือกรุงเทพ

บริการ หมายถึง การให้บริการเครื่องมือทุ่นแรง สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า ท่าเทียบเรือที่เพียงพอ และการติดต่อสื่อสารกับ ท่าเรือกรุงเทพ

กิจกรรมโลจิสติกส์ หมายถึง โลจิสติกส์เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จากซัพพลายเออร์มายังบริษัทและจากบริษัทไปถึงลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยที่ทำให้ทราบถึงลักษณะของผู้ประกอบการค้าปลีก ต่อคุณภาพบริการ ของผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มชูกำลังภายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นแนวทางแก้ไขและปรับปรุงการที่ได้จากแนวความคิดของผู้ประกอบการค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้ประกอบการค้าปลีก ของบริษัทโอเอสเอส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล