

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจทั่วโลกได้เปิดกว้างให้ภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงตลาดในแต่ละภูมิภาคทั่วโลกได้อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน มีการขายสินค้าในหลายประเทศมากขึ้นด้วยปริมาณ ด้วยความหลากหลายของสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ขณะที่ปริมาณและความซับซ้อนในการซื้อขายระหว่างประเทศมีเพิ่มมากขึ้น ความเข้าใจผิดและการโต้แย้งที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายก็มีโอกาสเกิดขึ้นตามมาด้วย เมื่อมีการร่างสัญญาซื้อขายที่ไม่ชัดเจน และครอบคลุมเพียงพอ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ จำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจ ความเข้าใจกับกฎระเบียบต่าง ๆ ให้ดีพอ และติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อบังคับต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดเพื่อเป็นประโยชน์ในเรื่องภาระหน้าที่ตามเงื่อนไขของคู่สัญญา ช่วยลดความซับซ้อนในเชิงกฎหมายลง นอกจากนี้การขยายตัวของเขตเสรีทางศุลกากร (customs free zone) และการเพิ่มขึ้นของการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจผ่านการติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกหนทุกแห่ง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติด้านการขนส่งในที่สุด

ปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางทะเล ในการค้าที่ใช้สายการเดินเรือประจำเส้นทาง (liner) ด้วยเรือประเภท container ships เป็นรูปแบบที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางมากที่สุด เนื่องจากการใช้ตู้บรรจุสินค้าที่มีลักษณะแข็งแรงทนทาน (durable packings) สามารถรองรับปริมาณและน้ำหนักสินค้าได้มาก ทั้งยังป้องกันความเสียหายอันอาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้เป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่านั้นอัตราค่าระวางในการขนส่งก็ถูกกว่าการขนส่งสินค้าทางอากาศมาก และครอบคลุมพื้นที่การขนส่งเป็นระยะทางไกลมากกว่าการเลือกใช้นานพาหนะทางบก

ในสภาพการณ์ปัจจุบัน แม้เศรษฐกิจโลกจะยังคงซบเซา แต่ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยังเป็นบริเวณที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องรวมถึงประเทศไทย ที่เป็นศูนย์กลางทางด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค ยังเต็มไปด้วยโอกาสทางธุรกิจ สืบเนื่องจากปริมาณการส่งออกสินค้าจากเอเชียไปยังสหรัฐอเมริกายังมีความต้องการที่สูง ขณะเดียวกันพบว่าอัตราค่าระวางสินค้าทั้งจากสหรัฐอเมริกามาเอเชีย และจากเอเชียไปยังสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับที่ต่ำมาก ส่งผลให้สายการเดินเรือต่าง ๆ ได้รับแรงกดดันอย่างสูงที่จะต้องการเพิ่มรายได้เพื่อรักษาระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป ทั้งยังต้องเผชิญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

การดำเนินงาน เช่น ปัจจัยจากการปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน (bunker adjustment factor) ปัจจัยค่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (currency adjustment factor) ปัจจัยด้านต้นทุนที่มีผลมาจากการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตร (grand alliance) หรือการเป็นคู่แข่งชั้นในในตลาด (competitors) ของสายเรือด้วยกันเอง

สำหรับบริษัท มิตซูชิ โอ. เอส. เค. ไลน์ส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นสายการเดินเรือชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น เปิดดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 ได้รับการจัดตั้งให้เป็นตัวแทนออกของระดับพิเศษ ลำดับที่ 29 จากกรมศุลกากร มีแผนกโลจิสติกส์ซึ่งมีพนักงานประมาณ 300 คน ให้บริการด้านพาณิชย์นาวีในภาพรวมอันได้แก่ การจัดดำเนินพิธีการ ติดต่อประสานงานกับกรมศุลกากร การให้คำปรึกษาด้านการจัดเตรียมเอกสารและเรื่องสิทธิประโยชน์ด้านภาษีในด้านการส่งออก ตลอดจนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (multimodern transportation) โดยมีบุคลากรที่มีความชำนาญการในแต่ละด้าน แต่อย่างไรก็ตาม พบว่ายังคงมีสภาพปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระวางและตู้บรรจุสินค้า เช่น ปัญหาการขาดแคลนตู้ (equipment shortage problem) ปัญหาการจัดหาระวางได้ไม่เพียงพอต่อการส่งออก การจัดเตรียมตู้ที่มีสภาพชำรุดหรือไม่เหมาะสมกับประเภทสินค้า ปัญหาความแออัดในท่าเรือ ทำให้สูญเสียโอกาสในการขยายงาน เสียโอกาสที่จะมีสินค้าผ่านท่ามากขึ้น การมีตารางเดินเรือที่ไม่แน่นอนทำให้ตู้สินค้าตกเรือ ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการด้านเวลาและความปลอดภัยต่อสินค้า โดยที่พนักงานสายเรือไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ลุล่วงได้ทัน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้ศึกษาวิจัยได้ประกอบอาชีพการเป็นตัวแทนของผู้ส่งออก ต้องติดต่อประสานงานกับสายเรือ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงสภาพและปัญหาการบริการจัดการระวางและตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกของสายเรือมิตซูชิ โอ. เอส. เค. ไลน์ส ว่าควรมีแนวทางปฏิบัติอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประจำของพนักงานสายเรือ ตัวแทนของสายเรือ ผู้ประกอบการทั้งหลายและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าของธุรกิจการขนส่งในเชิงลึกซึ่งมากยิ่งขึ้นในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการบริการจัดการระวาง และตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกของสายเรือมิตซูชิ โอ. เอส. เค. ไลน์ส
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการบริการจัดการระวางและตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกของพนักงานสายเรือมิตซูชิ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พนักงานประจำสายเรือมิตซูย แผนกโลจิสติกส์ จำนวน 300 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

#### 2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) แบ่งออกเป็น

2.1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง/หน้าที่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ การบริการจัดหาระวาง และตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออก

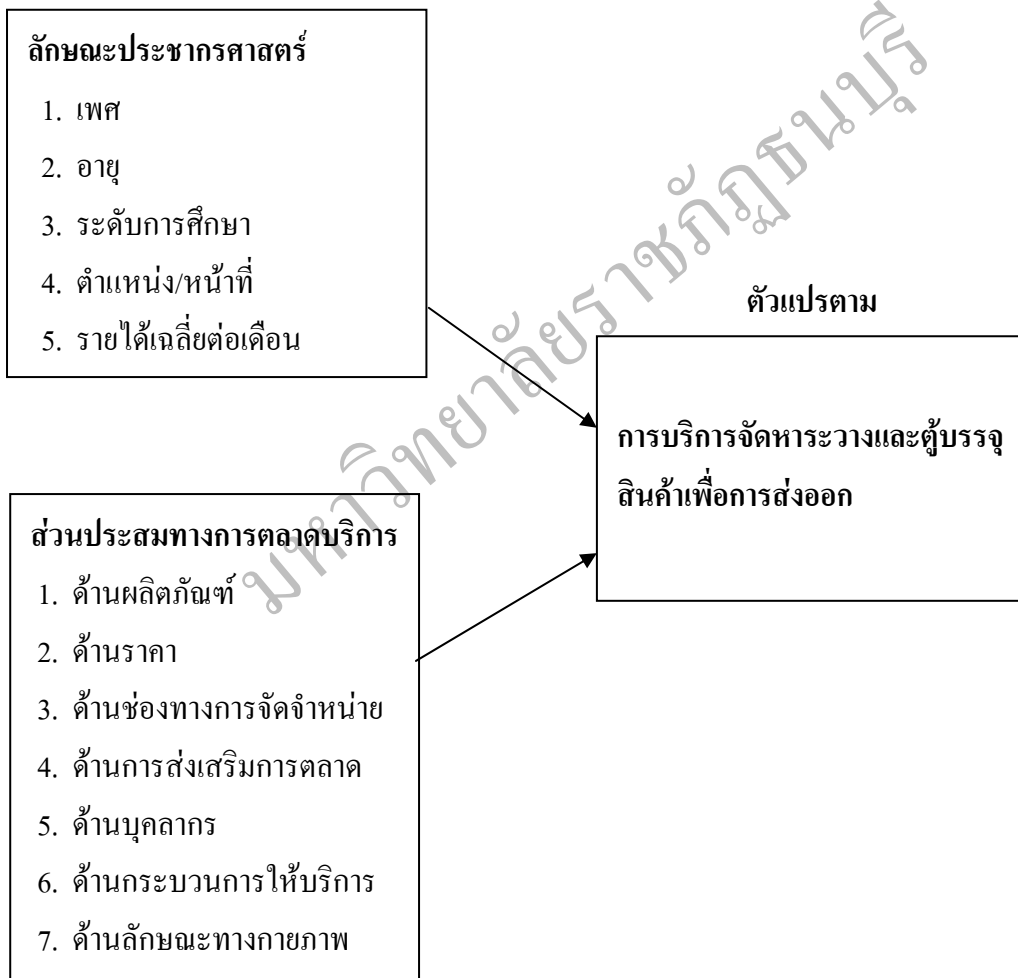
### 3. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 สิงหาคม 2553

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการบริการจัดหาระวางและตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกของสายเรือมิตซูชิ โอ. เอส. เค โคน์ส ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ คอर्टเลอร์ (Kotler, 2000 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547, หน้า 7) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

### ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ระวาง หมายถึง ที่ว่างสำหรับบรรทุกของ

เรือ หมายถึง เรือสินค้าหรือเรือเดินทะเลประเภท container ships ซึ่งเป็นเรือคอนเทนเนอร์สำหรับบรรทุกสินค้าที่ถูกบรรจุเป็นตู้

ค่าระวางเรือ หมายถึง เงินที่จะต้องจ่ายสำหรับที่ว่างในการบรรทุกของในเรือ ในที่นี้ คือ ค่าระวางของเรือ liner หรือเรือประจำเส้นทาง

ตู้สินค้า หมายถึง ภาชนะบรรจุของ ชนิดที่ใช้บรรจุของเพื่อความสะดวก หรือเพื่อความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศซึ่งมีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO

พนักงาน หมายถึง พนักงานประจำแผนกโลจิสติกส์ สายเรือมีตชุย โอ. เอส. เค โลไนส์

โลจิสติกส์ หมายถึง การบริหารจัดการกระบวนการเคลื่อนย้ายของวัตถุดิบ สินค้า จากจุดผลิตไปยังสถานที่ซึ่งมีความต้องการสินค้าหรือบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ตู้สินค้าตกเรือ หมายถึง เหตุการณ์ที่ตู้บรรจุสินค้าไม่สามารถได้รับการบรรทุกขึ้นสู่เรือตามแผนการเดินทางที่วางไว้ของสายเรือ อันเนื่องจากการไม่มีที่ว่างสำหรับให้บรรทุก หรือเรือเข้าและออกท่าช้ากว่าปกติทำให้ไม่สามารถขนถ่ายตู้สินค้าได้ทันตามเวลาที่กำหนด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยหลักในการให้บริการ ประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพและปัญหาการบริการจัดหาระวางและตู้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกของพนักงานสายเรือมีตชุย โอ. เอส. เค โลไนส์
2. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากร ให้มีคุณลักษณะตรงกับความต้องการของผู้ส่งออก ที่เป็นลูกค้าของสายเรือมีตชุย โอ. เอส. เค โลไนส์
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจบริการด้านการขนส่งที่กว้างขวาง และละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น