

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการจัดการลอจิสติกส์ได้รับความนิยมนในวงการธุรกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากกลไกการค้าโลกได้มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้การค้าในปัจจุบันเป็นการค้าแบบเสรี การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งความก้าวหน้าในเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการเชื่อมต่อระหว่างข้อมูลข่าวสารและการเคลื่อนย้ายสินค้าที่รวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างมีระบบเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันได้ การจัดการลอจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัสดุและสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุดและสามารถสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 543) ซึ่งจำนวนผู้ประกอบการด้านลอจิสติกส์ของไทยมีเพียงประมาณร้อยละ 10 และเป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยกับชาวต่างชาติร้อยละ 80 (ผู้จัดการ, 2551: ออนไลน์)

การขนส่งสินค้า เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการจัดการลอจิสติกส์ที่มีความสำคัญ และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การขนส่งสินค้าที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการขนส่งภายในประเทศ คือการขนส่งสินค้าโดยใช้รถบรรทุก คิดเป็นร้อยละ 86 และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย (กรมการขนส่งทางบก, 2549: ออนไลน์) เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง เป็นบริการขนส่งถึงที่ (Door to door) มีความสะดวกรวดเร็วในการขนย้าย เสียเวลาและค่าใช้จ่ายน้อย และสามารถเปลี่ยนแปลงเส้นทาง การขนส่งได้ตามความต้องการ ลูกค้าที่ใช้บริการไม่จำเป็นต้องสำรองสินค้าไว้ในปริมาณมาก ทำให้มีทุนหมุนเวียนมากขึ้น (รวีพร คุณเจริญไพศาล, 2549: 315-339)

จังหวัดสงขลาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงการค้าภาคใต้กับนานาชาติ เนื่องจากมีประสิทธิภาพในด้านการค้าเขตชายแดน โดยพบว่ามีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 10 (ผู้จัดการ, 2551: ออนไลน์) และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งด้านการลงทุนในส่วนของพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคลังจังหวัดสงขลา, 2550: 7) ซึ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดในปี 2549 เท่ากับ 152,013 ล้านบาท มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีเท่ากับ 113,907 บาท เมื่อจำแนกตามสาขาการผลิตด้านการคมนาคมขนส่ง มีมูลค่า 7,698 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.06 ของ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด และมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากตัวเลขอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดด้านการคมนาคมขนส่งตั้งแต่ปี 2545-2549 มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2549: ออนไลน์) นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในทุกด้านสำหรับรองรับการพัฒนาาระบบลอจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน

ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาลงจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคได้ส่งผลกระทบต่ออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นอย่างมากโดยเฉพาะจากเหตุการณ์วางระเบิดในอำเภอหาดใหญ่ในช่วงปลายปี 2549 ประกอบกับภาวะราคาน้ำมันแพง และราคาสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกและส่งในอำเภอหาดใหญ่ ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2551 เจริญเติบโตเพียงเล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ 4 (ผู้จัดการ, 2551: ออนไลน์) ธุรกิจขนส่งสินค้าในจังหวัดสงขลาจึงเริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าไว้ให้ได้มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าคือกลุ่มลูกค้าธุรกิจทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งในย่านธุรกิจของอำเภอหาดใหญ่ มีอำนาจในการต่อรองสูง และมีจำนวนมากกว่าผู้ผลิตที่ใช้บริการขนส่งสินค้าเช่นเดียวกันถึง 4 เท่า ทั้งนี้ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีรถบรรทุกไว้สำหรับขนส่งสินค้าของตนเอง (นิลนฎา เบ็ญลาเต๊ะ, 2551: สัมภาษณ์) ซึ่งในปัจจุบันร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งในย่านธุรกิจของอำเภอหาดใหญ่มีจำนวน 4,886 ราย (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2549: ออนไลน์) นอกจากนี้ธุรกิจขนส่งมีอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมค้า ผู้ประกอบการขนส่งจึงสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย (กรมการขนส่งทางบก, 2547 อ้างถึงใน กิตติชัย อธิกุลรัตน์, 2548: 4) ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในจังหวัดสงขลาซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 162 ราย (สำนักงานขนส่งจังหวัดสงขลา, 2551: แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์) จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ มีการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะการแข่งขันของธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้านักธุรกิจในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการให้บริการลูกค้า ตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับการบริการ เพื่อให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจได้ในที่สุด

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้า สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ประโยชน์สูงสุด ร่วมกันในการกำหนดนโยบาย หรือกำหนดมาตรการต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะตลาดและสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน

## นิยามศัพท์

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ** หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการใช้บริการ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) รวมทั้งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการของตลาดองค์กร ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยระหว่างบุคคล

**ธุรกิจขนส่งสินค้า** หมายถึง ธุรกิจเอกชนที่รับจ้างเคลื่อนย้ายสินค้า สิ่งของ โดยใช้รถบรรทุกจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งภายในประเทศไทย

**รถบรรทุก** หมายถึง รถที่ใช้สำหรับขนย้ายสินค้า สิ่งของ มีขนาดตั้งแต่ 6 ล้อ (4,000 กิโลกรัม) ขึ้นไป โดยมีลักษณะเป็นกระบะบรรทุก รถตู้บรรทุก รถพ่วง และรถกึ่งพ่วง

**ลูกค้าธุรกิจ** หมายถึง ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งที่เคยใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก