

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติในการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและให้บริการคมนาคมขนส่ง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนความมั่นคงของประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กระทรวงคมนาคม, 2559) จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรมและภาคบริการ ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตของเมืองอย่างรวดเร็ว (กอบกุล โมทนา, 2559) ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและโลจิสติกส์ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมขนส่งให้เชื่อมโยงฐานการผลิต แหล่งเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ประตูการค้าและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญด้วยการเชื่อมต่อรูปแบบการขนส่งต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักในภูมิภาคด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญเร่งด่วน ทั้งนี้ เพื่อลดต้นทุน โลจิสติกส์ ลดปัญหาคอขวดและส่งเสริมการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ โดยให้การขนส่งทางถนนเป็นระบบสนับสนุน (Feeder Systems) เพื่อพัฒนาความสามารถในการรองรับ (Capacity) และเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยคำนึงถึงการเชื่อมต่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อลดต้นทุนการขนส่งด้วยการพัฒนาศูนย์การเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่งสินค้า อาทิเช่น สถานีบรรจุและแยกสินค้ากึ่งรถ (Inland Container Depot: ICD) หรือ ลานที่เก็บตู้คอนเทนเนอร์ (Container Yard: CY) และการเร่งรัดพัฒนาการขยายทางประธานให้เป็น 4 ช่องจราจร ให้มีความครอบคลุมทั้งภูมิภาคของประเทศเพื่อความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและได้มาตรฐาน สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 (กระทรวงคมนาคม, 2559)

จากยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าวข้างต้น เมื่อผนวกรวมกับการลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะโครงการลงทุนขนาดใหญ่ (Mega projects) ของภาครัฐนั้นจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมซึ่งตามแผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งระยะเร่งด่วนฉบับล่าสุด พ.ศ. 2561 ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2579) จะมีมูลค่าการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมทั้งสิ้น 1.77 ล้านล้านบาท โดยการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมระบบรางหลายโครงการมีกำหนดเริ่มก่อสร้างในช่วงปี พ.ศ. 2564 ที่สำคัญได้แก่ โครงการรถไฟทางคู่สายเด่นชัย - เชียงของ และสายบ้านไผ่ - นครพนม โครงการรถไฟความเร็วสูงไทย - จีน รวมถึงรถไฟฟาสายสีส้มส่วนต่อขยายที่จะเชื่อมต่อบริเวณให้ส่งครอบคลุม

พื้นที่สู่ภูมิภาคกว้างขวางขึ้น ซึ่งในขณะเดียวกัน โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridors: EEC) ยังเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์หลักที่การลงทุนขนาดใหญ่อีกหลายโครงการ กำลังจะเริ่มก่อสร้าง ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อมสามสนามบินช่วงสุวรรณภูมิ - อุตะภา โครงการพัฒนาท่าเรือมาบตาพุดและแหลมฉบังระยะที่ 3 และโครงการพัฒนาสนามบินอุตะภา ด้วยมูลค่าลงทุนรวมประมาณกว่า 6.0 หมื่นล้านบาท (จากมูลค่ารวมกว่า 6.8 แสนล้านบาทตลอดทั้งโครงการ) ในปี พ.ศ. 2564 จากมูลค่ารวมกว่า 6.8 แสนล้านบาทตลอดทั้งโครงการ นอกจากนี้ภาครัฐยังเห็นชอบแผนยกระดับบางโครงการ อาทิเช่น การพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังเพื่อเชื่อมโยงเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกไปสู่ภาคใต้และประเทศเพื่อนบ้านเพื่อหนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการขนส่งในกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้เกิดการพัฒนาโครงการใหม่ที่ต้องลงทุนก่อสร้างเพิ่ม อาทิเช่น การพัฒนาท่าเรือบก (Dry port) ซึ่งกำหนดแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2566 - พ.ศ.2567 ซึ่งการเร่งโครงการขั้วคมนาคมที่เชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ในลักษณะของการขนส่งด้วยวิธีการขนส่งที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางรถ ทางเรือ และทางอากาศ ภายใต้ผู้ให้บริการขนส่งรายเดียวกัน (Multimodal transport) ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าให้เกิดการลงทุนทั้งภาคการผลิตโดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง อาทิเช่น ยานยนต์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ ดิจิทัล และการแพทย์ รวมถึงภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ค้าปลีก และการก่อสร้าง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564) ซึ่งจากโครงการต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (2560) ได้จำลองข้อมูลความต้องการขนส่งสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2585 โดยความต้องการของการขนส่งทางถนนในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีการขนส่งทางถนนมีปริมาณทั้งสิ้น 709,027,881 คันต่อปี และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2585 จะมีความต้องการในการขนส่งสินค้าทางถนนมีปริมาณทั้งสิ้น 852,955,532 คันต่อปี ซึ่งจะมีปริมาณความต้องการในการขนส่งสินค้าที่สูงกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ ทุกประเภท ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ปริมาณความต้องการขนส่งสินค้า

รูปแบบการขนส่ง	หน่วย : คันต่อปี				
	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2565	พ.ศ. 2570	พ.ศ. 2575	พ.ศ. 2580
ทางถนน	709,027,881	752,418,766	788,702,188	808,873,179	831,015,037
ทางรถไฟ	10,162,498	31,119,109	40,624,127	48,912,897	53,448,909
ทางน้ำ	90,428,938	100,439,931	106,534,708	110,725,376	115,001,908
ทางอากาศ	54,886	60,614	61,917	63,220	64,523
ทางถนน	709,027,881	752,418,766	788,702,188	808,873,179	831,015,037

ที่มา: สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (2560)

จากรูปแบบการขนส่งดังตารางที่ 1.1 ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี (2562) วิเคราะห์ว่า หนึ่งในสาเหตุที่มีปริมาณความต้องการขนส่งสินค้าทางถนนที่สูงเป็นผลจากที่ผ่านมา รัฐบาลไทยให้การสนับสนุนและพัฒนาโครงข่ายถนนมากกว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งรูปแบบอื่น ๆ ทำให้การขนส่งทางถนนจึงเป็นรูปแบบการขนส่งหลักและมีบทบาทสูงต่อภาคขนส่งโดยรวมของประเทศ ถึงแม้ว่าการขนส่งทางถนนจะมีค่าใช้จ่ายโดยรวมที่สูงกว่าค่าใช้จ่ายของการขนส่งรูปแบบอื่น ๆ (ยกเว้นการขนส่งทางอากาศ) มาโดยตลอดก็ตาม ซึ่งจากปัจจัยเชิงบวกต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจในการผลิตรถบรรทุก ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนที่สูงได้มองเห็นถึงโอกาสในการเติบโตเป็นอย่างมากของวงการขนส่งเพื่อการพาณิชย์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะประเทศไทยที่พบว่าตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีช่องทางในการทำตลาดที่น่าสนใจ จึงได้เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ พร้อมการให้บริการหลังการขาย ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานการรับประกันสินค้า ทั้งตัวรถ ระบบการขับเคลื่อน ความพร้อมด้านอะไหล่ทดแทน รวมไปถึงช่างเทคนิคที่ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรมาตรฐานของบริษัท ตลอดจนสัญญาการบริการที่ครอบคลุมทุกรูปแบบการใช้งานเพื่อสร้างความมั่นใจและทำให้ธุรกิจของลูกค้าดำเนินได้อย่างประสบความสำเร็จด้วยความราบรื่น (ฐานเศรษฐกิจ, 2563) ด้วยการนำเสนอข้อมูลจำเพาะของรถบรรทุกและงานบริการหลังการขายที่เหมาะสมกับธุรกิจและไม่ต้องกังวลกับปัญหาค่าซ่อมที่ไม่คาดคิดให้กับลูกค้าเพื่อให้สามารถรับงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (สยามรัฐ, 2564)

นอกจากการทำตลาดที่มาพร้อมกับการให้บริการในการรับประกันหลังการขายแล้วนั้น ผู้ให้บริการยังได้จัดเตรียมสัญญาการรับประกันหลังจากช่วงระยะเวลาของการรับประกันปกติที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์สิ้นสุดลงไว้ให้กับผู้ประกอบการรถบรรทุกเพื่อสร้างความมั่นใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการรถบรรทุกว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะออกแบบสัญญาการบริการหลังการขายในรูปแบบของการคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายและออกแบบสัญญาการบริการให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกเลือกพิจารณาอยู่ในสองรูปแบบคือ สัญญาการบำรุงรักษาตามระยะกับสัญญาการซ่อมบำรุง โดยในแต่ละผู้ให้บริการจะคิดอัตราค่าบริการและมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไป เช่น ผู้ให้บริการซ่อมบำรุงรถบรรทุกสแกนเนีย (2021) ออกแบบสัญญาการบริการในรูปแบบแรกจะเป็นสัญญาบำรุงรักษาโดยจะเป็นการดูแลเฉพาะการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและตรวจสอบสภาพรถโดยจะมี 3 โปรแกรมคือ S เป็นการบำรุงรักษารอบเล็ก M เป็นการบำรุงรักษารอบกลางและ L เป็นการบำรุงรักษารอบใหญ่ โดยคิดค่าบริการ 66,000 บาท จากราคาปกติ 80,000 - 90,000 บาทต่อสัญญาบำรุงรักษา 3 โปรแกรม ซึ่งทำให้จะช่วยผู้ประกอบการรถบรรทุกประหยัดไปประมาณ 20,000 -

30,000 บาท ส่วนสัญญาการบริการรูปแบบที่สองจะเป็นสัญญาซ่อมและบำรุงรักษาที่จะดูแลงานเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและตรวจสอบสภาพรถที่รวมไปถึงงานซ่อมบำรุง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรถบรรทุกที่ใช้รถบรรทุกของสแกนเนียเป็นเวลานานแล้ว ยังสามารถนำรถเดิมมาเปลี่ยนเป็นรถรุ่นใหม่ได้ โดยผู้ให้บริการสแกนเนียมีแผนกรับซื้อรถใช้แล้วมาให้บริการด้วย เช่นเดียวกับผู้ให้บริการซ่อมบำรุงรถบรรทุกฮีโน่ที่จำแนกสัญญาการบริการออกเป็นสองประเภทคือ ประเภทแรกจะเป็นสัญญาการซ่อมบำรุงตามระยะ โดยจะให้บริการเช็คระยะทุก 20,000 กิโลเมตรด้วยการเปลี่ยนถ่ายสารหล่อลื่นและระบบกรองต่าง ๆ พร้อมกับการให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง และประเภทที่สองคือ สัญญาการซ่อมบำรุงทุกชิ้นส่วนโดยเพิ่มเติมการให้บริการจากสัญญาการประเภทแรกด้วยการให้บริการซ่อมแซมในกรณีชำรุดจากการใช้งานปกติและซ่อมแซมเปลี่ยนอะไหล่ที่อยู่ในสัญญา อาทิเช่น เครื่องยนต์ เกียร์ เฟืองท้าย คลัตช์ ช่วงล่าง เบรก เครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่และระบบก๊าซธรรมชาติสำหรับรถบรรทุก (Natural Gas for Vehicles: NGV) (adminlovehino, 2018) เป็นต้น

จากบริบทดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ชัดว่า บริษัทผู้ผลิตเริ่มขยับจากการขายสินค้าไปสู่การให้บริการ การรวมผลิตภัณฑ์และการบริการเข้าด้วยกัน โดยบริษัทผู้ผลิตมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ (Product - Centric) และมีการลงทุนที่สูงในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Reim, et al., 2016) โดยผู้ให้บริการได้พยายามชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการทำสัญญาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ด้วยการใช้ข้อตกลงการให้บริการทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Steinbach, et al., 2018) และเปรียบเทียบให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกเห็นว่าระหว่างรถที่มีสัญญากับไม่มีสัญญานั้น ปัญหาคือรถที่ไม่มีสัญญาจะไม่สามารถควบคุม หรือคำนวณค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงได้ในแต่ละครั้งและงบประมาณการซ่อมอาจบานปลายได้ แต่สัญญาบริการจะคำนวณค่าใช้จ่ายที่แน่นอนในแต่ละเดือนให้เรียบร้อย ซึ่งครอบคลุมงานซ่อมและบำรุงรักษา รวมถึงอุปกรณ์อะไหล่ต่าง ๆ ไว้แล้ว ซึ่งจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการนำไปวางแผนทั้งค่าใช้จ่ายและรายได้ ได้แม่นยำมากขึ้นและสามารถวางแผนธุรกิจได้ไกลมากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) แต่การใช้ความพยายามที่หลากหลายระดับดังกล่าวข้างต้นในขณะที่ผู้ประกอบการรถบรรทุกอยู่ในช่วงระยะเวลาของการรับประกัน ผู้ให้บริการก็ยังไม่สามารถจูงใจให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกทำสัญญาได้ (Hezarkhani, et al., 2019) ทั้งนี้ สาเหตุอาจเนื่องมาจากการซ่อมบำรุงรักษารถบรรทุกจะมีความแตกต่างจากการบำรุงรักษารถยนต์ทั่วไป กล่าวคือ การบำรุงรักษารถบรรทุกจะเป็นกิจกรรมที่ฝังตัวอยู่ในบริบทการขนส่งสินค้าและต้องมีการปรับให้เข้ากับบริบทของการดำเนินการขนส่งสินค้า (Hedvall, et al., 2016) ดังนั้น การซ่อมบำรุงรักษารถบรรทุกจึงเป็นต้นทุนที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการรถบรรทุก

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ให้บริการได้ใช้ความพยายามที่หลากหลายระดับในขณะที่ผู้ประกอบการรถบรรทุกอยู่ในช่วงระยะเวลาของการรับประกันในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการที่เหนือกว่าผู้ให้บริการที่ไม่ใช่เจ้าของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านมาตรฐานงานบริการด้วยทีมงานที่ผ่านการรับรองจากบริษัทผู้ให้บริการ ความพร้อมของอะไหล่และเครื่องมือเฉพาะในการวินิจฉัยปัญหาที่มีความแม่นยำ การรับประกันคุณภาพของอะไหล่และงานซ่อมบำรุง การให้คำปรึกษาแนะนำเบื้องต้นในกรณีที่เกิดขัดข้องไม่สามารถขับเคลื่อนได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมไปถึงสิทธิประโยชน์อื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ส่วนลดค่าอะไหล่และค่าบริการ การตรวจเช็คสภาพรถฟรีซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการรถบรรทุกในขณะที่อยู่ในช่วงระยะเวลาของการรับประกัน นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยังได้จัดเตรียมสัญญาการรับประกันหลังจากช่วงระยะเวลาของการรับประกันปกติที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์สิ้นสุดลงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการรถบรรทุกว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการได้อย่างต่อเนื่องและโดยส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะออกแบบสัญญาการบริการหลังการรับประกันในรูปแบบของการคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายและออกแบบสัญญาการบริการให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกเลือกพิจารณาในสองรูปแบบคือ สัญญาการบริการรูปแบบแรกจะเป็นสัญญาบำรุงรักษาโดยจะเป็นการดูแลเฉพาะการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและตรวจสอบสภาพรถ ส่วนสัญญาการบริการรูปแบบที่สองจะเป็นสัญญาซ่อมและบำรุงรักษาที่จะดูแลงานเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและตรวจสอบสภาพรถรวมไปถึงงานซ่อมบำรุง โดยมีรายละเอียดปลีกย่อยและอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันไป เพื่อให้รถมีความพร้อมใช้งานสูงสุดและเป็นการสร้างความมั่นใจที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะมอบให้กับผู้ประกอบการรถบรรทุกเพื่อให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการ แต่ก็ยังไม่สามารถจูงใจให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกทำสัญญาการรับประกันหลังจากช่วงระยะเวลาของการรับประกันปกติสิ้นสุดลงได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการรับรู้ด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์อาจไม่ได้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการรถบรรทุกอีกต่อไป

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมยังพบอีกว่า ในการร่างสัญญาบริการนั้นจะเกิดมาจากการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญทั้งทางด้านกฎหมายและวิศวกร โดยวิศวกรจะทำหน้าที่คาดการณ์และระบุเงื่อนไขในการดำเนินงานรวมถึงแนวทางการบำรุงรักษา มาตรฐานของกระบวนการและปัญหาทางวิศวกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนนักกฎหมายจะต้องทำหน้าที่ในการร่างสัญญาตามข้อมูลที่ได้รับจากวิศวกร ซึ่งในหลายกรณี สัญญาจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐบาลเพื่อเป็นการประกันความปลอดภัยสาธารณะและการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม โดยสัญญาจะต้องระบุถึงที่รับผิดชอบและความรับผิดชอบของทั้งสองฝ่ายอย่าง

ชัดเจนเนื่องจากความเสียหายของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ อาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ร้ายแรงและอาจส่งผลกระทบต่อตามมาจากกฎหมายหลายชุด ซึ่งความท้าทายเหล่านี้ต้องการการเอาใจใส่อย่างระมัดระวังจากผู้ให้บริการที่เข้าใจธรรมชาติและความเสี่ยงของการให้บริการอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเสี่ยงของการส่งมอบบริการจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์และอาจส่งผลกระทบต่อ การให้บริการของผู้ให้บริการหากไม่มีความเข้าใจในภาพรวมของความท้าทายและความเสี่ยงซึ่ง อาจทำให้ผู้ให้บริการไม่สามารถจัดการการส่งมอบบริการตามข้อตกลงเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การจัดการความหมายของข้อมูลในสัญญา รวมไปถึงการบูรณาการข้อกำหนด และเงื่อนไขจึงเป็นเรื่องที่ท้าทายเพราะนอกจากจะมีผลผูกพันตามกฎหมายแล้ว สัญญายังเป็น ส่วนหนึ่งของนโยบายทางธุรกิจที่สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในอนาคตได้ รวมไปถึงการใช้เป็น หลักฐานร้องเรียนในกรณีที่เกิดความเข้าใจผิด หรือมีข้อพิพาทจนกระทั่งเกิดการดำเนินการฟ้องร้อง ขึ้นได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในการออกแบบสัญญาการบริการนั้น จะได้รับการมุ่งเน้นไปที่มุมมองของผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียวโดยไม่สนใจมุมมองของผู้ซื้อ หรือผู้ประกอบการรถบรรทุก จึงทำให้การ ออกแบบสัญญาการบริการยังขาดมุมมองที่กว้างขึ้นจากผู้ประกอบการรถบรรทุกซึ่งเป็นผู้ให้บริการ ปลายทาง (Downstream) อย่างแท้จริงในการพิจารณาการรับประกันและการบำรุงรักษา

ดังนั้น จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสัญญาการรับประกันหลังจากช่วงระยะเวลาของการรับประกันปกติ ที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์สิ้นสุดลงว่าเพราะเหตุใดการนำเสนอข้อมูลของผู้ให้บริการจึงยังไม่สามารถ จูงใจให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกทำสัญญาได้ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าการนำเสนอสัญญาการบริการ ของผู้ให้บริการ ในมุมมองของผู้ประกอบการรถบรรทุกอาจไม่เข้าใจถึงความจำเป็นในการจัดการ ความหมายของข้อมูลของสัญญาด้วยภาษาทางกฎหมายของผู้ให้บริการ หรือการนำเสนอข้อมูลของ ผู้ให้บริการอาจยังไม่ครบถ้วนพอ จึงทำให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกมีความเข้าใจในมุมมองของผู้ ให้บริการที่คลาดเคลื่อน ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยจะเป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ ผู้ ให้บริการสามารถนำผลการศึกษาวิจัย ไปพิจารณา ปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลให้ครบถ้วนและ ออกแบบสัญญาการบริการให้มีมุมมองที่มีความเป็นหนึ่งเดียวกันและสามารถสร้างประโยชน์ ให้กับผู้ให้บริการในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการรถบรรทุกในการทำสัญญาการบริการ และผู้ประกอบการรถบรรทุกจะได้มีความไว้วางใจและเข้าใจถึงความสำคัญและความคุ้มค่าใน ระยะยาวจากการทำสัญญาการบริการ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สัญญาการบริการในบริบทของรถบรรทุกพบว่า ยังไม่ได้รับการศึกษาวิจัย เนื่องจากวรรณกรรมที่มี อยู่ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมพลังงานและยังรวมไปถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีการ ลงทุนสูงเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมรถบรรทุก

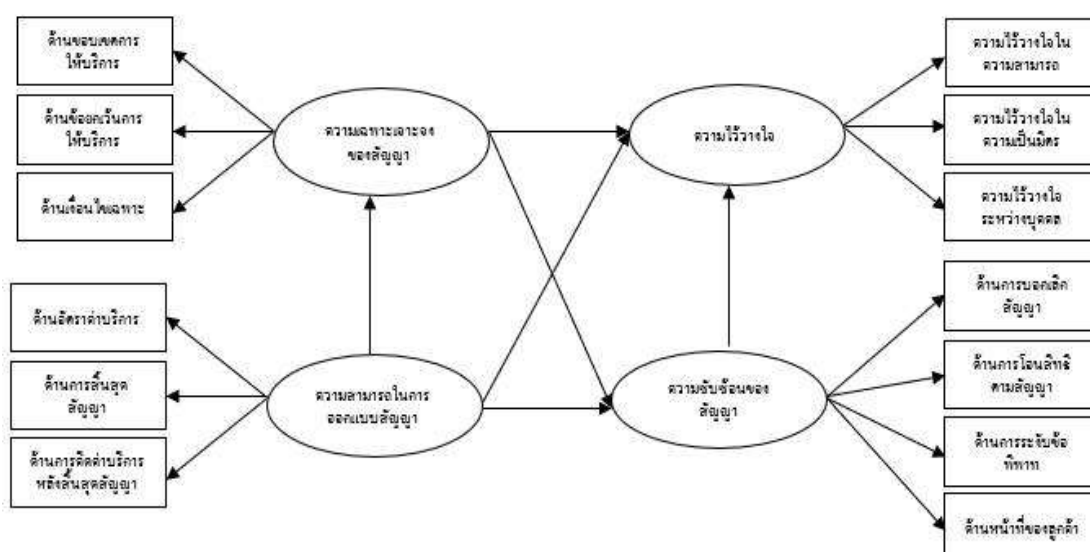
คำถามการวิจัย

1. ตัวแบบของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสัญญาการบริการหลังการรับประกันของศูนย์บริการรถบรรทุกในประเทศไทยจะมีลักษณะอย่างไร
2. เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้น หรือตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงในรูปแบบความสัมพันธ์ของสัญญาการบริการจะมีลักษณะอย่างไร
3. แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ในการออกแบบสัญญาการบริการให้กับศูนย์บริการรถบรรทุกในประเทศไทยมีอุปสรรคและวิธีการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสัญญาการบริการจากมุมมองของผู้ประกอบการรถบรรทุกในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเส้นทางอิทธิพลของสัญญาการบริการที่มีผลต่อความไว้วางใจของผู้ประกอบการรถบรรทุกในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ในการออกแบบสัญญาการบริการให้กับอุตสาหกรรมรถบรรทุกในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความเฉพาะเจาะจงของสัญญาจะส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมระหว่างกันได้
2. ความสามารถในการออกแบบสัญญาจะส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมระหว่างกันได้
3. ความซับซ้อนของสัญญาจะส่งผลเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมระหว่างกันได้

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการรถบรรทุกส่วนบุคคลจำนวน 351,595 คน โดยใช้ข้อมูลจากกองแผนงาน กลุ่มสถิติการขนส่ง ณ วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2564 (กองแผนงาน กลุ่มสถิติการขนส่ง, 2563) ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเหมือนกัน (Homogenous Group) เพื่อลดปัญหาความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่อาจทำให้เกิดความไม่สอดคล้องกันในบริบทของการศึกษาวิจัยการออกแบบสัญญาการบริการจากมุมมองของผู้ประกอบการรถบรรทุก ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการของยามาเน่ (Yamane, 1973) ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) ดังนั้น จากการแทนค่าด้วยวิธีการของยามาเน่ ในงานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จะเท่ากับ 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา หรือตัวแปร

การศึกษามีตัวแปรในการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กัน 4 ตัวแปรดังต่อไปนี้คือ 1. ตัวแปรต้นคือ ความสามารถในการออกแบบสัญญาการบริการ 2. ตัวแปรแฝงภายในคือ ความเฉพาะเจาะจงของสัญญาการบริการและความซับซ้อนของสัญญาการบริการ 3. ตัวแปรสาเหตุคือ ความไว้วางใจ

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาในเชิงวิชาการเท่านั้น ตัวแปรต่าง ๆ ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านกระบวนการในการศึกษาจากหลากหลายบริบทของอุตสาหกรรมบริการในต่างประเทศและผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของประเทศ

นิยามศัพท์

1. รถบรรทุก หมายถึง รถบรรทุกส่วนบุคคลที่ใช้ในการขนส่งสัตว์ หรือสิ่งของเพื่อการค้า หรือธุรกิจของตนเองซึ่งมีน้ำหนักเกิน 2,200 กิโลกรัมขึ้นไป (กองแผนงาน กลุ่มสถิติการขนส่ง, 2564)

2. ข้อตกลงการให้บริการในระยะยาว หมายถึง สัญญา หรือข้อกำหนดการให้บริการที่ทำให้ผู้ให้บริการมีหน้าที่รับผิดชอบในการรับประกันการส่งมอบความพร้อมใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่รวมการบำรุงรักษา การซ่อมแซมและอะไหล่ ขั้นตอนการบำรุงรักษา เกณฑ์ในการดำเนินการ ตรวจสอบการบำรุงรักษา ความรับผิดชอบในการแก้ไขข้อบกพร่อง หรือความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากปัญหาการออกแบบการผลิตและการรับประกันคุณภาพในช่วงระยะเวลาหนึ่งหลังการหมดระยะการรับประกันโดยมีค่าใช้จ่ายตามระยะเวลาที่กำหนด

3. สัญญาการบริการ หมายถึง เอกสารซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายทางธุรกิจที่ช่วยจัดการ ความคาดหวังและชี้แจงความรับผิดชอบรวมไปถึงการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าด้วยการระบุเงื่อนไขในการปฏิบัติการ การดำเนินงานและแนวทางการบำรุงรักษา มาตรฐานของกระบวนการและปัญหาทางวิศวกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และการบริการที่ผู้ให้บริการได้จัดเตรียมการส่งมอบการบริการตามข้อตกลงเหล่านั้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพไว้สำหรับลูกค้าซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตและเงื่อนไขการให้บริการ ข้อยกเว้นการให้บริการ อัตราค่าบริการและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

4. ความสามารถในการออกแบบสัญญา หมายถึง ความเชี่ยวชาญของบริษัทในการออกแบบสัญญาที่มีประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะของธุรกรรมผ่านการนำความรู้เฉพาะทางของบุคคลที่มีความชัดเจนเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อความไว้วางใจให้กับลูกค้า

5. ความเฉพาะเจาะจงของสัญญา หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิตในการจัดการ และควบคุมธุรกรรมระหว่างกันและเกี่ยวข้องกับรายละเอียดของสัญญาการบริการ การรักษา ความลับของลูกค้า การระงับข้อพิพาทและการบอกเลิกสัญญาที่สามารถนำไปสู่ความไว้วางใจที่ในการทำธุรกรรมระหว่างกันในเชิงบวกมากขึ้น

6. ความซับซ้อนของสัญญาการบริการ หมายถึง เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดที่ระบุ ขั้นตอนการเจรจาที่แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังในการบรรลุผลและภาระผูกพันที่ต้องทำจากการ มีปฏิสัมพันธ์ในอนาคตระหว่างการแลกเปลี่ยนระหว่างกันซึ่งประกอบไปด้วย ข้อยกเว้นการบริการ การกำหนดสิทธิความรับผิดชอบ บทลงโทษ การตรวจสอบและการปรับบริบทของสัญญาการบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า

7. ความไว้วางใจ หมายถึง ชุดของการแบ่งปันความคาดหวังเชิงบวกจากการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ อาทิเช่น ทักษะด้านเทคนิค ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือที่จำเป็นและความรับผิดชอบในการดูแลผลประโยชน์ของอีกฝ่ายหนึ่งให้สามารถปฏิบัติและจัดการตามภาระผูกพันของตนเองตามข้อตกลงด้วยความเป็นธรรมได้ถึงแม้ว่าจะมีความเป็นไปได้ในการฉวยโอกาสจากการเอาเปรียบก็ตาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ให้บริการได้รับทราบถึงมุมมองของสัญญาการบริการจากผู้ประกอบการครบทุก
2. ผู้ให้บริการสามารถนำมุมมองของผู้ประกอบการไปพิจารณา ปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลให้ครบถ้วนและออกแบบสัญญาการบริการที่สร้างความไว้วางใจให้กับผู้ประกอบการได้
3. ผู้ให้บริการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ในการออกแบบสัญญาการบริการที่สามารถสร้างประโยชน์ร่วมกันให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ประกอบการได้