

พจนานุกรม ธิปไตย : การพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า

(DEVELOPMENT OF COLLABORATION BETWEEN A TRANSPORT SERVICE

PROVIDER AND CUSTOMERS) อ. ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์, 140

หน้า. ISBN 974-14-2281-4.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและผู้ค้าปลีกโมเดิร์นเทรด อันเป็นลูกค้ารายสำคัญ โดยเริ่มจากการสำรวจทบทวนทัศนคติของผู้บริหารระดับสูงที่มีต่อการพัฒนาความร่วมมือ จากนั้นทำการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารระดับบน ระดับกลาง และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติเพื่อประเมินปัจจัยขับเคลื่อน (Driver) ให้เกิดความร่วมมือ และตัวส่งเสริม (Facilitator) ให้เกิดความร่วมมือ ผลการประเมินนำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ที่ควรพัฒนาสำหรับผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้า ซึ่งพบว่า ผู้ให้บริการขนส่งกับลูกค้าทั้งสองมีความเป็นไปได้ที่พัฒนาความร่วมมือในรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจอย่างแท้จริง

ในการกำหนดองค์ประกอบของกิจกรรมที่จะดำเนินการ (Components) ภายใต้ความร่วมมือที่จะพัฒนาขึ้นนั้น การศึกษาได้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เทียบกับองค์ประกอบที่ต้องพัฒนาในอนาคตเพื่อไปสู่รูปแบบพันธมิตรที่คาดหวัง จากนั้นผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาความร่วมมือตามตัวขับเคลื่อนที่ทั้งสองฝ่ายเห็นว่ามีค่าสูง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพของสินทรัพย์หรือต้นทุน และการปรับปรุงการบริการลูกค้า พร้อมกับกำหนดดัชนีวัดสมรรถนะและค่าเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นนั้น การศึกษาได้พิจารณาองค์ประกอบหรือกิจกรรมความร่วมมือที่จำเป็นต้องพัฒนา เพื่อสนับสนุนต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของพันธมิตร ด้วยการระดมสมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของความร่วมมือ คือ การพัฒนา กลไกสนับสนุนการประสานงานระหว่างกัน เช่น การปรับเวลาการทำงานให้สอดคล้องกัน การวางแผนร่วมกัน เป็นต้น และการแบ่งปันข้อมูลและสารสนเทศต่างๆ เช่น แผนการจัดส่ง เป็นต้น

POONSAK THIAPAIKAT : DEVELOPMENT OF COLLABORATION BETWEEN A
TRANSPORT SERVICE PROVIDER AND CUSTOMERS. THESIS ADVISOR :
ASST. PROF. SOMPONG SIRISOPONSILP, Dr. 140 pp. ISBN 974-14-2281-4.

The objective of this thesis is to determine framework for the development of collaboration between a transport service provider and its key customers consisting of a consumer goods manufacturer and a modern-trade retailer. The study begins with a survey of executives' attitude towards the development of such collaboration. The study interviews perception of executives, middle managers and operators to determine the drivers which are compelling reasons for collaboration and facilitators that support the formation of partnership. The evaluation indicates that there is a potential for the carrier to develop the "true" partnership with the two customers.

In identifying the components which are activities and processes sustaining the partnership to be developed, the study conducts a gap analysis to determine the gap between existing situations and desired partnership components. The goals of the partnership formation set by the study are asset efficiency and service improvement which are the two most important drivers as perceived by the carrier and its two clients to its customers. For each goal, key performance indicators and associated target values are proposed. Finally, through the brain-storming sessions, the study identifies a number of partnership components that would lead to the successful development of true partnership according to the established goals. It is found that critical components for the partnership include the establishment of mechanisms to facilitate the co-ordination of works between partners such as the harmonization of working hours of the partners and joint planning, and the effective sharing of relevant data and information such as delivery plan.