

การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ

Deciding on the use of international maritime shipping companies.

รชนีกร จุลคณานุกิจ
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจโครงการพิเศษ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Rachaneekorn Julkananukit

E-mail: Rachaneekorn.jul@gmail.com

Department of Management, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ (2.) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศจำแนกตาม ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการ (3.) เพื่อศึกษาตัวแปรประเภทของผู้ส่งออกสินค้า และความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบริษัทที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศสมาชิกจำนวน 108 บริษัท โดยใช้สอบถามออนไลน์ (Google Form) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง

สมมุติฐานที่ได้แก่ สถิติ T-Test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (ONE WAY ANOVA และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า (1) ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ แตกต่างกัน (2) ความถี่ในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล ที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ แตกต่างกัน (3) ศึกษาตัวแปร ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการพบว่า ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า (Sig. = 0.000) และด้านความถี่ในการใช้บริการ (Sig. = 0.004) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13.3

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ

ABSTRACT

Research on the decision to use the international maritime shipping company The objective is to (1.) to study the decision to use the international maritime shipping company. (2.) To compare the decision to use international maritime shipping companies by type of exporter. Frequency of service. (3.) To study the variables, types of exporters. The frequency of use of the service affects the decision to use international maritime shipping companies. The samples in this research were selected from companies that used international maritime freight services regularly. Randomly (Purposive Sampling), The Google from inquiry is a data collection tool, and the analysis of this research data is divided into two parts: (1.) Descriptive statistics include percentage, frequency, averages and standard deviations. (2.) Reference statistics, Hypothesis 1 includes statistics tested by T-Test and one way variance statistics (ONE WAY ANOVA)., Second hypothesis includes statistics tested by Multiple Regression statistic.

The hypothesis test found that (1) different types of exporters made different decisions about international maritime shipping companies, (2) different frequency of using sea freight services, making different decisions to use international maritime shipping companies, (3) studying variables, types of exporters. The frequency of use of the service was found to be the extent that the exporter (Sig. = 0.000) and the frequency of use of the service (Sig. = 0.004) were associated with the decision to use the international maritime shipping company.

Keywords: Deciding on the use of international maritime shipping companies.

บทนำ

ระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Logistics Services) คือระบบการวางแผนและควบคุมกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งตามความต้องการหรือข้อตกลงของกลุ่มค้าภายใต้ข้อบังคับและกฎหมายที่ตกลงกันไว้เป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ผลกำไร และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ GDP ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นภาครัฐจึงให้การสนับสนุนการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อให้เอกชนสามารถบริหารจัดการสินค้าตลอดกระบวนการทั้งการนำเข้าและส่งออกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเป็นการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันสำหรับการค้าระหว่างประเทศ

ในกรณีที่ต้องการขนส่งสินค้าไปยังประเทศที่มีชายแดนติดต่อกับประเทศไทย การขนส่งข้ามแดนทางถนนถือเป็นอีกหนทางเลือกหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับคนที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งข้ามแดนแต่ไม่รู้ว่าจะต้องพิจารณาจากอะไรบ้างเพื่อให้ได้รับบริการที่คุ้มค่าและตอบโจทย์มากที่สุดลองอ่านหัวข้อต่อไปนี้เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของบริการขนส่งข้ามแดนที่ดีว่าควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง

1. มีความรวดเร็วตรงต่อเวลาและมีระบบติดตามพิกัดสินค้าแบบเรียลไทม์ทันตามความต้องการของผู้บริโภคสินค้าบางประเภทมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เช่น ผลไม้ ดอกไม้ สิ่งมีชีวิต ถ้าขนส่งล่าช้าจะทำให้สินค้าเน่าเสียทำให้ธุรกิจเสียหายได้
2. ประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งการขนส่งถือว่าเป็นต้นทุนประเภทหนึ่งของการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องเลือกการขนส่งที่เหมาะสมและเสียค่าใช้จ่ายต่ำ
3. มีความสะดวกสบายและไว้วางใจได้การขนส่งข้ามพรมแดนระหว่างประเทศต้นทางและปลายทางมีกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับพิธีการทางศุลกากรลักษณะการขนส่งระยะเวลาการดำเนินการที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศซึ่งผู้ให้บริการขนส่งข้ามแดนต้องมีความชำนาญและเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบต่างๆ เพื่อให้การขนส่งสินค้าเป็นไปอย่างราบรื่น ตรงเวลาและถูกต้องตามระเบียบทั้งนี้ก่อนที่จะเลือกใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศ ก็มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงอีกหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่จะทำการจัดส่งต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศจำแนกตาม ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาตัวแปร ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยเป็นการคัดเลือกจากบริษัทที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศสม่ำเสมอ โดยการแบบสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยขนาดของประชากรเท่ากับ 150 คนและขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970,p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 ราย

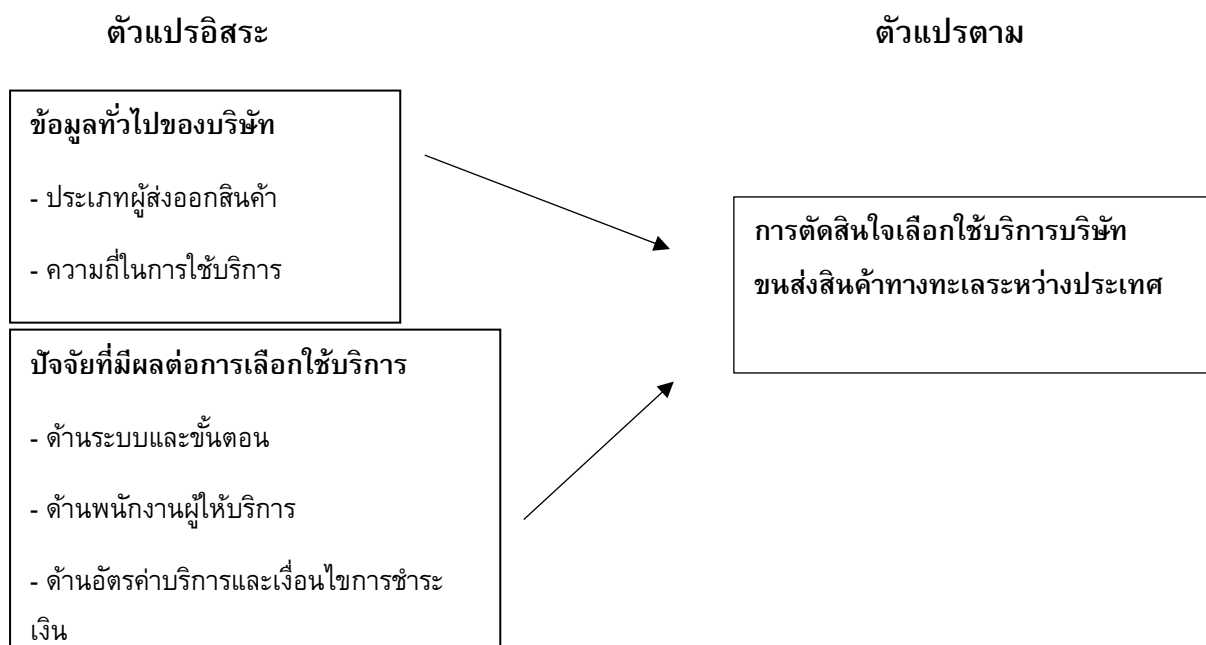
ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพของการขนส่งทางทะเล

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับข้อมูลที่เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาระบบการขนส่งสินค้าทางทะเล
2. ผู้บริหารหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการของบริษัท

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



สมมติฐานที่ใช้ในงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ได้แก่ ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการ ต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประเภทของผู้ส่งออกสินค้ากับความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ Multiple Regression

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ความหมายของการขนส่ง

คำว่า “การขนส่ง (Transportation)” ความหมายโดยรวมหมายถึง การเคลื่อนย้ายคน (People) สินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ในกรณีของการเคลื่อนย้ายคนนั้นจะเป็นเรื่องของการขนส่งผู้โดยสารเสียเป็นส่วนใหญ่ ในบริบทของหลักสูตรการจัดการการขนส่งนี้จะเน้นที่การขนส่งสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

1. การขนส่งช่วยให้เกิดการจ้างแรงงาน การขนส่งก่อให้เกิดการผลิตขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจมีความต้องการแรงงานมากขึ้น และเป็นการนำแรงงานจากที่หนึ่งที่มีแรงงาน จำนวนมากไปอีกที่หนึ่งที่มีความต้องการแรงงาน เช่น คนงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีภูมิประเทศค่อนข้างแล้งคนส่วนมากไม่มีงาน ทำการขนส่งทำให้คนงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถมาทำงานในภาคกลางหรือภาคตะวันออก

2. การขนส่งช่วยให้เกิดดุลยภาพในระดับราคาสินค้าธุรกิจเมื่อผลิตสินค้าการขนส่งจะทำหน้าที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เช่น จังหวัดจันทบุรี ในฤดูกาลเงาะ จะมีผลผลิตเงาะออกมาสู่ตลาดเป็นจำนวนมากการขนส่งที่มีประสิทธิภาพสามารถ นำเงาะไปจำหน่ายได้ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ เป็นต้น

3. การขนส่งช่วยให้สินค้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ การขนส่งที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในปัจจุบัน ทำให้สินค้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ การขนส่ง ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในปัจจุบัน ทำให้สินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

คำนิยามของการบริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล, ดุลยา จาตุรงค์กุล และ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2536) สรุปว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอหรือยื่นให้อีกฝ่ายหนึ่ง ถึงแม้ว่าการปฏิบัติงานนั้นจะเกี่ยวข้องกับสินค้าก็ตาม แต่การปฏิบัติเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้

ความหมายของธุรกิจบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) ให้ความหมายว่า ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

ความหมายของการบริการขนส่งสินค้า

ประพันธ์ โลหะวิริยศิริ (2359) ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าเกิดขึ้นจากการต้องการส่งสินค้าจากที่หนึ่งสู่อีกที่หนึ่ง ซึ่งมีระยะทาง หรือภูมิประเทศที่ห่างกัน โดยปกติความต้องการขนส่งสินค้าจะเกิดขึ้นหลังจากมีการตกลงซื้อขายสินค้า หรือเมื่อมีความต้องการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ที่มีความต้องการสินค้าชนิดนั้น โดยมีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องค่าใช้จ่ายในเรื่องการขนย้าย หรือเป็นผู้จัดหาบริษัทขนส่งสินค้า เพื่อดำเนินการให้สินค้าไปถึงจุดหมายปลายทางตามที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาซื้อขาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

दनัย ศรีเจริญวนิชกุล (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าของบริษัท อีเทอร์นี่ดี แกรนด์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านลักษณะธุรกิจ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ล้านบาท ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค และมีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 8 ปีขึ้นไป
2. ทักษะคติด้านคุณภาพการบริการ ผู้ใช้บริการมีทักษะคติด้านคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทักษะคติด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองความรวดเร็วและความสามารถด้านความปลอดภัย ด้านมนุษยสัมพันธ์และความเข้าใจ มีทักษะคติอยู่ในระดับดี
3. ทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ผู้ใช้บริการมีทักษะคติต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการสร้างภาพลักษณ์ และด้านกระบวนการ มีทักษะคติอยู่ในระดับดี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีทักษะคติอยู่ในระดับปานกลาง

4. พฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้า ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการให้บริการในด้านความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้า โดยเฉลี่ย 9.09 ครั้งต่อเดือน ในด้านจำนวน Shipment นำเข้าโดยเฉลี่ย ผู้ให้บริการมีจำนวน Shipment นำเข้าโดยเฉลี่ย 14.53 Shipment ต่อเดือน ในด้านจำนวน Shipment ส่งออกโดยเฉลี่ย ผู้ให้บริการมีจำนวน Shipment ส่งออกโดยเฉลี่ย 9.59 Shipment ต่อเดือน

5. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการในด้านการตอบสนอง ความรวดเร็ว และความสามารถในการให้บริการ ในข้อความถูกต้องครบถ้วนและความเรียบร้อยของเอกสารต่างๆ และความพร้อมที่จะให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการในสถานการณ์เร่งรีบ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าในด้านความต้องการ การใช้บริการขนส่งสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

6. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัยในข้อความครบถ้วนของสินค้าไม่เสียหาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านความต้องการใช้บริการขนส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมี ความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

7. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการและความเข้าใจต่อผู้ให้บริการ ในข้อการให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสถานะของสินค้าและตู้สินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าในด้านความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

8. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองความรวดเร็วและความสามารถในการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้าในด้านจำนวน Shipment นำเข้าโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

9. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัย ในข้อความครบถ้วนของสินค้า ไม่เสียหาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านจำนวน Shipment นำเข้าโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

10. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการและความเข้าใจ ต่อผู้ให้บริการ ในข้อการให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานะของสินค้าและตู้บรรจุสินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านจำนวน Shipment นำเข้า โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามใน ระดับปานกลาง

11. ทศนคติด้านคุณภาพการบริการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการ และความเข้าใจต่อผู้ให้บริการ ในข้อการให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานะของสินค้าและตู้บรรจุสินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การใช้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านจำนวน Shipment ส่งออกโดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

12.ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามใน ระดับต่ำ

13. ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อการมีส่วนลด ค่าบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้า ในด้านจำนวน Shipment ส่งออกโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง เดียวกันในระดับต่ำ

วิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน

1.1 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ

เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มพนักงานบริษัท Freight forwarder (บริษัทผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ)

1.2 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ ทางอินเทอร์เน็ต

สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยพื้นฐานของการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศของลูกค้า

ประชากรที่ทำการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินเรือระหว่างประเทศครั้งนี้ได้แก่ผู้ที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางเรือ จำนวน 150 ราย คัดเลือกจากบริษัทที่ใช้บริการการ

ขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศสม้าเสมอ ระหว่าง วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2565

กลุ่มตัวอย่างเป็นการเลือก คัดเลือกจากบริษัทที่ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศสม้าเสมอ โดยการแบบสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970,p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 จัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยแบบสอบถามมี 2 ตอน คือ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท,ความถี่ในการใช้บริการ จำนวน 2 ข้อ

1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ด้านต่าง ๆคือ ด้านระบบและขั้นตอน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน และด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 24 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด)

วิธีการสร้างเครื่องมือ

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการศึกษาบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสร้างกรอบแนวความคิด จากนั้นจึงทำการสร้างแบบสอบถามจากแปรและนิยามปฏิบัติการของตัวแปร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ โดยการส่งลิงค์แบบสอบถามจากการสร้างแบบสอบถามใน Google form ระยะเวลาตั้งแต่ เดือน วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้องทุกชุด และนำมาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศของลูกค้า จำแนกตามประเภทของผู้ส่งออกสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศและรูปแบบธุรกิจโดยใช้สถิติ T-Test

3. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศของลูกค้า จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการส่งออกสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศโดยใช้ สถิติ ONE WAY ANOVA

4. วิเคราะห์ปัจจัย ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า ความถี่ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ โดยใช้สถิติ Multiple Regression

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ

1. ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ แตกต่างกันไป

2. ความถี่ในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล ที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ แตกต่างกันไป

3. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า และด้านความถี่ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ได้แก่ ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า และ ความถี่ในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเภทของผู้ส่งออกสินค้าที่แตกต่างกันจะสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันไป เนื่องจากผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นจะมีเรทราคา ระยะเวลาในการขนส่งสินค้า หรือการอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอร สอนงค์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของ

บริษัทส่งออกปลาสดของไทย โดยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่แตกต่างกัน เช่น ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินงาน และความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ เกียรติศักดิ์ ทองสุข และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งกับบริษัทเอสซีกรุ๊ป จำกัด โดยผลการวิจัยพบว่า ประเภทกิจการของบริษัทลูก ขนาดกิจการ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้ากับบริษัทเอสซีกรุ๊ป จำกัด ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ประเภทของผู้ส่งออกสินค้า และความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการที่ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าที่แตกต่างกันไปจะมีความเชี่ยวชาญในการขนส่งสินค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน รวมไปถึงการบริการอย่างครบวงจร และอาจมีราคาในการให้บริการที่เหมาะสมกับการขนส่งสินค้าแต่ละประเภทที่ แตกต่างกันไป ดังนั้น ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าจึงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ นอกจากนี้ความถี่ในการใช้บริการยังมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในแง่ของความสะดวก ซึ่งอาจเป็นการอำนวยความสะดวกต่อผู้รับบริการที่ใช้บริการอย่างเป็นประจำ เช่น บริษัทขนส่งสินค้าเข้ามารับสินค้าด้วยตัวเองโดยที่ผู้ส่งสินค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางมาส่งสินค้า หรืออาจ มีสิทธิพิเศษอื่น ๆ สำหรับผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร เทียนชัย และ สุชาติณี สุติวะ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บริการและพฤติกรรมในการ เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าบริเวณจุดผ่านแดนถาวร ด่านสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว 1 จังหวัดหนองคาย โดยพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งความถี่ในการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่ง ล้วนมาจากความเชื่อมั่นในการบริการและการมีเจตคติที่ดีต่อเครื่องหมายการค้าเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ด้านประเภทของผู้ส่งออกสินค้าที่แตกต่างกัน มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน ดังนั้น บริษัทผู้ ให้บริการขนส่งสินค้าจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนิน ธุรกิจเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถทราบได้ว่าสินค้าที่ต้องการส่งออกนั้นเหมาะสมกับผู้ให้บริการรายใดมากที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความคุ้มค่า ลดระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล และช่วยอำนวยความสะดวกให้ แก่ผู้ใช้บริการมากที่สุด

2. จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ด้านความถี่ในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศควรให้ความสำคัญไม่เพียงแต่การดึงดูดใจผู้ใช้บริการรายใหม่เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงผู้ใช้บริการกลุ่มเดิมด้วย เนื่องจากผู้ใช้บริการมักมีพฤติกรรมการใช้ซ้ำ หากพบว่าผู้ใช้บริการมีการตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การมอบส่วนลด และสิทธิพิเศษต่างๆ แก่ผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด เป็นต้น เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมให้ยังคงใช้บริการอย่างสม่ำเสมอท่ามกลางการแข่งขันด้านการขนส่งสินค้าที่มีความรุนแรงเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

3. จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของบริษัททั้งในส่วนของประเภทของผู้ส่งออกสินค้า และความถี่ในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล พบว่ามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ ดังนั้น ผู้ให้บริการควรต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าให้มากที่สุดว่าผู้ใช้บริการนั้นต้องการการอำนวยความสะดวกด้านใด เพื่อดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการรายใหม่ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ และดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการรายเดิมยังคงใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอย่างสม่ำเสมอและไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการบริษัทอื่นในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปเพียงประเภทของผู้คนส่งสินค้า และความถี่ในการใช้บริการเท่านั้น ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของบริษัทขนส่งสินค้า เช่น ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือข้อมูลการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลที่ทำการศึกษา มีความน่าสนใจและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา เช่น แรงจูงใจ หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้บริษัทผู้ขนส่งสินค้าทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่จะนำมาสู่การพัฒนาการบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงมุมมองของผู้ใช้บริการและสามารถนำปัจจัยด้านผู้ใช้บริการมาพัฒนาการให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยกร เทียนชัย และ สุทธาศิณี สุศิวะ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บริการและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจ ขนส่งสินค้าบริเวณจุดผ่านแดนถาวร ด้านสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว 1 จังหวัดหนองคาย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(2), 157-172.
- เกรียงศักดิ์ ทองสุข, วิษณุวัตร ทิมาบุตร และเอกนารี ทุมพล. (2563). ปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งกับบริษัทเอสซีกรุ๊ป จำกัด. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต, 15, 528-536.
- โกสินทร์ โปธิ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงรัตน์ เกตุรัตน์บวณ. (2557). การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจตัวแทนรับขนส่งสินค้าด้วยใบตราส่งอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา บริษัท เอ-โซนิค โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (งานนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดรรารัตน์ ตระกูลพั้ว. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทย ในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกร จิรพัฒน์ดำรง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกรณี SEALITE GROUP (บัณฑิตวิทยาลัย) วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- ปรีชา วิทยาภรณ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนส่ง (วิทยานิพนธ์) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พจนา สินธุอุดม. (2552). การบริการของฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจสายเรือระหว่างประเทศ (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร ทบแท่ง. (2552). รูปแบบการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
- ศิริอร สหนองค์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 11(1), 79-90.
- สุชาดา คณะวาปี. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเลของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัท เดกซ์ทรานส์ เวิลด์ไวด์ (ไทยแลนด์) จำกัด (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อรรถชัย วิริยะกิจจามรภัทร์. (2551). การศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทตัวแทนผู้รับการจัดส่งสินค้าทางเรือ. วารสารการขนส่งและโลจิสติกส์, 2(2), 66-81.