

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์ของ
ตัวแทนผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวหฤทัย ลิขิตตระกูลวงศ์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพรัช กาญจนการุณ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์ของตัวแทนผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามบริษัทตัวแทนผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในสมาคมตัวแทนผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ (NIFC: Northern Region International Forwarders Club) จำนวน 24 บริษัท มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าบริษัทตัวแทนผู้ส่งออกสินค้ามีทุนจดทะเบียนมีเงินทุนจดทะเบียนบริษัทตั้งแต่ 6 – 10 ล้านบาท มากกว่า 10 ล้านบาท และมีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ตามลำดับโดยมีการเปิดดำเนินกิจการมาถึงปัจจุบันระหว่าง 2 – 5 ปี มากที่สุด รองลงมาคือเปิดกิจการเกินกว่า 13 ปี เปิดกิจการระหว่าง 9 – 12 ปี และเปิดกิจการน้อยกว่า 4 ปี ตามลำดับและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการหัวรถลากอยู่ในตำแหน่งอื่น ๆ เช่น พนักงานบริการลูกค้า (Customer service) มากที่สุด รองลงมาคือผู้จัดการฝ่ายบริหาร กรรมการผู้จัดการ และ ผู้จัดการทั่วไป ตามลำดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยมากเรียงลำดับ คือปัจจัยด้าน

กระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยภายในองค์กร โดยมีปัจจัยย่อยแต่ละด้านที่มีผลการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรก คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ประสิทธิภาพการให้บริการ และจำนวนรถหัวลากมีเพียงพอในการให้บริการ ในจำนวนเท่ากัน สภาพรถหัวลาก และความชำนาญการในการขนตู้คอนเทนเนอร์ตามลำดับ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่พนักงานขับรถมีความรับผิดชอบ พนักงานขับรถหัวลากมีความชำนาญในการขับรถ พนักงานให้บริการมีความรับผิดชอบ ติดตามงานรวดเร็ว และพนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่าง และพนักงานขับรถมีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ประสิทธิภาพการให้บริการ และจำนวนรถหัวลากมีเพียงพอในการให้บริการ ในจำนวนเท่ากัน สภาพรถหัวลาก และความชำนาญการในการขนตู้คอนเทนเนอร์ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาบริการต่อเที่ยว และให้ราคาพิเศษ การให้ส่วนลดเมื่อมีการให้สัญญา หรือคิดเงื่อนไข และการให้เครดิต ตามลำดับ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ค่าขนส่งเพิ่มขึ้น ภาวะเศรษฐกิจ และความต้องการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกตามลำดับ ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ขั้นตอนในการอนุมัติรวดเร็ว ไม่ต้องผ่านหลายขั้นตอน (การเลือกใช้รถหัวลาก) งบประมาณการขนส่ง และนโยบายของบริษัท ตามลำดับ

ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ

ค่าเฉลี่ยมากคือ ปัญหาจากปัจจัยด้านราคา ปัญหาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาจากปัจจัยสิ่งแวดล้อม และปัญหาจากปัจจัยเฉพาะบุคคล โดยปัจจัยย่อยแต่ละด้านที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 3 อันดับแรกคือ ปัญหาจากปัจจัยด้านราคา ได้แก่ จำนวนรถหัวลากของบริษัทขนส่งมีไม่เพียงพอ อัตราค่าบริการสูง และการไม่ให้ราคาพิเศษ หรือมีส่วนลดให้ ตามลำดับ ปัญหาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ สภาพรถหัวลากเก่า และชำรุด จำนวนรถหัวลากของบริษัทขนส่งมีไม่เพียงพอ และประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัทขนส่ง ตามลำดับ ปัญหาจากปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจทำให้บริษัทต้องเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่าย การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน และการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อการส่งออกสินค้า ตามลำดับ ปัญหาจากปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่พนักงานขับรถขาดความชำนาญงาน และความรับผิดชอบ เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และพนักงานขาดประสบการณ์ในการให้บริการตามลำดับ

Independent Study Title Factors Affecting Export Agents’s Choice of Container Trailer Service in Chiang Mai Province

Author Miss Haruthai Likittarakulwong

Degree Master of Arts (Political Economics)

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Nisit Panthamit Chairperson

Assistant Professor Dr. Pairat Kanjanakaroon Member

Associate Professor Dr. Thanee Sriwichailamphan Member

Abstract

The objective of this study was to investigate the “Factors Affecting Export Agent’s Choice of Container Trailer Service in Chiang Mai Province”. The data was collected through questionnaires answered by 24 export agents who were members of the Northern Region International Forwarders Club (NIFC), Chiang Mai Province, using statistical analysis of frequency, percentage and means.

The study showed that the export agents had registered capital of 6-10 million Baht, over 10 million Baht and under 5 million Baht respectively. The operation period ranged from 2-5 years followed by over 13 years, 9-12 years, and under 4 years, respectively. The decision-making in selecting the export agents was left mostly to personnel in the positions of customer service followed by the executive managers, the managing directors, and the general managers, respectively.

In terms of the mixed marketing factors, the questionnaire respondents gave importance based on high average downwards starting from factors related to the service process, personnel, product and service, price, environment, and organization, respectively. In addition, the three most significant sub-factors of each of these factors could be defined respectively as follows. For service process, the sub-factors were service efficiency, and adequate numbers of trailers, the condition of the

trailers, and the experience in transporting the containers. The personnel sub-factors were responsibility and reliability of the driver, proficiency of the trailer driver, and efficiency of the service personnel. For product and service, the sub-factors were service efficiency and the appropriate number of trailers, the trailers' condition, and proficiency in transporting the containers. For pricing factors, the sub-factors were the service fee per trip, special promotion such as discount when contracts were made or violated as well as credit provisions. Sub-factors for environmental factors were rising oil prices affecting the transport cost, economic conditions as well as the export agents' demand for export, respectively. The three sub-factors for organizational factors were speedily granting approval (in selecting the trailer), transport budget and company's policy respectively.

The issues that influenced the decision of the respondents according to the average were price, product, and service, environment and personal factors. The top three sub-factors that affected the decision in pricing were shortage of trailers, high service fee, and the lack of special promotions or discounts, respectively. For products and service, the sub-factors involved old and run down trailers, shortage of trailers, and the service efficiency of the transport company respectively. For environmental factors, the sub-factors were the economic change causing the company to adjust their expenditure plan, oil price changes, and the change in the money exchange rate affecting the export. The sub-factors for personal factors were the lack of proficiency and responsibility of the driver, the lack of human relations among the customer service personnel, and the lack of experience of the service personnel, respectively.