

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการ
ค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า
และส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน

นายประเสริฐ ศักดิ์บริบูรณ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรกรรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย และปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
ด้านการค้าต่างประเทศ จากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และส่งออกใน
นิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม
จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 82 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม
การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังนี้

ด้านข้อมูลลักษณะธุรกิจ พบว่าบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม
จังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี มียอดขายต่อปีตามงบประมาณปี 2545 ต่ำกว่า 100 ล้านบาท
ประเทศคู่ค้าของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ
และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของผู้
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน

ราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านกระบวนการ ด้านปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ปรากฏผลดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยได้รับบริการได้มาตรฐาน และสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยอัตราดอกเบี้ยเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน ทันสมัยเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยพนักงานมีความสามารถในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเป็นสถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือ และมั่นคงเป็นลำดับแรก

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยพบข้อผิดพลาดในการให้บริการบ่อยเป็นลำดับแรก

Independent Study Title	Factors Effecting The Decision Making for Using International Trade Service of Import and Export Firms in Industrial Estate in Samut Sakhon Province		
Author	Mr.Prasert Sakboriboon		
Degree	Master of Business Administration		
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor	Chittraporn Pongpaibul	Chairperson
	Assistant Professor	Dararatana Bonnachaliew	Member

ABSTRACT

The purpose of this study was to survey the factors that effect the decision making for using international trade service from commercial bank of Import and Export Firms in Industrial Estate in Samut Sakhon Province.

Populations in this study were import-export Companies in Samut Sakhorn province. Questionnaired were used to collect data. The data was analyzed by descriptive statistics and presented in the form of percentage, frequency and means. The results from this study were as follows:

Type of business : It was found that mainly of business were food businesses, registration as limited company, running bussiness for 11-15 years, annual sales from Revenue Department was less than 100 million Baht, their counter trade was in Asia.

The marketing mix and people process and image factors that effect in choosing international trade service were as follows

Product factors : The customers paid attentions to standard and consistency of service as the first priority.

Price factors : The customers paid attentions to interest rate as the first priority.

Place factors : The customers paid attentions to location of the bank was close and convenience to go to as the first priority.

Promotion factors : The customers paid attentions to completed and updated information as the first priority.

People factors : The customers paid attentions to bank employees should be consulted and gave a good recommendation at the first priority.

Process factors : The customers paid attentions to fast service as the first priority.

Image factors : The customers paid attentions to credit of bank as the first priority.

The problem in using international trade service it was found that the customers paid attention in frequency of errors first.