

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้า
ระหว่างประเทศ ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวดวงสมร ดวงแก้ว

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคั่วแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ส่งออก 90 ราย ตามรายชื่อจากศูนย์ส่งเสริมการค้าส่งออกภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ดำรงตำแหน่งเจ้าของกิจการ มีรูปแบบของกิจการเป็นแบบบริษัทจำกัด มีเงินทุนจดทะเบียนธุรกิจอยู่ระหว่าง 1 – 5 ล้านบาท ผลผลิตจากไม้ ของขวัญและของตกแต่งบ้าน มีรายได้ต่อเดือนของกิจการระหว่าง 100,000 – 500,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนของกิจการมากกว่า 450,000 บาท เปิดดำเนินกิจการจนถึงปัจจุบัน ระหว่าง 5 – 10 ปี และมีการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศโดยทางเรือ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียง

ตามลำดับได้ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรในการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านอื่น ๆ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยแต่ละปัจจัยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับดังนี้ คือ ความรับผิดชอบต่อความผิดพลาด หรือความเสียหายจากการขนส่ง พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการส่งออกได้อย่างถูกต้อง ทำให้การจัดส่งสินค้าไม่ล่าช้า มีบริการรับ-ส่งถึงสถานประกอบการ ให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลา สินค้าไม่เสียหาย มีการแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจน เป็นเอกสาร มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting Exporters Selection of Freight Forwarders in Chiang Mai Province

Author Miss Duangsamorn Duangkaew

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul Chairperson

Assistant Professor Chanin Singrungruang Member

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate factors affecting selection of freight forwarders in Chiang Mai Province. The study was conducted by using a questionnaire survey through the sample of 90 exporters allocated in Chiang Mai according to a list from Northern Export Promotion Center-Chiang Mai and the collected data was analyzed by using descriptive statistical techniques presented into frequency, percentage and average.

The result of this study found that most of respondents were female aged between 31-40 years old, entrepreneurs status, company limited with 1,000,000 – 5,000,000 baht registered capital. Most of their businesses were products from wood, gift and decorative items exporters which earned income between 100,000 – 500,000 baht and expenses more than 450,000 baht per month. They had run their businesses between 5 – 10 years and exported their products by sea freight.

The result showed that the service marketing mix factors effecting selection of freight forwarders in terms of process factor, people factor, product factor, physical evidence factor, price factor, place factor and others factor were at high importance level except promotion factor was at moderate level.

The highest average ranking of sub-factor of each factor above were the responsibility for the mistakes or damages from shipping, the accuracy of the customs clearance by their staff on problem solving and preparing accurate export document to make on time delivery, having transportation services to customers' places, giving accurate, fast and in time services and no damaged goods, informing the shipping cost information document clearly, having agent services for customers, the foreign exchange fluctuation and having a discount upon an amount of shipment, respectively.