

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ กรณีศึกษา ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวพิมพ์วิรัช เจริญรัตนานุกูล
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
คณะกรรมการที่ปรึกษา	อ.ดร.ศุภรัตน์ ภาสน์พิพัฒนกุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 400 ราย โดยใช้การเก็บตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิคการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจประเภทการขนส่ง ใช้บริการเพื่อทำธุรกิจการค้า ประเภทสิ่งของที่ส่ง คือ สินค้าและสิ่งของทั่วไป สินค้าส่วนใหญ่ที่ขนส่ง คือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม รองลงมา คือ พืชผักผลไม้และอาหารสด เหตุผลหลักที่เลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ คือ สะดวก รวดเร็ว โดยพบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประกอบทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix : 7Ps) โดยกล่าวคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลในการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ โดยปัจจัยที่มีผลเรียงตามลำดับ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ คือ ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ปัจจัยด้านบริษัทการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในส่วนของปัญหาที่พบส่วนใหญ่ 3 อันดับแรก คือ ไม่ได้รับข่าวสารหรือข้อมูลที่ควรมี สถานีปลายทางที่ส่งสินค้ามีน้อยเกินไป และพนักงานบริการล่าช้า

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Use of Domestic Air Cargo-shipping Services: A Case of Chiang Mai International Airport	
<b>Author</b>	Miss Pimvaree Charoenrattananukul	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Lect. Dr. Pathairat Pastpipatkul	Advisor
	Lect. Dr. Chukiat Chaiboonsri	Co-advisor

### **ABSTRACT**

This research aimed to study the factors affecting behavior of user and to learn about problems to use of Domestic Air Cargo-Shipping Service: A case of Chiang Mai International Airport. The study sample was collected from 400 samples of customers who were used of Domestic Air Cargo-Shipping Services at Chiang Mai International Airport. The analysis includes an examination of general and information and marketing mix factors. Questionnaires were used to collect data and data was analyzed using descriptive statistics and Logit Model with Maximum Likelihood Estimates and marginal effect technique. Analysis of the data by descriptive statistics revealed that most sample were mainly in the business of transportation. The using objective for business and trades. Most favorite of products that respondents sent were handicraft, vegetables, fruits and fresh food. The main reason for using the air cargo service was convenient and fast. It was also found that the results were consistent with the Service Marketing Mixes theory (7Ps). That was 7Ps has an affecting to use the Domestic Air Cargo-Shipping Service. Due to 7Ps factors those customers rated average at high level for the factors namely price, people, product, place, process, physical evidence, and promotion. The average score of the problem to use Domestic Air Cargo-Shipping Services at Chiang Mai International Airport indicated rather led problem. However, the top three problems were that First, Don't have information about freight routes, destination station with less and the employees have delay service.