

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดการชะลอตัวอย่างรุนแรง อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงอย่างต่อเนื่อง และจากรายงานการประเมินภาวะเศรษฐกิจโลกล่าสุดของเอดีบี (Asian Development Bank: ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า 3 ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว (ข่าวเศรษฐกิจฉบับที่ 2311, 2551: ออนไลน์) ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปยังประเทศดังกล่าวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกต้องมองหากลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ เพื่อชดเชยการส่งออกไปยัง 3 ประเทศมหาอำนาจดังกล่าว

ปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ประกอบการส่งออกขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการส่งออกอยู่ 242 ราย (ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ(เชียงใหม่), 2550) ได้รับผลกระทบดังกล่าว ทำให้ยอดขายหรือปริมาณการสั่งซื้อลดลง และส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในด้านปริมาณงานที่ลดลงตามยอดการผลิตของผู้ประกอบการส่งออก และจังหวัดเชียงใหม่มีบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหมด 44 บริษัท (ชมรมตัวแทนขนส่งสินค้าภาคเหนือ, 2550) ที่ได้รับผลกระทบดังกล่าวจึงทำให้เกิดการแข่งขันสูงในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพในการให้บริการ ความถูกต้อง รวดเร็ว รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต้องหากกลยุทธ์ที่จะรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่นี้จะเป็นผู้ประกอบการที่ส่งสินค้าไปยังประเทศอื่นนอกเหนือจาก 3 ประเทศมหาอำนาจที่มีการชะลอตัวทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ประเทศที่ตั้งอยู่ในทวีปแอฟริกาใต้ ประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง เป็นต้น ซึ่งกลุ่มประเทศดังกล่าวมีอำนาจในการซื้อและยังคงเป็นกลุ่มที่มีความต้องการสินค้าจากประเทศไทยอยู่ (สมชาย ทองพลอย, 2551. สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตาม หากบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการขยายการบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้นั้นจะใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ถึงแม้ว่าปัจจัยราคาจะเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการส่งออกนำมาใช้ในการตัดสินใจ แต่ก็ยังมี

ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้า บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ด้านอื่นมาช่วยสนับสนุน

จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาในการใช้บริการขนส่งสินค้าเพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นการขยายการบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่และรักษาลูกค้าเดิมเพื่อเป็นการได้เปรียบด้านการแข่งขัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อผู้ประกอบการส่งออก รวมถึงปัญหาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการส่งออก รวมถึงการรักษาฐานลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้าใหม่ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปรับปรุงพัฒนาองค์กรของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหรือบริการของลูกค้า รวมไปถึงส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Products / Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ความต้องการการให้บริการของผู้

ประกอบ การส่งออก แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสถานะเงินในปัจจุบัน ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของการขนส่ง กฎหมายและนโยบาย การเมือง และสภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเช่น วัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร กระบวนการในการปฏิบัติงาน และโครงสร้างขององค์กร ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล ได้แก่ อำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง ตำแหน่ง และอำนาจในการตัดสินใจ เงื่อนไขคุณภาพในการให้บริการ และความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้า และผู้ประกอบการส่งออก

บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า หมายถึงบริษัทที่ให้บริการขนส่งสินค้าจากต้นทางที่ได้ระบุไว้จนถึงปลายทางที่ได้ระบุไว้ ซึ่งการบริการขนส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบการส่งออกจะมีบริการทั้งทางรถยนต์ ทางเรือ และทางอากาศ (เครื่องบิน) นอกจากนี้ยังให้บริการด้านการทำเอกสารการส่งออก การทำประกันภัย เป็นต้น นอกจากจะให้บริการดังกล่าวแล้ว ตัวแทนขนส่งยังเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า และเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างกรมศุลกากรและผู้ประกอบการเพื่อในการปฏิบัติงานการส่งออกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนด้านบริการเสริมที่ทางตัวแทนขนส่งมีให้กับผู้ประกอบการคือบริการด้านกานบรรจุหีบห่อ และการให้บริการด้านคลังสินค้า

ผู้ประกอบการส่งออก หมายถึงผู้ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกที่ได้ขึ้นทะเบียนต่อกรมศุลกากร กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออกจังหวัดเชียงใหม่ และพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถาม หมายถึง ผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 151 รายที่มีอำนาจตัดสินใจ