

แนวทางการพัฒนาบริการการขนส่งของบริษัทสายการบินเรือ บรรทุกตู้สินค้าแบบประจำเส้นทาง

ฐานันดร กัณทะษา^[1]

บทคัดย่อ

การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกว่าร้อยละ 90 เป็นการขนส่งทางทะเล แต่กองเรือพาณิชย์ไทย กลับมีส่วนแบ่งการขนส่งสินค้าทางทะเลประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณเข้า – ออกประเทศ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าแบบประจำเส้นทางของผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ขนส่งสินค้า เข้า – ออก ประเทศไทย นำไปเป็นแนวทางพัฒนาบริการการขนส่งของบริษัทสายการบินเรือ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง มีค่าเฉลี่ยความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC 0.87 เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้ใช้การประยุกต์ระหว่างทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) และแนวคิดคุณภาพของการบริการ ปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพของธุรกิจการขนส่งทางทะเล มีปัจจัยทั้งหมด 7 ด้าน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือคือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ดังนั้น สายการบินเรือควรนำมาพิจารณาเพื่อพัฒนาการให้บริการเป็นอันดับแรก และควรพัฒนาด้านพนักงาน ด้านสินค้าและบริการด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ สำหรับแนวทางการพัฒนาด้านคุณภาพนั้นสายเรือจะต้องมุ่งเน้นการป้องกันความเสียหายของสินค้าสอดคล้องกับการมีหน่วยงานที่คอยดูแลโดยเฉพาะ เมื่อเกิดเหตุสินค้าเสียหายต้องมีการแจ้งเหตุผลของความเสียหายให้ทราบโดยเร็ว เพื่อเป็นการบริการที่ตอบสนองความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบันให้ได้มากที่สุด

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ, เรือบรรทุกตู้สินค้า, สายการบินเรือ

^[1] อาจารย์ประจำ สาขาวิชาวิทยาการเดินเรือคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา E-mail: taaon@hotmail.com

Guidelines for Transport Service Development of Shipping Line Companies Containers

Tanan Kuntasa ^[1]

Abstract

Ninety percent of international shipping is by maritime transport, but the Thai merchant shipping has only 10% of import and export by maritime transport. This research aimed to study factors influencing the decision to select shipping line companies of international freight forwarders that have import and export business within Thailand, by applying as a developing guideline for the shipping line. This research was the survey research by using questionnaires that passed a validity test at 0.87 of IOC Test was validity average of the questionnaires, which was the data collection tool. This research was an application between Seven P Concept (7 p's) and service quality theory, adjusting to be compatible with the condition of maritime transportation business to classify seven factors determining decision behavior of service selection. The results found that factors influencing shipping line company selection were about quality factors. Shipping line companies, therefore, have got to make priority consideration for service development, staff development, product and service, process, pricing, service channel and marketing promotion, respectively. For quality development guidelines, shipping line companies needs to highlight cargo damage prevention in collaboration with the specific department. When cargo damage happens, the international freight forwarders must be quickly informed in order to get the most responsive service to go along with the situation.

Keywords: International Freight Forwarder, Container Ship, Shipping Line Company

^[1] Lecturer in Faculty of Logistics, Burapha University. E-mail: taaon@hotmail.com

บทนำ

การค้าระหว่างประเทศเป็นหัวใจหลักของเศรษฐกิจประเทศไทย กว่าร้อยละ 90 ของการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเป็นการขนส่งทางทะเล เนื่องจากมีต้นทุนต่อหน่วยโดยเฉลี่ยต่ำที่สุดและมีความสามารถในการบรรทุกได้ครั้งละมาก ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งในรูปแบบอื่น แต่กองเรือพาณิชย์ไทย กลับมีส่วนแบ่งการขนส่งสินค้าทางทะเลประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณเข้า – ออกประเทศไทยสูญเสียรายได้ให้กับกองเรือพาณิชย์ต่างประเทศที่ต้องจ่ายให้แก่กองเรือพาณิชย์ต่างชาติในรูปของค่าระวางขนส่งเป็นจำนวนปีละไม่ต่ำกว่า 500,000 ล้านบาท (กรมเจ้าท่า, 2556) ปริมาณสินค้าที่ขนส่งเข้าออกประเทศไทยผ่านทางหลักที่บริเวณท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพฯ พบว่า เป็นรูปแบบการขนส่งโดยอาศัยการบรรจุสินค้าใส่ตู้สินค้าและบรรทุกลงเรือบรรทุกตู้สินค้ามากที่สุด ซึ่งการขนส่งในรูปแบบของตู้สินค้านี้ เจ้าของสินค้านักอาศัยผู้รับจัดการขนส่งสินค้าหรือ Freight Forwarder เป็นผู้รับจัดการขนส่งสินค้าให้ทำให้เจ้าของสินค้าไม่ต้องยุ่งยากลำบากในการจัดการกับขั้นตอนต่าง ๆ ที่วุ่นวาย ดังนั้น ปัจจุบันเจ้าของสินค้าจึงนิยมใช้บริการจากผู้รับจัดการขนส่งสินค้าที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย การขนส่งสินค้านำเข้าและส่งออกของไทยเกือบทั้งหมด ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าเลือกใช้ผู้ประกอบการสายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าของต่างชาติ ทำให้ผู้ประกอบการสายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าของไทยมีส่วนแบ่งในการขนส่งสินค้าเข้า-ออกประเทศไทยน้อยมาก ส่งผลให้กองเรือบรรทุกตู้สินค้าของไทยไม่พัฒนาและบางสายการบินเรือประสบกับภาวะขาดทุน จะเห็นได้อย่างชัดเจนที่กองเรือบรรทุกตู้สินค้าของไทยต้องประสบปัญหาไม่สามารถหาสินค้าบรรทุกลงเรือได้ สายการบินเรือต้องจอดเรือทิ้งสมอเพราะไม่มีสินค้าในช่วงที่เศรษฐกิจโลกซบเซา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 จนกระทั่ง ณ ปัจจุบัน สายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าของไทยบางบริษัทยังคงขาดทุน ทั้งที่จริงความต้องการใช้เรือบรรทุกตู้สินค้าเพื่อขนส่งสินค้าของประเทศไทยทั้งนำเข้าและขาออกยังมีมากกว่าปริมาณระวางเรือที่ผู้ประกอบการสายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าไทยมีอยู่

จากปัญหาดังกล่าวจึงเป็นที่มาของงานวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าแบบประจำเส้นทาง ของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้านำเข้าระหว่างประเทศ ที่ขนส่งสินค้าเข้า – ออกประเทศไทย สายการบินเรือบรรทุกตู้สินค้าของไทยจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการบริการการขนส่ง

ให้ตรงกับความต้องการของผู้รับจัดการสินค้าเพื่อเพิ่มโอกาสในการขนส่งสินค้าของสายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารของไทยให้เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารแบบประจำเส้นทางของผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ขนส่งสินค้าเข้า – ออกประเทศไทย นำไปเป็นแนวทางพัฒนาบริการการขนส่งของบริษัทสายการบินเรือ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)

แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ตลาดสินค้าทั่วไปและตลาดบริการจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการก็แตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป คือจะต้องเน้นพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการประกอบด้วย 7p's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่แสดงว่ากิจการพร้อมที่จะทำธุรกิจกิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่เสนอขายอาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะต้องไปตอบสนองความต้องการได้

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาได้นั้นถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อ และไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายการส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

5. พนักงาน (People) พนักงานประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ บุคคลทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพและอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ จุดให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ ห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ (สุนทร มิ่งขวัญ, 2551)

แนวคิดคุณภาพของการบริการ (Service Quality)

แนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการของ Parasuraman และคณะว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าการเปรียบเทียบ “บริการที่ได้รับ” (Perceived Service) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ (Expected Services) อีริกตี นวรัตน์ ณ อยุธยา (2544, หน้า 95)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) มาเป็นทฤษฎีหลักในการวิจัยครั้งนี้และเพิ่มเติมด้วยแนวคิดคุณภาพของการบริการซึ่งเน้นที่คุณภาพของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดคุณภาพของการบริการมาเป็นปัจจัยหลักด้านที่ 7 แทนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพที่ลูกค้าของสายการบินเรือต้องการตั้งแต่ก่อนรับบริการไปจนถึงหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว เพื่อให้การวิจัยชัดเจนและครอบคลุมกับรูปแบบของธุรกิจระหว่างผู้รับจัดการขนส่งสินค้ากับบริษัทสายการบินเรือ

มากยิ่งขึ้น ได้ปัจจัยหลักทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่

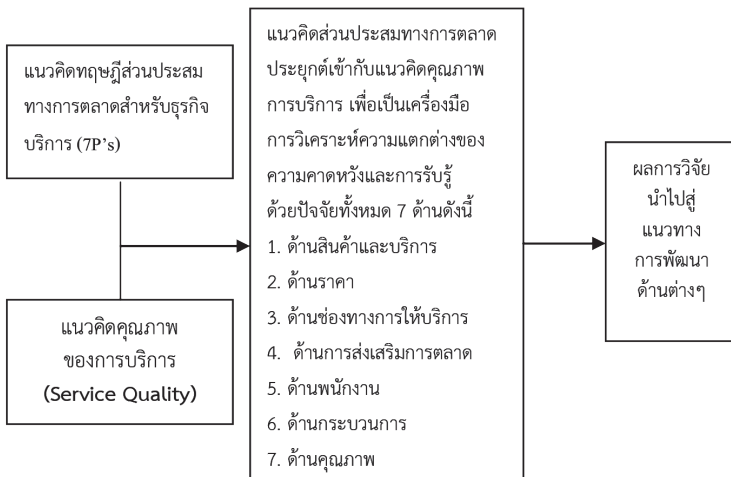
ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการและด้านคุณภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาข้อมูลตามปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารแบบประจำเส้นทาง ของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มีสำนักงานอยู่ในประเทศไทย และเป็นสมาชิกของ สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarder Association; TIFFA)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารแบบประจำเส้นทาง ของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ขนส่งสินค้าเข้า – ออกประเทศไทย โดยศึกษาจากหลักการแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และแนวคิดคุณภาพของการบริการเพื่อมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารแบบประจำเส้นทางในการขนส่งสินค้า ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่มีสำนักงานอยู่ในประเทศไทย และเป็นสมาชิกของ สมาคมผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Thai International Freight Forwarder Association; TIFFA) ที่เคยใช้บริการสายการบินเรือบรรทุกผู้โดยสารแบบประจำเส้นทาง ทั้งสายการบินเรือไทยและสายการบินเรือต่างประเทศ ณ เดือนกันยายน 2556 จำนวนทั้งสิ้น 209 บริษัท เนื่องจากงานวิจัยนี้ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและกลุ่มประชากรมีไม่มาก ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ดังนั้นจึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 137 ตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเจาะจงที่พนักงานของบริษัทผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ที่มีหน้าที่โดยตรงในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือ โดยจะทำการสำรวจทั้งหมด 160 บริษัท โดย 1 บริษัทต่อ 1 แบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 142 ชุด จากการตรวจสอบแบบสอบถามจำนวน 2 ชุดที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 140 ชุด สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) มาเป็นทฤษฎีหลักในการวิจัยครั้งนี้ และเพิ่มเติมด้วยแนวคิดคุณภาพของการบริการ ซึ่งเน้นที่คุณภาพของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดคุณภาพของการบริการมาเป็นปัจจัยหลักด้านที่ 7 แทนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการตั้งแต่ก่อนรับบริการไปจนถึงหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว เพื่อให้การวิจัยชัดเจนและครอบคลุมกับรูปแบบของธุรกิจระหว่างผู้จัดการขนส่งสินค้ากับบริษัทสายการบินเรือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์เพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้จัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือ ของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทาง

การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพ และทำการสร้างข้อคำถามที่เป็นปัจจัยรองลงมาทั้งสิ้น 41 ปัจจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงปัจจัยหลักและปัจจัยรองด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้า ระหว่างประเทศทั้ง 7 ด้าน	
1. ด้านสินค้าและบริการ	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.1 โปรโมชั่น ราคากระแวง
1.2 ความถี่ในการให้บริการ ระยะเวลาการเดินทาง	4.2 โปรโมชั่น ราคาค่าใช้จ่ายพิเศษที่มีการเรียกเก็บ
1.3 เส้นทางการเดินทางที่ให้บริการ	4.3 โปรโมชั่น ราคาค่าตู้คอนเทนเนอร์
1.4 แอ่งค่าระวางแสดงตารางการเดินทางด้วยความรวดเร็ว	5. ด้านพนักงาน
1.5 ความสะดวกในการจองระวางและตู้คอนเทนเนอร์	5.1 มีความรู้สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
1.6 มีตู้คอนเทนเนอร์แบบปกติ เพียงพอให้บริการ	5.2 มีความจริงใจในการให้คำปรึกษา แก้ปัญหาได้
1.7 ตู้คอนเทนเนอร์มีสภาพดี ไม่เสียหาย	5.3 มีความรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดจากตัวพนักงาน
1.8 มี Agent ต่างประเทศมีประสิทธิภาพเพียงพอ	5.4 มีความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสารได้ดี
1.9 จัดทำเอกสารรวดเร็ว ถูกต้อง มีความยืดหยุ่น	6. ด้านกระบวนการ
1.10 เวลาที่ใช้ในการถ่ายสินค้าเปลี่ยนลำเรือ	6.1 ขั้นตอนทำเอกสารไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่น
1.11 มีการบริการที่สะดวก รวดเร็ว	6.2 มีความชัดเจนในการติดต่อและปฏิบัติงานแต่ละแผนก
1.12 แสดงข้อมูลตลอดเวลา ทันท่วงทีที่มีเหตุผิดพลาด	6.3 มีความรวดเร็วและยืดหยุ่นทางด้านบุคลากร
1.13 ระยะเวลาการเดินทางมีความเหมาะสม	6.4 มีกระบวนการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วและชัดเจน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงปัจจัยหลักและปัจจัยรองด้านต่าง ๆ (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้ง 7 ด้าน	
2. ด้านราคา	7. ด้านคุณภาพ
2.1 ค่าระวางและค่าการบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสม	7.1 เรือเข้าและออกตรงตามวันเวลาที่แจ้งไว้
2.2 มีระยะเวลาสินค้าเหมาะสม	7.2 สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง
2.3 สามารถต่อรองราคาได้	7.3 แจ้งให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อตาราง
	การเดินทางเปลี่ยนแปลง
2.4 แจ้งในเวลาที่เหมาะสม กรณีปรับราคาค่าบริการ	7.4 บริการตรวจสอบสถานะตู้สินค้าระหว่างการเดินทาง
2.5 เงื่อนไขพิเศษ เช่น ราคาระยะยาวสำหรับโปรเจก	7.5 แจ้งเหตุผลรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนกรับผิดชอบโดยตรง
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	7.6 หากสินค้าสูญหายเสียหาย มีการชดเชยที่รวดเร็ว
3.1 มีระบบสารสนเทศและการค้นหาข้อมูล	7.7 สามารถให้บริการในช่วงที่มีความต้องการเร่งด่วน
3.2 มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก	7.8 บริการปรึกษาการเคลม หรือค่าเสียหายที่เกิดขึ้น
3.3 ช่องทางการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพชัดเจน	7.9 มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามแนวปัจจัยหลักทั้งหมด 7 ด้าน จากนั้นทำการวัดค่าความเที่ยงตรง นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยวิธีการ IOC (Index of Item Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 ท่าน แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญตามที่ได้ผลจาก IOC โดยมีค่าเฉลี่ยความเที่ยงตรงของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.87 จากนั้น

เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 160 บริษัท ส่งกลับมา 142 แบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ใช้ได้ 140 ชุด นำแบบสอบถามทั้งหมด 140 ชุด นำมาลงรหัส (Coding) ตามที่กำหนดรหัสไว้จากนั้นประมวลผลด้วยโปรแกรม Excel Pivot ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลหลัก ๆ ได้แก่

1. หาความถี่ (Frequency)
2. วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

สรุปผลและอภิปรายผล

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้ง 7 ด้าน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
1. ด้านสินค้าและบริการ	4.18	0.77
2. ด้านราคา	4.04	0.82
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	3.99	0.74
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	0.99
5. ด้านพนักงาน	4.24	0.81
6. ด้านกระบวนการ	4.15	0.75
7. ด้านคุณภาพ	4.26	0.82

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือ ของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ให้ความสำคัญกับด้านคุณภาพของการให้บริการ เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือ และอยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมา คือ ด้านพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.15$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.04$) ด้านช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 3.99$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

ดังนั้น ในการพัฒนาการให้บริการของสายเรือตามปัจจัยหลักทั้ง 7 ด้าน สายการบินเรือจึงควรพิจารณาการให้บริการทางด้านคุณภาพ มาเป็นอันดับแรกและในการปรับปรุงแผนการดำเนินงานในระยะสั้นควรมุ่งเน้นคุณภาพของการให้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งคุณภาพที่ได้นั้นจะสามารถแสดงออกมาจากพนักงานของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ทั้งบนฝั่งและบนเรือบรรทุกตู้สินค้า ซึ่งมีความสำคัญที่จะทำให้การบริการมีคุณภาพตรงตามที่ได้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ใช้บริการสายการบินเรือต้องการ

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ด้านคุณภาพ

ด้านคุณภาพ	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. เรือเข้าและออกตรงตามวันเวลาที่แจ้งไว้	41.40	40.00	18.60	0.00	0.00	4.23	0.74
2. สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง	66.40	25.00	8.60	0.00	0.00	4.58	0.65
3. แจ้งให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อตารางการเดินเรือเปลี่ยน	52.90	33.60	11.40	2.10	0.00	4.37	0.77
4. บริการตรวจสอบสถานะตู้สินค้าระหว่างการขนส่ง	29.30	57.10	9.30	4.30	0.00	4.11	0.74
5. แจ้งเหตุผลรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนกรับผิดชอบโดยตรง	50.70	39.30	8.60	1.40	0.00	4.39	0.71

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ด้านคุณภาพ (ต่อ)

ด้านคุณภาพ	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
6. หากสินค้าสูญหายเสียหาย มีการชดเชยที่รวดเร็ว	47.10	37.90	7.10	2.90	5.00	4.19	1.04
7. สามารถให้บริการในช่วงที่มีความต้องการเร่งด่วน	46.40	41.40	7.90	4.30	0.00	4.30	0.79
8. บริการปรึกษาการเคลม หรือค่าเสียหายที่เกิดขึ้น	35.70	42.90	15.70	2.90	2.90	4.06	0.94
9. มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	32.90	47.10	17.10	2.90	0.00	4.10	0.78

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) และเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละข้อแล้วพบว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าต้องการ คือ สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่งมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จากปัจจัยทั้งหมด ($\bar{X} = 4.58$) และยังมีปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดอีกหลายปัจจัย ได้แก่ แจ้งเหตุผลให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนรับมือข้อบกพร่องโดยตรง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการเดินทาง สายการบินเรือมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการให้บริการในช่วงที่มีความต้องการเร่งด่วน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านอื่นๆนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเฉพาะด้านคุณภาพ พบว่า ปัญหาที่ผู้ประกอบการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศพบและเกิดปัญหา คือ สินค้าเสียหายและในทุกครั้งที่สินค้าเกิดความเสียหายจะกระทบถึงผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จนสุดท้ายวนกลับมากระทบกับสายเรือที่ไม่อาจขนส่งสินค้าให้เกิดความปลอดภัยตามที

ผู้ใช้บริการต้องการ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก การขนส่งทางทะเลมีความเสี่ยงอันเกิดจากสภาพทางธรรมชาติ อันได้แก่ คลื่น ลม พายุที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา หรือความเสียหายนั้น อาจเกิดจากความผิดพลาดของคนประจำเรือหรือขั้นตอนการยกขนสินค้า ซึ่งบริษัทสายการบินเรือ จึงควรจัดให้มีระบบในการแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบถึงเหตุที่เกิดขึ้น และขั้นตอนที่ผู้เกี่ยวข้องควรกระทำหลังจากเกิดเหตุ พร้อมทั้งมีบุคคลคอยดูแลอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองด้านต่าง ๆ แยกตามแต่ละปัจจัยหลัก

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ด้านสินค้าและบริการ						4.18	0.77
1.1 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	37.14	40.71	19.29	2.86	0	4.12	0.82
1.2 ความถี่ในการให้บริการระยะเวลาการเดินทาง	30.52	52.42	15.62	1.44	0	3.98	0.75
1.3 เส้นทางการเดินทางที่ให้บริการ	32.49	49.82	15.16	2.53	0	3.96	0.81
1.4 แจ้งการวางแผนแสดงตารางการเดินทางด้วยความรวดเร็ว	56.19	36.48	7.33	0	0	4.39	0.67
1.5 ความสะดวกในการจองระวางและตู้คอนเทนเนอร์	48.41	42.07	9.52	0	0	4.28	0.69
1.6 มีตู้คอนเทนเนอร์แบบปกติเพียงพอ ให้บริการ	37.87	50.26	11.88	0	0	4.15	0.68
1.7 ตู้คอนเทนเนอร์มีสภาพดี ไม่เสียหาย	51.67	37.33	11.00	0	0	4.29	0.72

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองด้านต่าง ๆ แยกตามแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.8 มีผู้แทนต่างประเทศ มีประสิทธิภาพเพียงพอ	41.81	40.42	17.77	0	0	4.10	0.76
1.9 จัดทำเอกสารรวดเร็ว ถูกต้องมีความยืดหยุ่น	52.19	36.36	10.10	1.35	0	4.24	0.80
1.10 เวลาที่ใช้ในการถ่ายสินค้า เปลี่ยนลำเรือ	31.14	46.89	19.78	2.20	0	3.90	0.82
1.11 มีการบริการที่สะดวก รวดเร็ว	54.37	37.56	7.41	0.66	0	4.34	0.73
1.12 แสดงข้อมูลตลอดเวลา ทันทีที่มีเหตุผิดปกติ	59.11	29.56	11.33	0	0	4.35	0.75
1.13 ระยะเวลาการเดินทาง มีความเหมาะสม	43.48	41.3	12.32	2.90	0	4.19	0.78
2. ด้านราคา						4.04	0.82
2.1 ค่าระวางและค่าการบริการ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม	47.10	35.70	15.70	1.40	0.00	4.29	0.78
2.2 มีระยะเวลาสินค้า เหมาะสม	13.60	56.40	24.30	2.90	2.90	3.75	0.83
2.3 สามารถต่อรองราคาได้	37.90	43.60	16.40	1.40	0.70	4.16	0.80
2.4 แง้งในเวลาที่เหมาะสม กรณีปรับราคาค่าบริการ	27.10	51.40	20.70	0.70	0.00	4.05	0.71
2.5 เงื่อนไขพิเศษ เช่น ราคา ระยะยาว สำหรับโปรเจค	27.90	45.00	22.90	2.90	1.40	3.95	0.87

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองด้านต่าง ๆ แยกตามแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
3. ด้านช่องทางการให้บริการ						3.99	0.74
3.1 มีระบบสารสนเทศและการค้นหาข้อมูล	17.10	57.90	23.60	1.40	0.00	3.91	0.68
3.2 มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก	21.40	47.90	28.60	2.10	0.00	3.89	0.76
3.3 ช่องทางการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพชัดเจน	35.70	48.60	12.90	2.90	0.00	4.17	0.76
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						3.52	0.99
4.1 โปรโมชัน ราคาต่อรอง	18.60	34.30	37.90	6.40	2.90	3.59	0.96
4.2 โปรโมชัน ราคาใช้จ่ายพิเศษที่มีการเรียกเก็บ	17.90	27.10	38.60	12.90	3.60	3.42	1.04
4.3 โปรโมชัน ราคาตั๋วคอนเทนเนอร์	16.40	36.40	37.10	5.70	4.30	3.55	0.98
5. ด้านพนักงาน						4.24	0.81
5.1 มีความรู้สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	50.70	39.30	8.60	1.40	0.00	4.39	0.71
5.2 มีความจริงใจในการให้คำปรึกษา แก้ปัญหาได้	50.70	37.90	7.90	3.60	0.00	4.36	0.78
5.3 มีความรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดจากตัวพนักงาน	53.60	32.90	7.10	6.40	0.00	4.34	0.87
5.4 มีความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสารได้ดี	20.70	50.00	26.40	2.90	0.00	3.89	0.76

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองด้านต่าง ๆ แยกตามแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
6. ด้านกระบวนการ						4.15	0.75
6.1 ขั้นตอนทำเอกสารไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่น	31.40	55.70	11.40	1.40	0.00	4.17	0.68
6.2 มีความชัดเจนในการติดต่อและปฏิบัติงานแต่ละแผนก	28.60	52.90	15.00	3.60	0.00	4.06	0.76
6.3 มีความรวดเร็วและยืดหยุ่นทางด้านบุคลากร	22.90	56.40	17.10	3.60	0.00	3.99	0.74
6.4 มีกระบวนการแก้ไขปัญหาคิดไว้วรรวและชัดเจน	49.30	42.90	2.90	5.00	0.00	4.36	0.77
7. ด้านคุณภาพ						4.26	0.82
7.1 เรือเข้า และออกตรงตามวัน เวลาที่แจ้งไว้	41.40	40.00	18.60	0.00	0.00	4.23	0.74
7.2 สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง	66.40	25.00	8.60	0.00	0.00	4.58	0.65
7.3 แจ้งให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อรายการเดินเรือเปลี่ยน	52.90	33.60	11.40	2.10	0.00	4.37	0.77
7.4 บริการตรวจสอบสถานะตู้สินค้าระหว่างกาขนส่ง	29.30	57.10	9.30	4.30	0.00	4.11	0.74
7.5 แจ้งเหตุผลรวดเร็ว เมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนกรับผิดชอบโดยตรง	50.70	39.30	8.60	1.40	0.00	4.39	0.71
7.6 หากสินค้าสูญหายเสียหายมีการชดใช้ที่รวดเร็ว	47.10	37.90	7.10	2.90	5.00	4.19	1.04

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองด้านต่าง ๆ แยกตามแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
7.7 สามารถให้บริการในช่วงที่มีความต้องการเร่งด่วน	46.40	41.40	7.90	4.30	0.00	4.30	0.79
7.8 บริการปรึกษาการเคลมหรือค่าเสียหายที่เกิดขึ้น	35.70	42.90	15.70	2.90	2.90	4.06	0.94
7.9 มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	32.90	47.10	17.10	2.90	0.00	4.10	0.78

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองที่มีความสำคัญที่สุดในแต่ละปัจจัยหลักเรียงตามลำดับ

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. แจ้งค่าระวางแสดงตารางการเดินทางเรือด้วยความรวดเร็ว	56.19	36.48	7.33	0.00	0.00	4.39	0.67
2. ค่าระวางและค่าการบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสม	47.10	35.70	15.70	1.40	0.00	4.29	0.78
3. ช่องทางการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพชัดเจน	35.70	48.60	12.90	2.90	0.00	4.17	0.76
4. โปรโมชัน ราคาค่าระวาง	18.60	34.30	37.90	6.40	2.90	3.59	0.96
5. มีความรู้สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	50.70	39.30	8.60	1.40	0.00	4.39	0.71

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยรองที่มีความสำคัญที่สุดในแต่ละปัจจัยหลักเรียงตามลำดับ (ต่อ)

เรียงตามปัจจัยหลัก 7 ด้าน	ร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่า S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
6. มีกระบวนการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว และชัดเจน	49.30	42.90	2.90	5.00	0.00	4.36	0.77
7. สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง	66.40	25.00	8.60	0.00	0.00	4.58	0.65

จากตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5 จะพบว่า ปัจจัยรองต่าง ๆ ที่แสดงในตารางเป็นปัจจัยที่ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกจากปัจจัยหลักทั้ง 7 ด้าน โดยด้านสินค้าและบริการโดยลูกค้าจะให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างแจ้งค่าระวางแสดงตารางการเดินเรือด้วยความรวดเร็ว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 ด้านราคาผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับค่าระวางและค่าการบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสมด้วยค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านช่องทางการให้บริการผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับช่องทางการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับโปรโมชั่น ราคาค่าระวาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.59 ด้านพนักงานผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับมีความรู้สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้องด้วยค่าเฉลี่ย 4.39 ด้านกระบวนการผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับมีกระบวนการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว และชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านคุณภาพผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับสินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่งด้วยค่าเฉลี่ย 4.58

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านพนักงาน ด้านสินค้าและบริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในภาพรวมพบว่าปัจจัยรองที่มีความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้สายการบินเรือมากที่สุด คือ สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง รองลงมา คือ แจ้งเหตุผลให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนการรับผิดชอบโดยตรง มีบริการการแจ้งราคาค่าระวางเรือและตารางการเดินทางเรือด้วยความรวดเร็ว และพนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยรองที่มีความสำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือในลำดับสุดท้าย คือ การจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายพิเศษที่มีการเรียกเก็บ

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาปัจจัยหลักทั้ง 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าให้ความสำคัญ ดังนั้น สายการบินเรือจึงควรมีมาตรการในการป้องกันสินค้าจะต้องไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง และยกระดับกระบวนการหลังจากการขนส่งในกรณีที่หากเกิดความเสียหายกับสินค้าขึ้น จะต้องมีการติดต่อประสานงานที่รวดเร็วมีการแจ้งเหตุผลที่ชัดเจน มีแผนกที่คอยให้บริการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น รองลงมาบริษัทเรือควรให้ความสำคัญในความรู้ความสามารถของพนักงาน อันเนื่องมาจากพนักงานเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้ระบบของการขนส่งดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยพนักงานเข้ามาเกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการการขนส่งไปจนถึงบริการต่าง ๆ หลังจากการขนส่งเสร็จสิ้นลง ดังนั้น สายเรือจึงควรมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล แนะนำ และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว มีความเต็มใจในการให้บริการ และปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในอดีต สุนทร มิ่งขวัญ. (2551: 13) และ พงนิย ศรีคุ้ม. (2549: 7) กลับมีความสำคัญลดลงซึ่งเป็นผลมาจากการที่สายเรือในปัจจุบันมีราคาค่าระวางที่ใกล้เคียงกันมากและมีราคาค่า

ระหว่างที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น รูปแบบของการแข่งขันจึงเปลี่ยนไปจากสมัยก่อนที่แข่งขันกันด้านราคา เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า แต่ปัจจุบันเมื่อการแข่งขันมีมาตรฐานและราคาใกล้เคียงกันสายการบินเรือจึงควรตระหนักถึงการแข่งขันกันด้านคุณภาพและการให้บริการมากกว่า จึงจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

เมื่อพิจารณาในปัจจัยรองทั้งหมดจากปัจจัยหลักทั้ง 7 ด้าน พบว่า มีความสำคัญสอดคล้องกันทั้งปัจจัยหลักและปัจจัยรอง คือ สินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง เป็นหนึ่งในข้อคำถามที่อยู่ในปัจจัยหลักด้านคุณภาพ การขนส่งสินค้าที่ไม่มีความเสียหายระหว่างการขนส่ง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการของเจ้าของสินค้าที่จะกลับมาเลือกใช้บริการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้ารายเดิมในครั้งต่อไป และเมื่อสินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง ทำให้เจ้าของสินค้าไม่มีสินค้าสำหรับการซื้อขาย การให้บริการ ขาดวัตถุดิบที่จะเข้าสู่สายการผลิต หรือผิณฑักกับคู่ค้า ทำให้เกิดผลเสียต่อระบบธุรกิจ จากนั้นจะส่งผลกระทบต่อผู้รับจัดการขนส่งสินค้า โดยเจ้าของสินค้าจะขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการผู้รับจัดการขนส่งสินค้า และจะกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือตามมา ดังนั้น ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าจึงมีการคัดเลือกสายเรือที่ดีที่สุดสำหรับการให้บริการ และถึงแม้ว่าผู้รับจัดการขนส่งสินค้าจะสามารถเรียกชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของสายการบินเรือได้ก็ตาม แต่การเกิดความเสียหายในแต่ละครั้งสร้างความยุ่งยาก เพิ่มต้นทุนการขนส่ง เสียโอกาสทางการขายและเสียเวลาวัตถุดิบสำหรับสายการผลิต อีกทั้งกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ปัจจัยรองเรื่อง แจ้งเหตุผลให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนรับมือโดยตรง เป็นปัจจัยรองที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่สอง มีความสัมพันธ์โดยตรงกับ ปัจจัยรองเรื่องสินค้าไม่เสียหายระหว่างการขนส่ง เนื่องมาจากเมื่อเกิดเหตุสินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง จะเกิดผลกระทบหลายประการทั้งต่อเจ้าของสินค้า ผู้รับจัดการขนส่งสินค้า และสายการบินเรือ การรับมือโดยตรงโดยการแจ้งเหตุผลให้ทราบอย่างรวดเร็วเมื่อสินค้าเสียหายและมีแผนรับมือโดยตรง ทำให้ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวที่แท้จริงของตัวสินค้า เพื่อประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาที่ทันเวลา สินค้าที่เสียหายอาจเป็นสินค้าเสียหายบางส่วนแต่ถ้าทิ้งระยะเวลาให้นานออกไปโดยไม่ได้รับการแก้ไขการดูแลรักษาอย่างถูกวิธี สินค้าที่เสียหายบางส่วนอาจกลายเป็นสินค้าเสียหายสิ้นเชิงไม่สามารถแก้ไขได้อีก

ปัจจัยรองเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีบริการการแจ้งราคาค่าระวางเรือรวมถึงตารางการเดินเรือด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ สองเช่นเดียวกัน อันเนื่องมาจากพนักงานเป็นกลไกหลักของการให้บริการ เป็นตัวสะท้อนให้ผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึง คุณภาพการให้บริการ ระบบมาตรฐานการทำงานของ บริษัทสายการบินเรือ นำมาซึ่งความเชื่อมั่นในการใช้บริการ สายการบินควรมีพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ มีองค์ความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน แม่นยำ และตอบสนองความต้องการของผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้จะเป็นการป้องกันความผิดพลาดในเบื้องต้น และสร้างความพึงพอใจต่อการใช้บริการของผู้จัดการขนส่งสินค้า

ปัจจัยรองที่ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายคือ การจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับราคาค่าเรียกเก็บพิเศษ (Surcharge) เนื่องจากค่าเรียกเก็บพิเศษมีการกำหนดเป็นมาตรฐาน และสายการบินเรือใช้เป็นมาตรฐานร่วมกัน บางสายการบินเรือมีการจัดโปรโมชั่นในลักษณะนำไปรวมกับค่าระวาง แต่เมื่อพิจารณาความแตกต่างของสายเรือที่รวมค่าเรียกเก็บพิเศษและค่าระวางไว้ด้วยกัน กับบริษัทสายการบินเรือที่แยกเก็บค่าเรียกเก็บพิเศษและค่าระวางออกจากกัน พบว่า มีความแตกต่างของราคาไม่มาก ซึ่งความแตกต่างของโปรโมชั่นที่เกิดขึ้นนั้นไม่มากพอที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือ หากคุณภาพของการบริการหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่ส่งเสริมกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ภาพรวมแนวทางการพัฒนา จากการวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อสายการบินเรือที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินเรือของผู้ประกอบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการให้บริการการขนส่งให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน ซึ่งพบว่าปัจจุบันปัจจัยที่มีความสำคัญ คือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ดังนั้น สายการบินเรือควรเน้นไปทางการพัฒนาการให้บริการด้านคุณภาพของการให้บริการ โดยมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและเป็นนักบริการที่ดี เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนการให้บริการให้สามารถแข่งขันและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารสายการบินเรือ

แนวทางการพัฒนาแยกตามปัจจัยหลัก

1. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านสินค้าและบริการ สายการบินเรือควรเน้นไปที่ความรวดเร็วของการให้บริการในด้านต่าง ๆ ผู้สินค้าควรมีตอบสนองให้ทันต่อสภาพการณ์และความต้องการซึ่งผู้สินค้าต้องมีสภาพดีไม่เสียหาย
2. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านราคา สายการบินเรือควรจัดเก็บค่าระวางผู้สินค้าให้เป็นไปตามราคามาตรฐาน
3. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านช่องทางการให้บริการ สายการบินเรือควรจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก และช่องทางต้องประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน
4. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านส่งเสริมการตลาด สายการบินเรืออาจพิจารณาดำเนินการด้านนี้เป็นด้านสุดท้าย หรือถ้าจะทำการส่งเสริมการตลาดสายการบินเรือควรรักษาค่าเรียกเก็บพิเศษให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างเคร่งครัด
5. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านพนักงาน สายการบินเรือควรให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงาน และการรับเข้าพนักงาน ที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญ มีองค์ความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน แม่นยำ และตอบสนองความต้องการของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
6. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านกระบวนการ สายการบินเรือควรเน้นการให้บริการที่รวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสินค้าเกิดการเสียหายเพื่อให้เกิดความรู้สึกอุ่นใจจากกระบวนการในการแก้ปัญหาและการเอาใจใส่ที่ดี
7. การพัฒนาด้านการให้บริการทางด้านคุณภาพ สายการบินเรือควรเน้นการให้ความสำคัญในระหว่างการเดินทางสินค้าที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งไม่ให้เกิดความเสียหาย และต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการเมื่อเกิดสินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัย พบว่า ผลของงานวิจัยแตกต่างอดีตที่ผ่านมาที่เรื่องของราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด แต่ปัจจุบันจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้เปลี่ยนแปลงไป เป็นความต้องการทางด้านคุณภาพของการให้บริการ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการธุรกิจทันต่อสภาพการณ์ปัจจุบันจึงควรทำการวิจัยทุกปี

2. ในอนาคตควรทำการเปรียบเทียบความสามารถในการให้บริการของสายเรือบรรทุกตู้สินค้าแบบประจำเส้นทาง ระหว่างสายการบินเรือที่ชักธงไทย กับสายการบินเรือต่างชาติ เพื่อให้เห็นถึงจุดเด่นจุดด้อยในแต่ละปัจจัย จะได้พัฒนาการให้บริการในจุดที่สายการบินเรือไทยยังไม่สามารถให้บริการได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจ้าท่า. (2550). **ความรู้เรื่องท่าเรือและเรือ**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กรกฎาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.md.go.th/marine_knowledge/e-harbour.php.
- TIFFA. **Thai International Freight Forwarders Association Member**. วันที่ค้นข้อมูล 5 กรกฎาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <http://www.tiffathai.org/member/index.php>
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- สุนทร มิ่งขวัญ. (2551). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกสินค้าของผู้ประกอบการการนำเข้า - ส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง**. งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์, คณะโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พจนีย์ ศรีคุ้ม. (2549). **การใช้วิธีการระบุความพอใจภายใต้สถานการณ์สมมติในการปรับปรุงประสิทธิภาพของสายการบินเรือ**. งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์, คณะโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุรพงษ์ คงสัตย์, ธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2552). **การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม**. วันที่ค้นข้อมูล 17 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?article_id=656&articlegroup_id=146