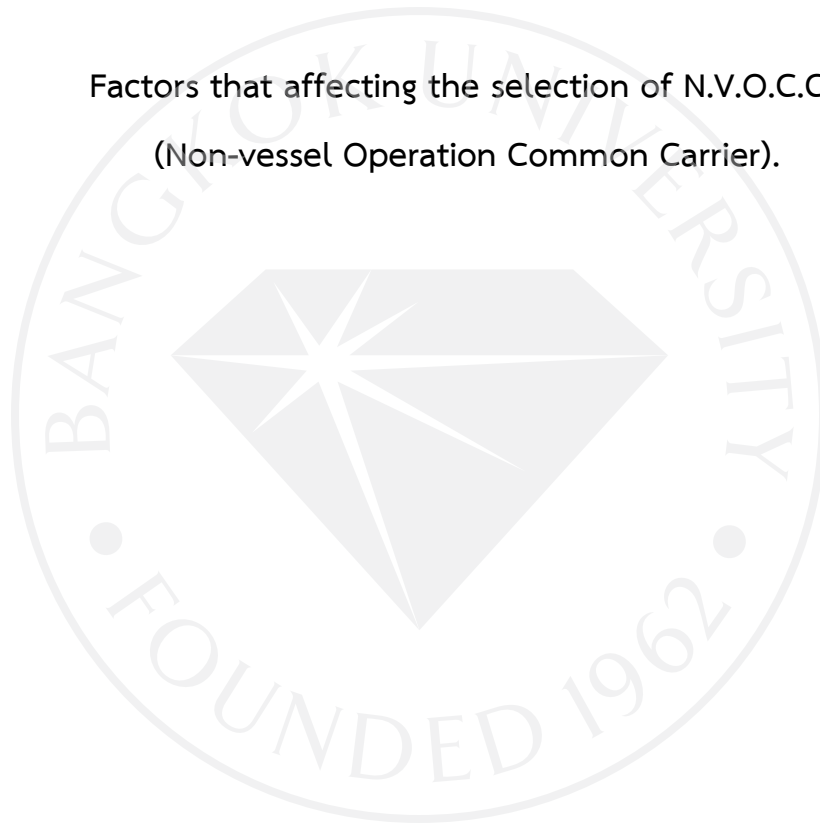


ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย

Factors that affecting the selection of N.V.O.C.C.
(Non-vessel Operation Common Carrier).



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ ขนส่งทางเรือรายย่อย

Factors That Affecting the Selection of N.V.O.C.C.

(Non-vessel Operation Common Carrier).



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่ทำให้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย

ผู้วิจัย เสฎฐพงษ์ เลิศรุ่งพาณิชย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.วรวัฒน์ จรดล

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

เสกฐพงษ์ เลิศรุ่งพาณิชย์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย (34 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.วรวัฒน์ จรดล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความต้องการศึกษาเพื่อให้ได้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย ของตัวแทนบริษัทที่เป็นผู้ใช้บริการ การขนส่งทางเรือรายย่อย จำนวน 3 คน ซึ่งใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งทางการ โดยมีคำถามสัมภาษณ์ทั้งหมด 8 ข้อ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือวิธีการสามเส้า (Triangulation โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าในด้านของข้อมูล (DataTriangulation เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของหัวข้อที่ทำการศึกษา โดยใช้มุมมองที่แตกต่างกันของผู้ที่ให้สัมภาษณ์มาเป็นข้อเปรียบเทียบ วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บจากภาคสนามมากกว่า 2 คนขึ้นไป ว่ามีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือต่างกัน เพื่อความแม่นยำและความถูกต้อง โดยผลจากการศึกษาดังกล่าวจะได้นำข้อมูลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต

ผลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 คน มาจากบริษัทที่ทำธุรกิจแตกต่างกัน และมีระยะเวลาการใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยแตกต่างกัน ปัจจัยด้านการดูแลหลังการขาย และ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมากที่สุด โดยหากสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานได้ ก็จะมีโอกาสที่จะได้รับการความไว้วางใจจากผู้ใช้งานมากขึ้น

คำสำคัญ: การบริการหลังการขาย, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Leardrungpanitch, Master of Business Administration, March 2021, Graduate School, Bangkok University.

Factors That Affecting The Selection of N.V.O.C.C. (Non-vessel Operation Common Carrier). (34pp).

Advisor: Worawat Joradon, Ph.D.

Abstract

This research has the objectives study to Factors that affecting the selection of small-scale sea freight forwarder of the company representative who is user of small-scale sea freight forwarder, which is uses a method of selecting samples with criteria using in-depth interview methods in semi-formal type. There are a total 8 interview questions as a tool for collecting data. The tool used for data analysis is the triangulation method. By using a triangulation examination in the field of data (Data Triangulation) to compare the data that have been obtained from the interviews of the interviewee by using different angles of the interviewees as a comparison, to analyze data acquired in the field for more than two persons to see if their opinions agree or disagree to achieve precision and accuracy. The results of the study will be used to develop a strategy to meet the needs of consumers in the future.

The results of the interview revealed that all three interviewees came from different companies and the duration of using of small-scale freight forwarder services is different. After-sales service factor and service satisfaction factor are the most effect on the decision to choose small-scale sea freight forwarder if they can increase the satisfaction of the users, they will have more chance to gain more trust from users.

Keywords: After Sales Service, Service User Satisfaction

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.วรวัฒน์ จรดล ที่ได้ให้คำแนะนำแนวทาง ให้คำปรึกษา ดูแลเอาใจใส่และเสียสละเวลาในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกราบขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความรู้ จนผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการทำงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม และให้ความช่วยเหลืออีกหลายๆท่าน ซึ่งผู้เขียนไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

สุดท้ายนี้หากการค้นคว้าในครั้งนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

เสฏฐพงษ์ เลิศรุ่งพาณิชย์



สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ค |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ง |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญภาพ | ซ |
| บทที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 แนวโน้มธุรกิจการขนส่งทางทะเลในอนาคตของประเทศไทย | 5 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 5 |
| 1.4 ขอบเขตการศึกษา | 5 |
| 1.5 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา | 6 |
| 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ | 6 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้บริการขนส่ง | 8 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ | 9 |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ราคา | 10 |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือ | 11 |
| 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การตัดสินใจ | 13 |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| 2.7 คำถามวิจัย | 16 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | |
| 3.1 ประเภทของงานวิจัย | 17 |
| 3.2 แหล่งข้อมูล | 17 |
| 3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 17 |
| 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย | 18 |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล | 19 |
| 3.6 คำถามปลายเปิดจำนวน 8 ข้อ | 19 |
| 3.7 การตรวจสอบข้อมูล | 20 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | |
| 4.1 ผลการวิจัยปัจจัยในด้านใดบ้างที่ทำให้เลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 21 |
| 4.2 คุณคิดว่าคุณภาพของธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ | 22 |
| 4.3 ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 22 |
| 4.4 ความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งทางเรือรายย่อย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 23 |
| 4.5 การดูแลหลังการขายของบริษัท มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 24 |
| 4.6 ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือรายย่อย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 25 |
| 4.7 ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | 25 |
| บทที่ 5 กรอบแนวความคิด สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 กรอบแนวความคิด | 27 |
| 5.2 สรุปผลการวิจัย | 29 |
| 5.3 อภิปรายผล | 31 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ | 33 |
| บรรณานุกรม | 34 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 1.1: การขนส่งสินค้าในภาพรวมของประเทศไทย | 2 |
| ภาพที่ 1.2: จำนวนท่าเทียบเรือประเภทต่างๆ จำแนกตามเขตและจังหวัด | 3 |
| ภาพที่ 1.3: ปริมาณขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (พินตัน) | 4 |
| ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย | 12 |
| ภาพที่ 2.2: ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ | 15 |
| ภาพที่ 5.1: รูปภาพแสดงกรอบแนวความคิดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย | 28 |

บทที่ 1

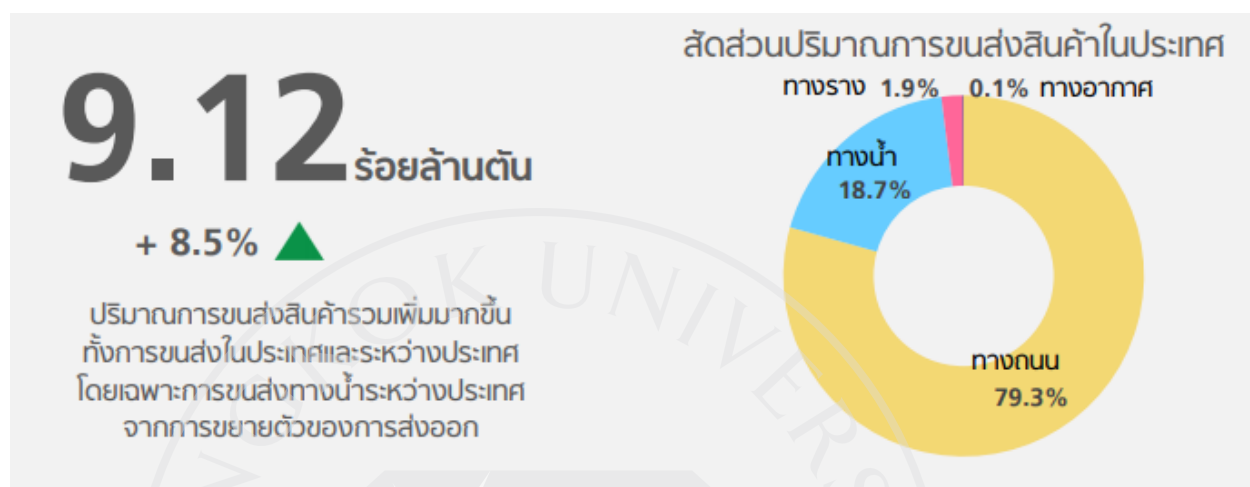
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขนส่งทางทะเลของประเทศไทยนั้นถือได้ว่าการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี 2540 ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการขนส่งของ ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) หรือ แถบภูมิภาคเอเชียเลยก็ว่าได้ โดยผู้นำของแต่ละประเทศนั้นต่างก็มีวิสัยทัศน์ ในการเพิ่มอัตราการเติบโตทาง เศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม รวมไปถึงการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้กับประเทศไทย ก้าวเข้าสู่การเปิดเสรีการค้าการให้บริการในด้านโลจิสติกส์ โดยประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการผลิต สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมส่งออกไปทั้งในประเทศอาเซียน และแถบภูมิภาคเอเชีย

ปัจจุบันการขนส่งทางน้ำเป็นประตูสำคัญเชื่อมต่อระหว่างการค้าของไทยกับต่างประเทศ และจะ ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ภายใต้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจที่มุ่งหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ในอุตสาหกรรมการผลิตหลากหลายประเภท ที่เห็นเป็นรูปธรรมแล้วคืออุตสาหกรรมยานยนต์ที่ไทยกำลัง จะก้าวไปสู่การเป็นดีทรอยท์ ออฟ เอเชีย (Detroit of Asia) หรือเช่นการที่รัฐบาลมีเป้าหมายที่จะให้ไทย เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลังงานในภูมิภาค ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมเหล่านี้ต้องพึ่งพาการ ขนส่งทางน้ำอย่างมาก โดยเฉพาะการขนส่งทางน้ำระหว่างประเทศ

ภาพที่ 1.1 การขนส่งสินค้าในภาพรวมของประเทศไทย



ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564. สืบค้นจาก

<https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>

ในแง่ของการเป็นศูนย์กลางในการรองรับสินค้าที่เข้า-ออกระหว่างประเทศ โดยจากข้อมูลสถิติของกรมเจ้าท่า และกรมประมงพบว่า มีการจัดสร้างท่าเทียบเรือเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดที่ติดชายฝั่งทะเลตามการใช้ประโยชน์ โดยแบ่งเป็นท่าเรือสินค้า ท่าเรือท่องเที่ยว และท่าเรือประมง รวมทั้งหมด 1,264 ท่า เพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2540-2550 ประมาณ 821 ท่า สถิติท่าเรือและการขนส่ง ปี 2540-2550

ภาพที่ 1.2: จำนวนทำเทียบเรือประเภทต่างๆ จำแนกตามเขตและจังหวัด

| พื้นที่ตั้ง | จำนวนทำเรือ | | |
|-------------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | ทำเรือสินค้า* | ทำเรือท่องเที่ยว* | ทำเรือประมง** |
| เขต 1 อาวไทยตะวันออก | 43 | 21 | 218 |
| 1. ฉะเชิงเทรา | 9 | 0 | 4 |
| 2. จันทบุรี | 8 | 1 | 40 |
| 3. ตราด | 10 | 5 | 37 |
| 4. ระยอง | 9 | 7 | 114 |
| 5. ชลบุรี | 7 | 8 | 23 |
| เขต 2 อาวไทยตอนบน | 45 | 12 | 353 |
| 6. กรุงเทพฯ | 11 | 0 | 3 |
| 7. สมุทรปราการ | 19 | 4 | 25 |
| 8. สมุทรสาคร | 11 | 4 | 173 |
| 9. สมุทรสงคราม | 2 | 1 | 14 |
| 10. เพชรบุรี | 2 | 3 | 138 |
| เขต 3 อาวไทยตอนกลาง | 15 | 12 | 164 |
| 11. ประจวบคีรีขันธ์ | 1 | 1 | 32 |
| 12. ชุมพร | 2 | 5 | 91 |
| 13. สุราษฎร์ธานี | 12 | 6 | 41 |
| เขต 4 อาวไทยตอนล่าง | 8 | 5 | 141 |
| 14. นครศรีธรรมราช | 4 | 2 | 99 |
| 15. สงขลา | 4 | 3 | 12 |
| 16. ปัตตานี | 0 | 0 | 26 |
| 17. นราธิวาส | 0 | 0 | 4 |
| เขต 5 อื่นดามันตอนบน | 30 | 17 | 109 |
| 18. รนอง | 0 | 3 | 70 |
| 19. พังงา | 27 | 8 | 27 |
| 20.ภูเก็ต | 3 | 6 | 12 |
| เขต 6 อื่นดามันตอนล่าง | 3 | 10 | 58 |
| 21. กระบี่ | 2 | 3 | 10 |
| 22. ตรัง | 1 | 3 | 25 |
| 23. สตูล | 0 | 4 | 23 |
| รวม | 144 | 77 | 1,043 |

*ที่มา: กรมเจ้าท่า. (2557 และ กรมประมง. (2560. สืบค้นจาก <https://www.md.go.th/md/>

ประเทศไทยมีปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 24.8 โดยเราจะเห็นได้ว่าการขนส่งทางน้ำซึ่งเป็นการขนส่งหลักของประเทศไทยนั้นมีอัตราที่ค่อนข้างเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการเติบโตของธุรกิจในการให้บริการด้านการขนส่งอย่างมาก โดยสภาผู้ส่งออกสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สรท. ได้คาดการณ์ว่าหากเศรษฐกิจโลกยังเติบโตได้ดีอยู่ในระดับนี้อย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 1.3 ปริมาณขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (พันตัน)

| รูปแบบการขนส่ง | 2558 | 2559 | 2560 | 2561 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ทางถนน | 32,297 | 32,293 | 33,447 | 33,185 |
| ขยายตัว (ร้อยละ) | 17.3 | -0.0 | 3.6 | -0.8 |
| ทางราง | 126 | 222 | 324 | 360 |
| ขยายตัว (ร้อยละ) | 57.5 | 76.2 | 45.9 | 11.1 |
| ทางน้ำ | 202,104 | 209,266 | 268,017 | 312,746 |
| ขยายตัว (ร้อยละ) | -1.1 | 3.5 | 28.1 | 16.7 |
| ทางอากาศ | 688 | 736 | 727 | 699 |
| ขยายตัว (ร้อยละ) | -1.1 | 7.0 | -1.2 | -3.9 |
| รวมทั้งหมด | 235,215 | 242,477 | 302,515 | 346,990 |
| ขยายตัว (ร้อยละ) | 1.1 | 3.1 | 24.8 | 14.7 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. สืบค้นจาก

<https://datagov.mot.go.th/organization/mot-ict>

1.2 แนวโน้มธุรกิจการขนส่งทางทะเลในอนาคตของประเทศไทย

เนื่องด้วยปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่ศตวรรษที่ 21 กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าทั้งในส่วนของเทคโนโลยีต่างๆอย่างมากมาย และในด้านของการขนส่งก็มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นกัน โดยประเทศไทยได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านการขนส่ง เราจะเห็นได้ว่า มีความต้องการในการใช้ท่าเรือเพื่อการขนส่งต่างๆมากขึ้น ทำให้เกิดความแออัดที่มาจากจำนวนตู้ขนส่งสินค้า เยอะเกินขีดจำกัด จึงทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เล็งเห็นว่าควรพัฒนาท่าเรือต่างๆของประเทศไทย เพื่อกระจายการรับตู้ขนส่งสินค้าไปยังจุดต่างๆได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นก็ได้รับผลกระทบไปด้วย และทำให้ต้องพัฒนารูปแบบการทำธุรกิจเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการเติบโตธุรกิจต่างๆเพื่อให้ยังสามารถแข่งขันในตลาดของผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยต่อไปได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย เนื่องจากธุรกิจสายเรือย่อยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่ายมากกว่าสายเรือใหญ่ และเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย และผู้ที่มีความสนใจหรือนักศึกษาทั่วไป

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย
- 1.3.2 เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการด้านต่างๆ และแนวทางการแก้ไขของผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยการ เก็บข้อมูลจากการสังเกต, สัมภาษณ์, บันทึก และได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือผู้ใช้บริการสายเรือรายย่อย

- 1.4.1 สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสายเรือรายย่อย จำนวน 3 บริษัท
- 1.4.2 ระยะเวลาในการศึกษา เริ่ม ตุลาคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

1.5 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ

- 1.5.1 ผู้สนใจทั่วไป หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้ทราบถึงคุณภาพของการบริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย
- 1.5.2 ผู้สนใจทั่วไป หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย
- 1.5.3 ผู้สนใจทั่วไป หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้ทราบถึงความน่าเชื่อถือที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย
- 1.5.4 ผู้สนใจทั่วไป หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้ทราบถึงการให้บริการหลังการขายที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย
- 1.5.5 ผู้สนใจทั่วไป หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้ทราบถึงปัญหาต่างๆในการขนส่ง ที่จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการลูกค้า

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาในครั้งนี้

- 1.6.1 โลจิสติกส์ (Logistics) คือ ขั้นตอนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน เกี่ยวข้องกับวิศวกรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการจัดการสารสนเทศ เป็นระบบการจัดการการขนส่งทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสินค้า ข้อมูล ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่ใช่เพียงขั้นตอนของการขนส่งเท่านั้น แต่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในกระบวนการโลจิสติกส์อีกมากมาย
- 1.6.2 ค่าระวางเรือ (DEAD FREIGHT) ในทางธุรกิจการเดินเรือสินค้า แปลว่า ค่าระวางเรือ ที่ต้องชำระ แม้จะไม่ได้ใช้บรรทุกสินค้า เกิดขึ้น ในกรณี ที่ผู้ขายสินค้า ต้องเช่าเรือเหมาลำ เพื่อส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ แต่เรือที่เช่าเหมาลำมา มีระวางเรือ ที่รับสินค้ามาบรรทุกได้มากกว่า สินค้า ที่จะส่งไป และเจ้าของเรือ ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้เช่าเหมาลำ ให้ไปรับ

สินค้าจากผู้ส่งออกรายอื่นมาบรรทุกร่วมได้ จึงยังคงมี ระวังเรือที่ว่างอยู่ โดยมีได้บรรทุกอะไร ดังนั้นระวังเรือที่ว่างนี้ ผู้เช่าเรือต้องจ่ายเงินค่าระวางเรือด้วย จึงเรียกว่า Dead Freight

- 1.6.3 N.V.O.C.C. (NON-VESSEL OPERATION COMMON CARRIER) ความหมาย คือ คือผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่ไม่ใช่เจ้าของเรือหรือไม่มีเรือเป็นของตนเอง
- 1.6.4 FOB ย่อมาจาก Free on board หมายถึง เมื่อผู้ขายทำการส่งสินค้าเรียบร้อยแล้วให้ถือว่าสินค้าอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องทำการจ่ายค่าขนส่งต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นที่อาจเกิดขึ้นด้วยตัวเอง นอกจากนี้หากเกิดความเสียหายหรือการสูญหายของสินค้า ผู้ซื้อจะไม่สามารถเรียกร้องการคืนเงินจากผู้ขายได้
- 1.6.5 B/L, Bill of lading = เป็นเอกสารที่สามารถบอกได้ทุกอย่างอันเกี่ยวกับการขนส่ง โดยมีทั้งชื่อ ผู้ส่งออก, ผู้นำเข้า, จำนวน, ขนา, ชนิดของ, วันออกเรือ, ใครเป็นผู้ขนส่ง, สามารถติดต่อได้ช่องทางไหนบ้าง ข้อมูลทั้งหมดนั้นอยู่ในนี้ทั้งหมดเลย
- 1.6.6 LCL, Less than container load = ของไม่เต็มตู้สินค้าหรือเป็นการแบ่งพื้นที่รวมกันไปหลายๆเจ้าภายในตู้สินค้าใบเดียว
- 1.6.7 TEU=Twenty-foot equivalent unit เป็นหน่วยมาตรฐานที่ใช้วัดขีดความสามารถของเรือสินค้าและท่าเทียบเรือ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายเรือย่อย ทั้งในเรื่องของ ความรวดเร็วในการให้บริการ คุณภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือรายย่อย ที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มลูกค้า โดยแบ่งเนื้อหาของบทนี้ออกเป็น 6 ส่วน

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้บริการขนส่ง
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ราคา
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การตัดสินใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้บริการขนส่ง

ตัวแทนสายเดินเรือ (Ship Agent) คือผู้ที่รับมอบอำนาจจากเจ้าของเรือ ให้ดำเนินการแทนเจ้าของเรือ ที่เมืองต้นทางและเมืองปลายทาง โดยมีหน้าที่ทั่วไปดังนี้

- 2.1.1 จัดหาระวางบรรทุกให้แก่ผู้นำเข้าและส่งออก
- 2.1.2 ออกใบส่งสินค้าให้กับผู้ส่งออก
- 2.1.3 ออกใบสั่งปล่อยสินค้าให้กับผู้นำเข้า

โดยงานวิจัยฉบับนี้จะกล่าวถึงผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย SOC (Shipper Owned Container) หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ Box operator โดยรูปแบบตู้สินค้าของ SOC เป็นตู้สินค้าที่ผู้ใช้สามารถบริหารจัดการเวลาในการจัดส่งเองได้ โดยที่ไม่มีข้อกำหนดจากสายการเดินเรือ โดยผู้ส่งสามารถเลือกใช้ตู้ SOC

ได้ โดยการซื้อหรือทำสัญญาเช่าจากผู้ให้บริการ ได้แก่ผู้ให้บริการแบบ NVOCC หรือตัวแทนขนส่งสินค้า เป็นต้น โดยกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของตู้สินค้า นั้น สามารถจำแนกได้จากรหัสตู้สินค้าที่แตกต่างกัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ คุณภาพและการให้บริการ

Gronroos (1982 , Smith and Houston (1982 cited in Khantanapha, 2000 , Parasuraman et al (1988 ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (expectation-WHAT THEY WANT กับการรับรู้ (perception-WHAT THEY GET

Lewis, and Bloom (1983 ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (delivering service quality จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Gronroos (1982; 1990: 17 ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

Crosby (1988: 15 กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

ในทัศนะของนักวิชาการไทยเช่นวีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543, 14-15 คุณภาพการให้บริการ คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ ส่วนสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66 เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับ

ที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ระยะเวลาหนึ่ง

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องราคา

ธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ นั้นย่อมมีการการแข่งขันกันค่อนข้างสูงขึ้นตามยุคสมัยต่างๆ ทั้งในด้านของสินค้าหรือการบริการ ทำให้การแข่งขันในด้านราคาดังนั้นเป็นอีกปัจจัยหลักที่จะเป็นตัวดึงดูดลูกค้า ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้านั้น ทุกธุรกิจต่างก็ต้องมีเป้าหมายว่าจะต้องการตั้งราคาเพื่อทำกำไร หรือ ส่วนตั้งราคาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้นการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมเพื่อเป็นที่ยอมรับของตลาดหรือสู้กับคู่แข่งย่อมมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งมีบุคคลมากมายที่ให้นิยามความหมายของส่วนของราคาไว้ เช่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 80-81) ได้กล่าวถึงราคา คือ ตัวเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายให้กับสินค้า ถ้าตั้งราคาสูงกว่าคุณภาพของสินค้าจะทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคลดลง ดังนั้นเราต้องมีการกำหนดราคาโดยการคำนึงถึง

- ภาพลักษณ์ในการรับรู้ของผู้บริโภค
- ต้นทุนของสินค้านั้นๆ
- ท่าเลที่ตั้ง การจำหน่าย
- การแข่งขัน

นอกจากนี้ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้าและราคา ก่อนตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้นการตั้งราคาให้เหมาะสมนั้นย่อมมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาประกอบโดยมีกลยุทธ์การตั้งราคา คือ

- การตั้งราคาแบบเดียว
- การตั้งราคาแบบหลายราคา
- การตั้งราคาตามแนวระดับ

Etzel, Walker & Stanton (2007) กล่าวว่าราคานั้นหมายถึง คุณค่าของสินค้าหรือบริการในรูปแบบของตัวเงิน โดยราคาเป็น P (price) ตัวที่สอง ที่เกิดขึ้นมาจาก Product (สินค้า โดยราคาจะถูกมองเป็นต้นทุน (cost) ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value ของสินค้าและบริการกับราคา (Price) ของสินค้าและการบริการนั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ต้องการ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

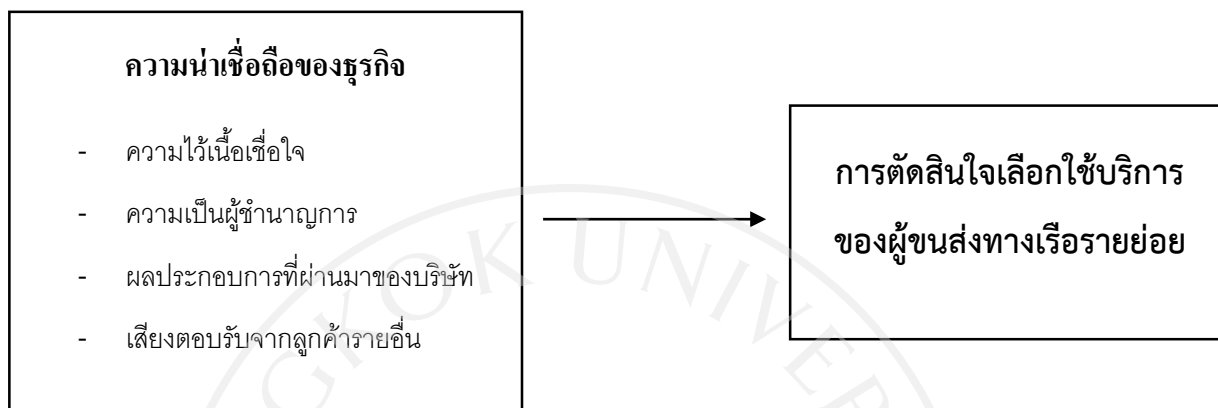
1. คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาว่า สินค้าหรือบริการนั้นมีคุณค่าสูงกว่าราคาที่กำหนดไว้
2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. การแข่งขัน
4. ปัจจัยอื่นๆ

Forman & Hunt (2013) กล่าวว่าราคานั้นหมายถึง ราคาเป็นตัวที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ กลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกันจะมีผลลัพธ์และความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการนำไปใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือ

สุพิทย์ กาญจนพันธุ์ (2550) ได้ให้ความหมายความน่าเชื่อถือ ไว้ว่าเป็นการ ประชาสัมพันธ์องค์กร โดยการนำเสนอเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือ ในรูปของการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจน่าเชื่อถือประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ความไว้วางใจ และ ความเป็นผู้นำทางการ

ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย



Nunnally (1964:59) กล่าวว่าความเชื่อมั่นเป็นสัดส่วนระหว่างความแปรปรวนของคะแนนจริงกับความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากการทดสอบ

สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์ (2536:91) กล่าวว่า ความเชื่อมั่น คือการวัดผลคะแนนที่สม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนมา การวัดผลครั้งแรกเป็นอย่างไร เมื่อวัดผลอีกครั้ง ผลการวัดก็ยังคงเหมือนเดิม

Thom (2004) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ คือการเต็มใจหรือยินยอมให้ผู้ที่ได้รับการเชื่อถือไว้วางใจทำในสิ่งที่ผู้เชื่อถือไว้วางใจสามารถช่วยเหลือตนหรือทำเองได้

Baier (1986) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ คือความเชื่อมั่นในผู้อื่นว่าเขาจะทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์ของเรา และจะไม่ทำร้ายหรือเอาไรต์เอาเปรียบ

Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ คือองค์กรให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า การให้บริการต้องมีความเหมาะสม และได้ผลลัพธ์ที่มีความสม่ำเสมอ กล่าวได้ว่าความคิดเห็นของ Nunnally และ สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์ มีความคิดเห็นที่ไปในทางเดียวกัน เป็นแนวความคิดเห็นในแบบรูปธรรมที่สามารถวัดผลเป็นตัวเลขได้ แตกต่างจาก Thom และ Baier ซึ่งมีความคิดเห็นไปในทางนามธรรม ที่เป็นในรูปของประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้งาน โดยที่

Parasuraman, Berry & Zeithaml นั้นเป็นการ นำความคิดทั้งในรูปแบบนามธรรมและรูปธรรม มาผสมผสานกัน จึงเกิดเป็นแนวความคิดที่แสดงผลในรูปของตัวเลขและจากประสบการณ์ที่ได้รับ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องการตัดสินใจซื้อ

ฉัตรยาพร เสมอชัย (2550) เป็นกระบวนการในการเลือกหรือตัดสินใจซึ่งผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ อยู่เสมอ

(Kotler,1997 ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกันซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท

2.5.1 การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเกิดความแตกต่างกันระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ คือสภาพที่รู้สึกว่าเป็นตนเอง และเป็นสภาพที่ต้องการสภาพที่เป็นอยู่จริง ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง

- 2.5.1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป
- 2.5.1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่
- 2.5.1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล
- 2.5.1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว
- 2.5.1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน
- 2.5.1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง
- 2.5.1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด

2.5.2 การแสวงหาข้อมูล เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคต้องหาทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

- 2.5.2.1 แหล่งบุคคล เช่นครอบครัว มิตรสหาย อ้างอิงผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ หรือผู้ที่เคยใช้สินค้าแล้ว
- 2.5.2.2 แหล่งธุรกิจ ได้จากแหล่งข่าวได้จากจุดขายสินค้าหรือพนักงานขาย

2.5.2.3 แหล่งข่าวทั่วไป เช่นโทรทัศน์ วิทยุ การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.5.2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ ทดลองใช้เอง

2.5.3 การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคประเมินทางเลือกด้วยวิธีที่ดีที่สุด อาจประเมินจากคุณสมบัติของแต่ละสินค้านั้นๆ เพื่อง่ายต่อการเลือก

2.5.3.1 คุณสมบัติ เป็นประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ คือการพิจารณาผลประโยชน์ที่จะได้รับและคุณสมบัติของสินค้าว่าสินค้า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหน

2.5.3.2 ระดับความสำคัญ ความสำคัญของคุณสมบัติของสินค้าเป็นหลักว่ามีความโดดเด่นของสินค้าที่เรา พบเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าต่างๆ

2.5.3.3 ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ พิจารณาถึงความเชื่อของยี่ห้อของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้าที่ ผู้บริโภค เคยพบเห็น รู้จากประสบการณ์ในอดีต

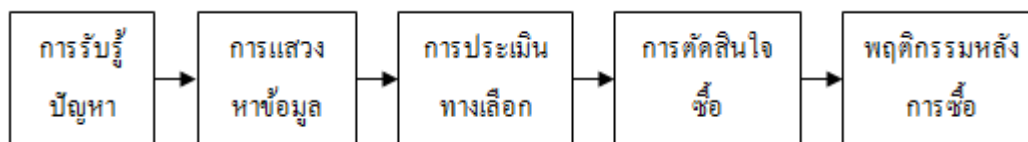
2.5.3.4 ความพึงพอใจ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจเกี่ยวกับตราสินค้าและทัศนคติในการเลือกตรา ผู้บริโภคจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่เขาต้องการอยู่แล้วและเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

2.5.3.5 กระบวนการประเมิน นำเอาปัจจัยสำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือ คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบ

2.5.4 การตัดสินใจซื้อ ปกติผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องเก็บข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน

2.5.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากมีการซื้อแล้วผู้บริโภคจะได้รับความพึงพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้า ผู้บริโภคเกิดความพอใจจะเกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้าใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภค จะไม่เลือกซื้อสินค้านั้นๆ หรืออาจนำไปบอกต่อทำให้เกิดการซื้อสินค้านั้นๆ น้อยลง อ้างอิงจาก (Kotler, 2003

ภาพที่ 2.2: ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ



ที่มา: Phillip Kotler. (2003). *Marketing Management*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3DerSZ2>

Kim, Galliers, Shin, Han & Kim (2012) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการกับผู้ขายเดิมที่มีผลเกิดจากความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ สืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของผู้บริโภค

วจนะ ภูภาณี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจนั้นคือการเลือกสินค้าหรือบริการ จากทางเลือกต่างๆ ที่อยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น มีด้วยกันอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนกร จิรพัฒน์ดำรง (2016) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกรณี sealite group สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดคือ

2.6.1 ด้านของราคาค่าขนส่งสินค้า เมื่อมีการเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าและบริการที่บริษัทคู่ค้าได้รับ นั้น มีความเหมาะสม และอยู่ในเกณฑ์ที่บริษัทคู่ค้าพึงพอใจที่จะใช้บริการต่อ

2.6.2 ด้านเวลาความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า สามารถที่ในการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนด สร้างความพึงพอใจให้กับบริษัทคู่ค้าได้เป็นอย่างดี

2.6.3 ด้านความน่าเชื่อถือ มีความมั่นคงในบริษัท พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการตรงตามความต้องการของคู่ค้า พร้อมมีการรับประกันให้กับบริษัทคู่ค้า สร้างความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

2.6.4 ด้านความเข้าถึงบริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการแนะนำ ข้อมูลต่างๆตรงตามที่บริษัทลูกค้าต้องการ

จากปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ที่กล่าวมา ปัจจัยต่าง ๆ นั้นได้เอื้อต่อกัน สร้างความพึงพอใจให้กับบริษัทลูกค้าได้เป็นอย่างดี อันเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บริษัทเกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ Sealite group และให้เกิดการใช้บริการซ้ำต่อไปอย่างเรื่อยๆ

วชิราภา อาภาสกุล (2548 ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสายเรือคอนเทนเนอร์ของผู้ส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งเปรียบเทียบระหว่างเส้นทางไทย-สหรัฐอเมริกา และไทย-ญี่ปุ่น โดยสรุปได้ว่า เส้นทางทางเดินเรือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการมากที่สุด และปัจจัยที่มีผลรองลงมาคือความสามารถในการจัดหาตู้คอนเทนเนอร์ พื้นที่ระวางเรือ และ เวลาเข้าออกของเรือ

สุชิน กาศัญญการ (2555 ได้ทำการศึกษา ปัจจัยการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง สรุปได้ว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เช่น โปรโมชั่น แพคเกจ บริการหลังการขาย ปัจจัยรองลงมาจะเป็นในด้านของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้สูงสุดแบบครบวงจร

2.7 คำถามวิจัย

คำถามวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่
2. ราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่
3. ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่
4. ความเคยชินและความพึงพอใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประเภทของงานวิจัย

เนื้อหาของบทเป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้ใช้บริการการขนส่งทางเรือรายย่อย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่ใช้บริการสายเรือย่อย เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมุติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้น

3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 ประเภท

3.2.1 แหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่ใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย จำนวน 3 บริษัท

3.2.2 แหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากข้อมูลในออนไลน์ เช่นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนส่งทางเรือ เส้นทางเดินเรือ

3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย โดยเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย ได้แก่ Sales manager Assist sales manager Senior sales executive โดยวิธีการการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (Criterion Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างการวิจัยตามเกณฑ์บางอย่างที่ถูกกำหนดขึ้นมาแล้วล่วงหน้า เป็นการประกันระดับหนึ่งถึงคุณภาพข้อมูล ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเป็นการคัดเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ กับผู้ใช้บริการการขนส่งทางเรือรายย่อย จำนวน 3 บริษัท โดยสาเหตุที่เลือก 3 บริษัทนี้เพราะ มีการใช้บริการผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย เป็นระยะเวลาานาน และมีการเก็บรายละเอียดข้อมูลการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ระยะเวลาที่บริษัทใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยเป็นเกณฑ์ในการเลือกบริษัทที่เข้าไปสัมภาษณ์ เนื่องจากในขั้นตอนการนัดสัมภาษณ์จำเป็นต้องรอเพื่อให้ได้วันนัดที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกจึงทำให้สามารถ

นัดผู้ให้สัมภาษณ์ได้ 3 บริษัท และที่เลือก 3 บริษัทนี้เพราะจากได้ที่กล่าวไปข้างต้นว่า ทั้ง 3 บริษัทมีการใช้งานผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมาเป็นเวลานาน จึงสามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนในทุกด้าน ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย เช่น ข้อมูลด้านระยะเวลาการขนส่ง ค่าใช้จ่าย ภาษีต่างๆในการขนส่งสินค้าแต่ละประเภท ข้อมูล

โดยรายละเอียดของผู้ถูกสัมภาษณ์มีดังนี้

1. นาย A (นามสมมุติ

อายุ: 41

ตำแหน่ง: Sales manager

ประสบการณ์การทำงานด้านการขาย: 8 ปี

บริษัทขนาดกลาง

2. นาย B (นามสมมุติ

อายุ: 37

ตำแหน่ง: Assist sales manager

ประสบการณ์การทำงานด้านการขาย: 5 ปี

บริษัทขนาดกลาง

3. นาย C (นามสมมุติ

อายุ: 34

ตำแหน่ง: Senior sales executive

ประสบการณ์การทำงานด้านการขาย: 5 ปี

บริษัทขนาดเล็ก

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นเป็นการวิจัยที่ต้องศึกษา สังเกต กับกลุ่มบุคคลที่ต้องการ แบบละเอียดเจาะจง ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพนี้สามารถใช้วิธีการสังเกตแบบส่วนรวม หรือ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับกลุ่มที่เราสนใจต้องการจะหาข้อมูล

ซึ่งเป็นเหตุผลที่เลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพราะ เป็นวิธีการวิจัยที่ได้ข้อมูลหลากหลายด้าน และได้รายละเอียดที่เจาะจงมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำเอาวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth

interview) แบบกึ่งทางการกับบริษัทที่เราต้องการเก็บข้อมูล มีความเป็นไปได้สูงที่ข้อมูลต่างๆที่รวบรวมมาได้ จะเป็นข้อมูลที่เป็นจริง และตรงกับจุดประสงค์เมื่อวิเคราะห์กับปัจจัยภายนอกในหลายๆด้าน ซึ่งแบ่งหัวข้อการสัมภาษณ์ออกเป็น

- 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริษัทผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย
 - 1.1 ปัจจัยด้านคุณภาพและการให้บริการ
 - 1.2 ปัจจัยด้านราคา
 - 1.3 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการในการขนส่งสินค้าต่างๆของบริษัท
 - 2.1 ปัจจัยด้านความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด
 - 2.2 ปัจจัยด้านความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลต่อสินค้านั้น ๆ
 - 2.3 ปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการแบบครบวงจรของผู้ให้บริการรายย่อยนั้น ๆ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย จากบทสัมภาษณ์ โดยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดในบทถัดไป

3.6 แบบสอบถามแบบปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ

อ้างอิงจากกรอบแนวความคิด เพื่อให้ได้คำถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 3.6.1 มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อยากรู้ว่ามีปัจจัยในด้านใดบ้างที่ทำให้คุณเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย?
- 3.6.2 ปัจจัยด้านราคา
- 3.6.3 ความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งทางเรือรายย่อย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อยากรู้

- 3.6.4 การดูแลหลังการขายของบริษัท มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร
- 3.6.5 คุณคิดว่าคุณภาพของธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่ อย่างไร
- 3.6.6 ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือรายย่อย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร
- 3.6.7 ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร

3.7 การตรวจสอบข้อมูล

ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการมาตรวจสอบร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากทางออนไลน์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามหัวข้อหลัก โดยใช้วิธีการสามเส้า (Triangulation โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าในด้านของข้อมูล (Data Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของหัวข้อที่ทำการศึกษา โดยใช้มุมมองที่แตกต่างกันของผู้ที่ให้สัมภาษณ์มาเป็นข้อเปรียบเทียบ วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บจากภาคสนามมากกว่า 2 คนขึ้นไป ว่ามีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือต่างกัน เพื่อความแม่นยำและความถูกต้อง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย และ ปัญหาในการให้บริการด้านต่างๆ และแนวทางการแก้ไขของผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งทางการ กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการใช้บริการทางสายเรือย่อย จำนวน 3 คน จากทั้ง 3 บริษัท

4.1 ผลการวิจัยปัจจัยในด้านใดบ้างที่ทำให้เลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย?

การเริ่มต้นในการใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้น เกิดจากการที่กลุ่มลูกค้านั้นไม่พึงพอใจในการใช้สายเรือรายใหญ่ ด้วยสาเหตุต่างๆ เช่น ระบบการดำเนินงาน การติดต่อสื่อสาร จึงทำให้ธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นเป็นทางเลือกที่กลุ่มลูกค้านิยมใช้บริการ โดยที่

นาย A นั้นให้สัมภาษณ์ว่า การที่บริษัทเลือกใช้บริการสายเรือรายย่อยเพราะ การบริการและความสะดวกสบายที่ใช้บริการได้ง่ายกว่าสายเรือใหญ่ ช่วยจัดการด้านการบริการต่างๆให้ผ่านไปได้อย่างราบรื่นตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทาง

สำหรับนาย B ที่เลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้น ดูที่ความรวดเร็วในการดำเนินงานต่างๆ เช่น งานติดต่อสื่อสาร และ งานเอกสารต่างๆเมื่อเปรียบเทียบกับขนส่งทางอื่น และระยะทางในการขนส่ง

ส่วนนาย C ให้ความสำคัญในเรื่องของ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่มีความผันแปรอยู่ตลอดเวลา เช่น ค่าน้ำมันที่อาจมีการสูงขึ้น หรือ อัตราการแลกเปลี่ยนเงิน

เราจะเห็นได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์นั้นมีปัจจัยในการตัดสินใจที่ค่อนข้างแตกต่างกันไปคนละแบบ ซึ่งในคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ A และ B มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ในเรื่องของ ความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ C ให้ความสำคัญไปในทางของราคาเป็นหลัก

4.2 คุณคิดว่าคุณภาพของธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้ให้สัมภาษณ์ว่า คุณภาพการบริการนั้นมีผลค่อนข้างมากกับการตัดสินใจใช้บริการเนื่องด้วย สินค้าที่ขนส่งมีมูลค่าที่ค่อนข้างมาก หากเลือกให้ผู้ให้บริการที่คุณภาพไม่ดีพอ อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าได้

นาย B ได้ให้สัมภาษณ์ว่า คุณภาพการให้บริการนั้นมีผลค่อนข้างมากเช่นเดียวกับนาย A โดยหากเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพนอกจากจะทำให้เกิดการเสียหายของสินค้า จะรวมไปถึงภาพลักษณ์ของบริษัท เช่นอาจทำให้ความเชื่อมั่น ของบริษัทคู่ค้าลดลง ซึ่งอาจทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงไปจาก

แต่นาย C เห็นว่า คุณภาพในการให้บริการนั้นมีผลปานกลาง โดยนาย C นั้นเน้นไปในทางปริมาณการขนส่งสินค้าที่สามารถขนส่งได้ต่อ 1 รอบ

เราจะเห็นได้ว่า นาย A และ B มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน แตกต่างจาก นาย C ที่มองในมุมที่แตกต่างกัน

4.3 ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ราคานั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมาก เนื่องจาก ราคาคือปัจจัยที่สำคัญอย่างมากที่จะส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจอย่างมาก และหากผู้บริการที่ใช้อยู่มีการขึ้นราคา ก็อาจจะต้องหันไปใช้ผู้ให้บริการรายอื่นที่ราคาถูกลงกว่า แต่คุณภาพของบริการจะต้องดีกว่าหรือเท่ากับผู้ให้บริการรายเดิม

นาย B กล่าวว่า ราคานั้นมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า ทางธุรกิจเน้นเรื่องความรวดเร็วการขนส่งสินค้าเป็นหลัก ถึงแม้ว่าจะต้องจ่ายค่าขนส่งในราคาที่สูงขึ้นแต่สามารถส่งสินค้าได้เร็วขึ้นก็ยินดีจ่าย เพราะ สินค้าที่ขายมีอายุการใช้งานที่จำกัดจึงจำเป็นต้องเน้นในด้านความเร็วของการจัดส่ง

นาย C ได้ให้ความเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลมากกว่าปัจจัยด้านคุณภาพ เพราะหากมีการเพิ่มค่าบริการ อาจจะทำให้ต้นทุนของสินค้านั้นเพิ่มขึ้น และส่งผลทำให้ได้กำไรที่น้อยลง จึงได้ให้ความสำคัญในด้านราคาเป็นหลัก

สรุปได้ว่า นาย A และนาย C มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน โดยมองว่าราคาที่สูงอาจส่งผลต่อผลกำไรขาดทุนของบริษัทได้ ตรงข้ามกับนาย B ที่เห็นว่าราคาไม่ค่อมมีผลมากเท่าไร

4.4 ความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งทางเรือรายย่อย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือนั้นมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก เนื่องจากในการประกอบธุรกิจที่ต้องใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้นต้องเลือกผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะต้องการความมั่นใจว่าสินค้าที่ส่งออกไปนั้นจะถึงจุดหมายปลายทาง และได้รับการดูแลเป็นอย่างดี โดยผู้ให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ

นาย B กล่าวว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือนั้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ระดับปานกลาง เนื่องจาก นาย B มองว่า ธุรกิจสายเรือรายย่อยนั้นมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เพื่อรักษาฐานลูกค้าในปัจจุบันทำให้ผู้ประกอบการแต่ละเจ้าจำเป็นต้องทำให้มาตรฐานและความน่าเชื่อถือของตัวเองอยู่ในระดับที่มากกว่าหรือเท่ากับคู่แข่งเสมอ จึงค่อนข้างมั่นใจว่ามีความปลอดภัยต่อการเสี่ยงในการทุจริต จึงทำให้ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

นาย C ให้สัมภาษณ์ว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือนั้นมีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับปานกลาง นาย C มองว่า ด้วยรูปแบบการดำเนินงานแบบบริษัทที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายนั้นมีความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว

สรุปได้ว่านาย B และ C นั้นมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน โดยมองว่า ธุรกิจการให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นมีการแข่งขันที่สูง ต่างๆฝ่ายต่างพยายามรักษาลูกค้าหรือให้บริการ ได้อย่างเต็มที่ ส่วนนาย A มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยนาย A กล่าวว่า การไว้ใจ หรือ ความน่าเชื่อถือนั้น สามารถลดความเสี่ยงที่อาจจะทำให้เกิดการทุจริต หรือ ความเสียหายได้

4.5 การดูแลหลังการขายของบริษัท มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้ให้สัมภาษณ์ว่า การดูแลหลังการขายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย อย่างมาก เนื่องจากเคยประสบปัญหาจากการขนส่งทางเรือมาในอดีตจึงทำให้ปัจจุบันนี้ในการเลือกผู้ให้บริการจะมองถึงเรื่องบริการหลังการขายเช่น การแก้ปัญหาระหว่างการขนส่งสินค้า หรือการติดตามสินค้า และรวมถึงงานเอกสารที่จะเกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆด้วย เพราะหากผู้ให้บริการมีการดูแลหลังการขายที่ดีจะทำให้การทำงานในส่วนอื่นๆง่ายขึ้นและ ลดความกังวลในด้านต่างๆได้อีกด้วย

นาย B กล่าวว่า การดูแลหลังการขายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย ค่อนข้างมาก โดยนาย B กล่าวว่า การบริการของสายเรือย่อยนั้น มีการวางแผน การจัดการ และการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงแนวทางการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว และยังรวมถึงการดูแลหลังการขาย ที่เริ่มดูแลตั้งแต่ต้นจนกระทั่งสินค้าถึงผู้รับเป็นที่เรียบร้อย

นาย C กล่าวว่า การดูแลหลังการขายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย ค่อนข้างมาก โดยให้เหตุผลว่า ความสามารถในการดูแลสินค้า ที่เป็นสินค้าพิเศษที่ต้องรักษาอุณหภูมิ นั้น สายเรือย่อยนั้นสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และมีการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน ตรงประเด็น และไม่มีการปกปิดข้อมูลใดๆจากผู้ให้บริการ

สรุปได้ว่า ทั้งนาย A,B และ C มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน โดยทั้ง 3 คนนั้นมองในรูปแบบการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวกมากกว่าการใช้บริการสายเรือใหญ่

4.6 ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือรายย่อย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือย่อยมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมาก โดยให้เหตุผลว่า การให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมีการเข้าถึงที่ง่าย สะดวกในการติดต่อสื่อสาร

นาย B ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือย่อยมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก เนื่องจาก เคยมีประสบการณ์กับผู้ให้บริการที่ให้บริการค่อนข้างแย่ จึงทำให้ปัจจุบัน จะเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

นาย C ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือย่อยมีผลต่อการตัดสินใจมาก โดยให้เหตุผลว่า ผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆได้อย่างครบถ้วนจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างมาก และทำให้เลือกที่จะใช้บริการกับผู้ให้บริการรายนี้ต่อไปในอนาคต

สรุปได้ว่า ทั้งนาย A, B และนาย C มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายเรือย่อย

4.7 ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร

นาย A ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย อย่างมาก เนื่องจาก หากใช้บริการกับผู้ให้บริการที่เคยใช้งานเป็นประจำจะทำให้สามารถดำเนินการในขั้นตอนต่างๆได้รวดเร็วมากขึ้น เพราะผู้ให้บริการมีข้อมูลต่างๆอยู่แล้ว ความเคยชินจึงมีผลอย่างมาก

นาย B ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยในระดับปานกลาง โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากไม่ได้ยึดติดวิธีการขนส่งอย่างใดอย่างหนึ่งแบบเฉพาะเจาะจง เพราะเนื่องจากยังคงมองหาวิธีการขนส่งแบบอื่นๆเสมอที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรได้ ความเคยชินเลยมีผลในระดับปานกลาง

นาย C ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยในระดับต่ำ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ยึดติดกับผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง โดยพร้อมเปลี่ยนไปผู้ให้บริการตลอดหากผู้ให้บริการรายนั้นตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่า

สรุปได้ว่า ทั้ง 3 คน มีความคิดเห็นไปในทิศทางที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

| แบบสอบถาม | ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ | | |
|--|----------------------|---------------------------|-------------|
| | นาย A | นาย B | นาย C |
| 1.มีปัจจัยในด้านใดบ้างที่ทำให้คุณเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย | ความง่าย สะดวก | ความรวดเร็วในการให้บริการ | ค่าใช้จ่าย |
| 2.คุณคิดว่าคุณภาพของธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่ อย่างไร | มีผลมาก | มีผลมาก | มีผลปานกลาง |
| 3.ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร | มีผลมาก | มีผลปานกลาง | มีผลมาก |
| 4.ความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งทางเรือรายย่อย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร | มีผลมาก | มีผลปานกลาง | มีผลปานกลาง |
| 5.การดูแลหลังการขายของบริษัท มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยของคุณหรือไม่ อย่างไร | | มีผลมาก | |
| 6.ความพึงพอใจในการให้บริการของสายเรือรายย่อย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร | | มีผลมาก | |
| 7.ความเคยชินในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยหรือไม่ อย่างไร | มีผลมาก | มีผลปานกลาง | มีผลน้อย |

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยผู้วิจัยกำหนด
คำถามวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย
2. ราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย
3. ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย
4. ความเคยชินและความพึงพอใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

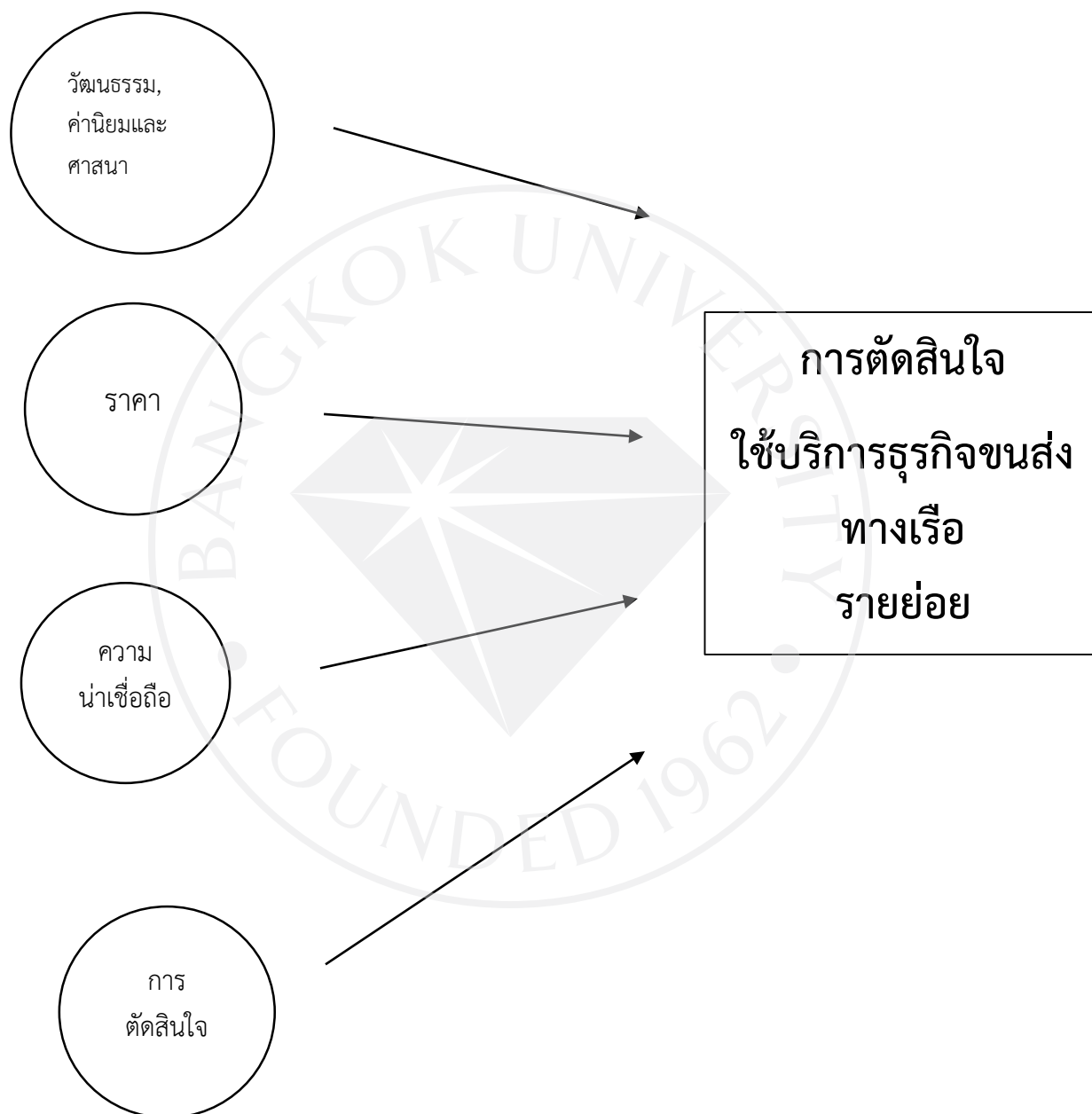
งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบ
กึ่งทางการ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 16 ตุลาคม – 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 โดยสรุปผลการวิจัย
การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 กรอบแนวความคิด

กรอบแนวความคิด

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย ผู้ทำวิจัยได้กำหนดกรอบ
แนวความคิดการทำวิจัยดังนี้

ภาพที่ 5.1: รูปภาพแสดงกรอบแนวความคิดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจขนส่งทางเรือรายย่อย



5.2 สรุปผลการวิจัย

ผลสรุปด้านวัตถุประสงค์ และ ผลสรุปด้านคำถามวิจัย มีดังนี้

5.1.1 ผลสรุปด้านวัตถุประสงค์ ได้ผลสรุปดังนี้

5.1.1.1 จากการศึกษาปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย พบว่า ปัจจัยด้านการดูแลหลังการขาย และ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมากที่สุด โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่าน ได้ให้คำตอบไปในทิศทางเดียวกัน

รองลงมาเป็นปัจจัยในด้านราคาและคุณภาพ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ใน 3 ได้ให้คำตอบไปในทิศทางเดียวกัน และอีก 1 ท่านได้ให้คำตอบไปในทิศทางที่แตกต่างกัน โดย นาย A และ C มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจอย่างมาก ในการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย แต่นาย B ได้ให้ความเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลปานกลางต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ใน 3 ได้ให้คำตอบไปในทิศทางเดียวกัน และอีก 1 ท่านได้ให้คำตอบไปในทิศทางที่แตกต่างกัน โดย นาย A และ B มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพมีผลต่อการตัดสินใจอย่างมากในการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย แต่นาย C ได้ให้ความเห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพมีผลปานกลางต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย และปัจจัยที่มีผลไปในทิศทางปานกลาง คือปัจจัยด้าน ความน่าเชื่อถือ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ท่าน 2 ใน 3 ได้ให้คำตอบว่าปัจจัยด้านคุณภาพมีผลปานกลาง

ปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านนั้นกล่าวว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้น แต่ละท่านได้ให้คำตอบที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง โดยนาย A ได้ให้คำตอบว่า ความง่ายและความสะดวกนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ถ้าผู้ให้บริการสามารถทำให้งานในส่วนของการขนส่งง่ายขึ้น ก็จะทำให้การดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องง่ายตามไปด้วยครับ ถ้าเราทำงานได้ง่ายขึ้น ดิตชัด น้อยลง ผลที่ได้ก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นครับ” (Sales Manager บริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล 20 ตุลาคม 2563) ส่วนนาย B ได้ให้คำตอบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ด้วยความที่สินค้าของเราอะครับ จำเป็นที่จะต้องส่งให้ถึงมือลูกค้าตามกำหนด เราจึงมองว่า

ถ้าจำหนที่สามารถทำได้ตามกำหนดเราก็เลือกที่จะใช้เจ้านี้ครับ” (Sales Manager Assistant บริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล 29 ตุลาคม 2563) ส่วนนาย C ได้ให้คำตอบว่า ค่าใช้จ่ายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ “ที่เราเน้นด้านราคาเพราะว่าเราต้องการคุมค่าใช้จ่ายต่างๆของบริษัทให้อยู่ในระดับที่ไม่กระทบต่อต้นทุนของสินค้าครับ เพราะถ้าเราใช้เจ้าที่ราคาแพงจะทำให้ต้นทุนเราแพงขึ้นด้วยครับ” (Senior Sales Executive บริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล 5 พฤศจิกายน 2563)

ปัจจัยในด้านความเคยชินนั้นผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านนั้นได้ให้ความเห็นที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยนาย A ได้ให้คำตอบว่า ความเคยชินนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก นาย B ได้ให้คำตอบว่า ความเคยชินนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง นาย C ได้ให้คำตอบว่า ความเคยชินนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย จากคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านนั้นเห็นได้ว่า ความเคยชินนั้นขึ้นอยู่กับตัวผู้ใช้บริการแต่ละท่านว่าจะนำเอาความเคยชินนั้นมาใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการมากน้อยแค่ไหน แต่ถึงแม้ว่าจะเกิดความเคยชินกับผู้ให้บริการเดิมแล้ว แต่ก็ยังพร้อมที่จะเปลี่ยนไปให้ผู้ให้บริการรายอื่นที่ตอบสนองต่อความต้องการได้มากกว่าหรือเท่ากับผู้ให้บริการรายเดิม “ผมคิดว่าความเคยชินก็เป็นส่วนหนึ่งครับ แต่ก็ไม่ทั้งหมด เพราะถ้าในอนาคตเนี่ย เค้าทำได้แย่งหรือไม่สามารถตอบสนองเราได้เหมือนเดิมเราก็พร้อมจะหารายใหม่มาทำงานแทนครับ” (นาย A Sales Manager บริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล 20 ตุลาคม 2563)

5.1.1.2 จากการศึกษาปัญหาในการใช้บริการด้านต่างๆ และแนวทางการแก้ไขของผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย พบว่า ปัญหาที่ผู้ให้สัมภาษณ์พบเจอจากเกิดจากการใช้บริการนั้นมีดังนี้

1. ความล่าช้าในการในการจัดส่ง ซึ่งสามารถเกิดได้จากหลายปัจจัย เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือความผิดพลาดทางด้านเทคนิค ซึ่งผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมีแนวทางการแก้ไขโดยการติดต่อสื่อสารประสานงานระหว่างต้นทางและปลายทาง
2. ปัญหาที่เกิดความผิดพลาดของงานเอกสาร เช่น เลขของตู้คอนเทนเนอร์ในใบส่งสินค้า ไม่ตรงกับความเป็นจริง, รายละเอียดของผู้รับหรือผู้ส่งไม่ตรงกัน, เอกสารที่เกี่ยวกับการสำแดงภาษีไม่ครบหรือผิดพลาด, ฯลฯ ซึ่งในแนวทางการแก้ไขนั้น ทางผู้ให้บริการจะทำการประสานงานระหว่างต้นทางและปลายทาง เพื่อขอข้อมูลที่ถูกต้อง และทำการแก้ไขเอกสารต่างๆให้ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง และรีบดำเนินการให้สามารถนำส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด

3. ผู้คอนเทนเนอร์ขาดตลาด ซึ่งเป็นผลกระทบจากการระบาดของ Covid-19 ทำให้ท่าเรือต่างๆต้องหยุดทำงาน ทำให้ไม่สามารถนำเอาตู้คอนเทนเนอร์มาใช้งานได้ โดยแนวทางแก้ไขจากทางผู้ให้บริการคือจะทำการตรวจสอบไปยังผู้ให้บริการต่างๆว่ายังมีตู้คอนเทนเนอร์ที่ให้บริการได้มากน้อยแค่ไหน และนำข้อมูลดังกล่าวส่งให้ผู้ให้บริการตัดสินใจ รวมถึงให้คำแนะนำเพื่อช่วยให้ผู้ให้บริการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

สรุปได้ว่า จากการที่ผู้ให้บริการเจอปัญหาต่างๆ และได้รับการแก้ไขและดูแลจากผู้ให้บริการนั้นมีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยเป็นอย่างมาก เพราะหากผู้ให้บริการไม่มีบริการดูแลหลังการขายที่ดีพอ หรือไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็จะทำให้เกิดความเสียหายขึ้นกับหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5.2.1 ผลสรุปด้านคำถามวิจัย

5.2.1.1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

5.2.1.2 ราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

5.2.1.3 ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

5.2.1.4 ความเคยชินและความพึงพอใจส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ขนส่งทางเรือรายย่อย

5.3 การอภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้พบประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ คือ การบริการหลังการขายของธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย และ ความพึงพอใจ

5.3.1 การบริการหลังการขายของธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย

5.3.1.1 การบริการหลังการขายนอกเหนือเวลาทำงานปกติ

ธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นมีความแตกต่างจากผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายใหญ่คือ การให้บริการนอกเหนือจากเวลาทำการ ซึ่งหากเกิดปัญหาในการขนส่งสินค้าหลังเวลาทำการเป็นธุรกิจสาย

เรือใหญ่นั้นต้องรอให้บริการในเวลาทำการเท่านั้น เป็นจุดสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นได้เปรียบอย่างมาก และทำให้กลุ่มลูกค้ามีความพึงพอใจ เลือกใช้งานมากขึ้น

5.3.1.2 การช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างผู้ส่งและผู้รับสินค้า

ในกรณีที่เกิดปัญหาผู้รับยังชำระเงินไม่ครบ หรือมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียด ธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งทางเรือรายย่อย สามารถช่วยเหลือระดับสินค้าได้จนกว่า จะมีการชำระเงินครบ

5.3.1.3 การซ่อมแซมตู้สินค้าระหว่างการขนส่ง

ในกรณีที่ส่งสินค้าแบบที่ต้องรักษาอุณหภูมิ(ตู้คอนเทนเนอร์แบบเย็น หากเกิดปัญหา ไฟดับหรืออุณหภูมิลดกะทันหัน ผู้ขนส่งทางเรือรายย่อยสามารถประสานงานติดต่อให้แก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดความเสียหายต่อสินค้าได้อย่างดี

ซึ่งงานวิจัยนี้ตรงกับงานวิจัยของ สุชิน กาศธัญการ (2555 ได้ทำการศึกษา ปัจจัยการเลือกใช้บริการตู้รีเฟอร์คอนเทนเนอร์ของตัวแทนขนส่งสินค้าทางเรือในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง สรุปได้ว่าลูกค้าให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เช่น โปรโมชั่น แพ็คเกจ บริการหลังการขาย

5.3.2 ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นอีกสิ่งสำคัญที่กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยนั้นมองเป็นอันดับต้นๆ เนื่องด้วยความพึงพอใจเป็นผลสืบเนื่องจากการได้รับการบริการที่ดี ซึ่งงานวิจัยนี้ตรงกับงานวิจัยของพิงค์เดือน วีระชาติ(2556 ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือระนอง สรุปได้ว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการที่ได้มาตรฐานทันสมัย ที่สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็ว

5.4 ข้อเสนอแนะ

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้สัมภาษณ์กับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งทางเรือรายย่อยมาเป็นเวลานาน พบว่า กลุ่มลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายของธุรกิจสายเรือย่อยอย่างมาก จึงแนะนำให้พัฒนาคุณภาพของการให้บริการหลังการขาย ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องของ งานเอกสาร การซ่อมแซม โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารที่นำเทคโนโลยีต่างๆที่ได้มาตรฐานและทันสมัย มาช่วยเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและมีกลุ่มลูกค้าใช้บริการมากขึ้น ซึ่งหากผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ ก็จะเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายๆธุรกิจต้องการ และอาจจะนำไปถึงการบอกต่อ หรือแนะนำต่อในกลุ่มผู้ใช้บริการหรือผู้ที่สนใจ ซึ่งส่งผลทำให้ความน่าเชื่อถือขององค์กรมีเพิ่มมากขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งความต้องการของกลุ่มลูกค้านั้นเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อระยะเวลาเปลี่ยนแปลงไปควรศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ทราบข้อมูล ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างถูกต้อง

บรรณานุกรม

- ัชชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554. *ความหมายของคุณภาพการให้บริการ*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3gvasO8>
- ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล. (2560. *ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเล (Marine Knowledge Hub)*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3msalBi>
- ธนกร จิรพัฒน์ดำรง และคณะ. (2559. // *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกรณี Sealite Group*.// สืบค้นจาก <https://bit.ly/3B9B0fD>
- ธนิต โสรัตน์. (2550. *การขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Transport)*. สืบค้นจาก <http://www.tanitsorat.com/view.php?id=107>
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2129/1/benjaporn_suwa.pdf
- สรารุช พุฒนวล. (2561. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งทางเรือระนอง จังหวัดระนอง*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3yqejlT>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563. *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2561*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9359
- Phillip Kotler. (2003). *Marketing Management*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3DerSZ2>
- Pichanon Paoumnuaywit. (2562. *เปิดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาโครงการท่าเรือแหลมฉบัง เฟสที่สาม*. สืบค้นจาก <https://www.logistics-manager.com/th/laem-chabang-port-phase-iii/>
- Positioningmag. (2548. *ท่าเรือสินค้าไทย : เร่งพัฒนา..เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/21424>