

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่ใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในหมู่บ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคว์สแควร์ วัตถุประสงค์ความเชื่อมั่นทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 76 ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าในแบบนักธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 94 และเคยใช้บริการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 94 จุดหมายปลายทางการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือทวีปยุโรปคิดเป็นร้อยละ 66 โดยระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอยู่ในช่วงระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 72 โดยในแต่ละปีจะทำการขนส่งประมาณ 2 – 6 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 82 โดยใช้รูปแบบการส่งทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 83 และเลือกเทอมการส่งสินค้าถึงท่าเรือปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 84 และปริมาณการส่งคือตู้ 20 ฟุต คิดเป็นร้อยละ 41.2

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัด เชียงใหม่ อันดับแรกคือปัจจัยด้านการบริการ (Product) ในส่วนของความรวดเร็วในการให้บริการ เช่นความรวดเร็วในการขนส่ง รวมถึงการให้บริการที่รวดเร็วในด้านต่างๆ ด้วย รองลงมาอันดับสอง คือปัจจัยด้านราคา (Price) โดยที่ราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่นได้รับความสนใจจากผู้ใช้บริการเป็นพิเศษ อันดับสามคือปัจจัยด้านบริษัท (Place) ในส่วนของบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือจะได้รับการตอบรับ เป็นอย่างดีจากผู้ใช้บริการ อันดับสี่คือปัจจัยด้านบริการเสริม (Promotion) โดยบริการเสริมที่ ผู้ใช้บริการมีการตอบสนองมากที่สุดคือการมีรถบริการ

ปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ อันดับแรกเป็นปัจจัยในด้านช่วงเวลาหรือเทศกาลต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการเป็นอย่างมากรองลงมาเป็นปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยน อันดับสามคือปัจจัยด้านเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบ อันดับสี่ คือปัจจัยในด้านการเมืองของประเทศผู้ซื้อสินค้า และสุดท้ายคือปัจจัยด้านการเมืองของไทย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการตัวส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ กับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทาง การส่งสินค้า และระยะเวลาที่เคยใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัญหา และอุปสรรคในการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ นั้น พบว่าปัญหาสำคัญที่สุดคือการบรรจุหีบห่อสินค้า ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน หรือขาดคุณภาพในการบรรจุหีบห่อที่เพียงพอ รองลงมาเป็นปัญหาการสื่อสารที่ผิดพลาด เพราะ บางครั้งทักษะทางด้านภาษาของทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ยังบกพร่องในด้านนี้ อันดับสามเป็นปัญหาการเรียกร้องเงินประกันความเสียหาย ที่เกิดความยุ่งยากและล่าช้า และอันดับต่อมาเป็น ปัญหาสินค้าเกิดการแตกหักเสียหาย ระหว่างการขนส่ง ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายในด้านมูลค่า ทำให้สินค้าชิ้นนั้น ไม่สามารถนำไปจำหน่ายหรือใช้งานได้ต่อไป

This study had the objective to examine the determining factors for the use of shipping service in Baan Tawai Chiang Mai Province. Information and data were collected from 50 samples identified by accidentally sampling method as shipping service users, using questionnaire interview. The analysis was based on the results of descriptive statistics including frequency, percentage, arithmetic mean and Chi-square test for relationship among factors at 0.05 statistically significant level.

The findings found that the majority of consumers under the study could be described as male (88%), aged 26-35 (76%), businessman (94%), having used shipping service (94%), Europe destination (66%), having used shipping service for 1-5 years (72%), using the service 2-6 time per year (82%), using sea freight (83%) using term of cost and freight (84%) and using 20'FT container (41.2%).

The influential factors determining the customer's choice for using shipping service in Baan Tawai Chiang Mai Province was found to be the product and service as rapidity in transportation including other services. Followed by the price factor, the price is cheaper that gets customer's interested response from users. Finally, the promotion factor that is most responded is car service.

The external factors that effect the customer's choice for purchasing goods in Baan Tawai Chiang Mai province are festival and season, the rate of money exchange, world's economic crisis, customer's politics and Thai politics.

The test of relationship between determining factors for choosing the use of shipping service in Baan Tawai Chiang Mai province and personal factors revealed that the factor influenced in choosing shipping service associated with the destination and the duration having used in shipping service, all at 0.05 level of statistical significance.

The problem and obstacle with using shipping service in Baan Tawai Chiang Mai province were; first low standard and bad quality packing, which the most important one, then the misunderstanding in communication because of the insufficient language skills of both customer and service. Moreover, money refunding that was complicated and overdue. Eventually, the goods was broken during the transportation that decreased the price and could not be sold or used.