

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวจีรานันท์ วิสัย
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เทียน เสรามัญญ
วันที่อนุมัติผลงาน	30 มิถุนายน 2557
จำนวนหน้า	80 หน้า
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่าง ประเทศ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ จำแนกตามการใช้บริการของบริษัท FedEx บริษัท DHL และบริษัท ไปรษณีย์ไทย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยแบ่งตามจำนวนผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศได้แก่ บริษัท FedEx บริษัท DHL และบริษัท

ไปรษณีย์ไทย จำกัด รายละ 100 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา โดยแสดงผลรูปตารางค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประกอบคำบรรยาย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม โดยมีทุนจดทะเบียนกิจการ 1-20 ล้านบาทรองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท และ 21-50 ล้านบาท และกลุ่มที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาทสินค้าส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้บริการมากที่สุดได้แก่คือ เอกสาร รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย ผ้าไหมและสิ่งทอ สำหรับประเภทสินค้าอื่นๆ ส่วนใหญ่ไม่ได้ระบุรายละเอียด ผลิตภัณฑ์จากไม้และของตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณี ผลิตภัณฑ์เซรามิคและเครื่องใช้ในบ้านตามลำดับ ประเทศจุดหมายปลายทางที่ผู้ประกอบการได้ทำการส่งออกโซนหรือเขตประเทศที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ทวีปเอเชีย รองลงมาคือ ทวีปยุโรป และ ทวีปอเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกา และ ทวีปอื่น ๆ ตามลำดับ สำหรับปริมาณการส่งออกในแต่ละครั้งพบว่ามีปริมาณเฉลี่ยต่อครั้งในการขนส่ง คือไม่เกิน 10 กิโลกรัม รองลงมาคือ 11-15 กิโลกรัม และ 26-50 กิโลกรัม มากกว่า 100 กิโลกรัม และ 51-100 กิโลกรัม ตามลำดับ

ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกรการเลือกใช้บริการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงตามลำดับดังนี้คือ ความหลากหลายของประเภทบริการ การแจ้งราคาที่เป็นมาตรฐานชัดเจน มีจุดหมายปลายทางครอบคลุมทั่วโลก มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มีความชำนาญและความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง และมาตรการด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า

ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs จำแนกตามการใช้บริการของบริษัททั้ง 3 แห่ง ได้แก่บริษัท FedEx บริษัท DHL และบริษัท ไปรษณีย์ไทย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกันในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่เลือกใช้บริการระหว่างบริษัท FedEx กับบริษัทไปรษณีย์ไทย และกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่เลือกใช้บริการระหว่างบริษัท DHL กับบริษัทไปรษณีย์ไทย ส่วนกลุ่มอื่นพบว่าไม่แตกต่างกัน ด้านราคาและด้านทำเลที่ตั้งพบว่าไม่แตกต่างกันเมื่อบริษัทที่เลือกใช้แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรพบว่ามี ความแตกต่างกันตามผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศทุกกลุ่ม