

**ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ  
(Freight Forwarder) กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD.**

ชวัลวิทย์ อินทรศักดิ์

**บทความ**

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ(Freight Forwarder) กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD. มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder) กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD. 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ(Freight Forwarder) ที่สัมพันธ์ต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำ กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ ของบริษัท Bollore Logistics ระหว่าง เดือน สิงหาคม ถึง พฤศจิกายน 2564 จำนวน 212 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยใช้สถิติ One-way ANOVA และ Pearson  $\chi^2$

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าของบริษัท Bollore Logistics ประเภทของลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น ผู้ส่งออกสินค้า (Shipper) มีรูปแบบของธุรกิจเป็น บริษัทจำกัด และลูกค้าของบริษัท Bollore Logistics มีระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ลูกค้าให้ความสำคัญในด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไข การชำระเงินเป็นลำดับแรกและจากการเปรียบเทียบ ปัจจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับ ระดับการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder) ซ้ำของลูกค้ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder)

## Abstract

This research is the study of factors affecting the use of management services. International Freight Forwarder Case Study: Bollore Logistics CO., LTD. Objectives 1) to study the factors affecting the use of management services. International Freight Forwarder Case Study: Bollore Logistics CO., LTD. 2) to study the factors in using the management service. International shipping by sea (Freight Forwarder) in relation to Re-use of the service Case study: Bollore Logistics CO., LTD. The sample group used in this research was 212 customers who used Bollore Logistics international freight forwarding services between August and November 2021. Use questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in the analysis of personal factors were frequency, percentage, mean and standard deviation, and comparing personal factors with quality of work life using statistics One-way ANOVA and Pearson  $\chi^2$

The results of the research revealed that Bollore Logistics customers, most of the customers are Shipper, whose business is a limited company, and Bollore Logistics customers have a level of factors affecting the use of freight management services. International ships, including all four aspects, are at the highest level. Customers prioritize service rates and payment terms by comparison. Respondents status factors and customer decision making levels to re-use freight forwarders were statistically correlated at the .05 level.

Keywords: International shipping by sea (Freight Forwarder)

## ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ หรือ International Logistics Services คือ การวางแผนควบคุมกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งตามความต้องการหรือข้อตกลงของลูกค้า และการส่งสินค้าจะต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับและกฎหมายที่ตกลงกันได้ตามสัญญาการค้า ซึ่งระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศนับว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญมาก เพราะเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ ผลกำไร และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้ GDP ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น (Giztix,2562) ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ให้ความสำคัญกับมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้า เพราะการบริการของโลจิสติกส์นั้น เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ค่า GDP ของประเทศเพิ่มสูงขึ้น โลจิสติกส์จึงถือเป็นต้นทุนสำคัญที่จะทำให้ทางเศรษฐกิจของไทยเติบโตอย่างยั่งยืน แต่ในช่วงที่ผ่านมาทั่วโลกได้เกิดวิกฤตโรคระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ยกย่องให้เป็น “ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic)” ส่งผลกระทบผ่านห่วงโซ่อุปทานโลกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ รวมไปถึงปัญหาของการนำเข้า ส่งออกของประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การเดินเรือที่ล่าช้า ไม่ตรงตามตารางการเดินเรือของสายเรือสาเหตุมาจากบริษัทขนส่งได้มีการปรับลดเที่ยวเรือและขนาดของเรือเพื่อให้สอดคล้องกับระดับความต้องการใช้บริการที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้การขนส่งมีความล่าช้า ค่าขนส่งมีราคาสูงมากยิ่งขึ้น และส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตต่าง ๆ การขนส่งสินค้าทางทะเลยังต้องปรับเปลี่ยนมาตรฐานด้านสุขอนามัย ซึ่งจะได้รับการตรวจสอบเป็นพิเศษจากประเทศต่าง ๆ อีกทั้งอาจมีความจำเป็นต้องใช้ลูกเรือในระยะเวลาที่ยาวนานกว่าปกติ เนื่องจากหากทำการเปลี่ยนลูกเรืออาจจำเป็นต้องกักตัวตามระยะเวลาที่แต่ละประเทศกำหนด และหลายประเทศไม่อนุญาตให้มีลูกเรือเข้าไปพักในประเทศ ทำให้หลายบริษัทเกิดปัญหาขาดแคลนลูกเรือ นอกจากนี้ยังมีความต้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นของยุโรปและสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะความต้องการสินค้าจากจีนภายหลังจากการนำเข้าชะลอตัวไปในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 และเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเฉพาะสินค้าด้านสุขภาพและสินค้าเกี่ยวกับการทำงานที่บ้าน อย่างไรก็ตามอัตราการส่งออกสินค้าจากยุโรปและสหรัฐอเมริกายังคงมีน้อย ทำให้บริษัทจำเป็นต้องรอรอบการรับสินค้า (turnaround times) เป็นเวลานาน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ(Freight Forwarder) กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD. เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา หรือปรับปรุงการให้บริการของบริษัทและเพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงาน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder) กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD.
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder) ที่สัมพันธ์ต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำ กรณีศึกษา : Bollore Logistics CO.,LTD.

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยของประเภทผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ และรูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยในการใช้บริการจัดการขนส่งที่แตกต่างส่งผลให้มีการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ ของบริษัท Bollore Logistics ระหว่าง เดือน สิงหาคม ถึง พฤศจิกายน 2564 จะใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 212 คน โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำศึกษาศาสนภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ประเภทของผู้ส่งออก) จากรายชื่อลูกค้าของบริษัท และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ (Freight Forwarder)
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม ถึง ธันวาคม 2564

### แนวคิด ทฤษฎี ตลาดบริการ

สุธี นาทวรทัต (2547) ได้กล่าวไว้ว่า โดยหลักทั่วไปแล้วการจัดการที่เกี่ยวข้องเนื่อง การตลาดของสินค้าที่ได้ศึกษามาอาจนำมาปรับใช้ในการจัดการในเรื่องการตลาดบริการได้ด้วย เพียงแต่ว่าโดยที่ลักษณะของบริการ มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างกับลักษณะของสินค้าอยู่ในบาง ประการ ลักษณะพิเศษดังกล่าวทำให้การพิจารณากำหนดส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ อาจมีความแตกต่างไปจากเรื่องของสินค้าบ้างได้แก่

1. การวางแผนและพัฒนาบริการ (Planning and Developing Service) บริการมีลักษณะ เหมือนกับสินค้าในข้อที่ว่าต้องมีการปรับปรุงรูปแบบให้อยู่ในความต้องการของผู้ซื้ออยู่เสมอ สิ่งใดที่ไม่ตรงกับความต้องการของยุคสมัยนั้นก็ต้องปรับเปลี่ยน เมื่อมีการแข่งขันเข้มข้นมากขึ้น ก็ต้องปรับปรุงการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งกัน รวมไปถึงขั้นตอนการให้บริการ

2. การกำหนดราคา (Price) เป็นเรื่องที่ต้องใช้ความคิดริเริ่ม และความสันทัดของผู้บริหารงานเป็นพิเศษด้วยเหตุผลที่สืบเนื่องจากลักษณะของบริการที่ว่า บริการเป็นสิ่งที่เก็บรักษาไว้รอการจำหน่ายไม่ได้ และความต้องการใช้บริการก็เปลี่ยนแปลงง่าย ลูกค้าจะเลื่อนการซื้อออกไปหรืออาจจะทำงานบริการนั้นด้วยตนเองหากจำเป็นต้องซื้อบริการในราคาสูง บริการหลายประเทศรัฐเข้ามาแทรกแซงในเรื่องของการกำหนดราคา เพราะถือว่าเป็นเรื่องที่มีผลต่อประชาชนเมื่อเอกชนได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบการ

3. การจัดจำหน่าย (Distribution or place) การบริการส่วนใหญ่เป็นการขายตรงจากผู้ผลิต (ผู้ขาย) บริการไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ จะไม่มีการใช้คนกลางเมื่อการให้บริการเป็นเรื่องที่ผู้ขายต้องทำงานเอง พนักงานขาย พนักงานที่ให้บริการก็มีส่วนสำคัญในการบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่ได้เป็นตัวตนเหมือนสินค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดที่จะใช้สำหรับบริการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากสำหรับผู้บริหารจึงต้องใช้วิธีการทางอ้อม โดยเน้นพนักงานขายและการโฆษณาหรือจัดกิจกรรมเป็นหลัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ (Satisfaction Service) ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการระดับเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) คือในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา

3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Ample Service) คือการยึดประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักไม่ยึดตามความพอใจของหน่วยงาน

4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

จากที่ได้ศึกษามานี้ จะเห็นว่า แนวคิดการตลาดบริการส่วนใหญ่จะเน้นพนักงานผู้ให้บริการ สถานที่ ระบบการให้บริการ ราคาต้องสอดคล้องกับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อพิจารณาแนวคิดการตลาดแล้ว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแนวคิดการตลาดบริการของ สุทธิ นาทวรทัต มีรายละเอียดและลักษณะที่คล้ายคลึงกับการให้บริการของบริษัท Bollore Logistics ผู้วิจัยขออ้างอิงแนวคิดนี้ และแก้ไขเพื่อให้อยู่รูปแบบของการให้บริการการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ โดยปรับปรุงจาก 1) การวางแผนและพัฒนาบริการ (Planning and Developing Service) เป็น ด้านระบบและขั้นตอนบริการ 2) การกำหนดราคา (Price) เป็น ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน 3) การจัดจำหน่าย (Distribution or place) เป็น

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็น ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อให้เข้าใจง่าย เห็นภาพของการบริการและสอดคล้องกับการให้บริการด้านขนส่งของบริษัท Bollore Logistics

### ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

วรรตต์ อินทสระ (2555) ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งเกิดจากการประเมินทางเลือกในตัวสินค้า จนทำให้เกิดความเชื่อมั่น การนึกถึงและหรือตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา การที่ผู้บริโภครักและศรัทธาในตราสินค้าหนึ่งจนยาก ที่จะเปลี่ยนใจไปใช้สินค้าอื่น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้านั้น ความซื่อสัตย์ต่อ ตราสินค้านั้นมีหลายระดับ ผู้บริโภคมีความพอใจต่อสินค้าตราสินค้าใดสินค้านั้นและซื้อสินค้านั้นด้วยความเคยชินความยากของการสร้างความภักดีในสินค้านั้น

ศิริพงษ์ จินะบุญเรือง (2542) ความภักดีในตราสินค้า หมายถึง ความภักดีต่อตราสินค้าที่ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้านั้นซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าซื้อสินค้าตราสินค้านั้นอีกหลายๆ ครั้ง เนื่องจากลูกค้าได้เรียนรู้ว่าสินค้านั้นสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะเน้นการสำรวจ เพื่อใช้เป็นวิธีการอธิบายข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยคือแบบสอบถาม จากนั้นนำไปสรุปผลการวิจัยในประเด็นเกี่ยวข้องกับระดับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ จำแนกสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับโอกาสการกลับมาใช้ซ้ำ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ รูปแบบของธุรกิจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (checklist) มีจำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือของลูกค้า โดยลักษณะของแบบสอบถามตามแบบประเมินค่า Likert scale (Likert,1970) มี 4 ด้าน ได้แก่ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านระบบและขั้นตอนบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 16 ข้อ

พร้อมทั้งนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป กำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยใช้ค่าทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

## 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics )

1.1 วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ 2. รูปแบบของธุรกิจ โดยใช้ค่าสถิติ คือ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ(Percentage)

1.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ(Freight Forwarder) ของ Bollore Logistics CO.,LTD. โดยใช้ค่าสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 วิเคราะห์ระดับโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยใช้ค่าสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 2. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics)

2.1 วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือกับโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ ทดสอบโดยใช้สถิติ (F-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการจัดการ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ ของลูกค้าบริษัท Bollore Logistics CO.,LTD. ทดสอบโดยใช้สถิติ (Pearson  $\chi^2$ )

## สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกสินค้า (Shipper) จำนวน 191 ราย รูปแบบของธุรกิจเป็น บริษัทจำกัด จำนวน 195 มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 มากที่สุด คือ ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน รองลงมา ด้านระบบและขั้นตอนบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และน้อยที่สุดคือด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามกับโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า พบว่าประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ และรูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือของลูกค้า ที่มีระดับสูงมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือของลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้านเพื่อพิจารณารายได้พบว่า ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน ลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics คำนึงและให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าทางบริษัท Bollore Logistics มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในเรื่องราคา มีเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินเป็นที่พึงพอใจกับลูกค้า (Credit Term) เงื่อนไขในการส่งออก ความชัดเจนของอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rate) เมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดธุรกิจเดียวกัน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ 2. ด้านพนักงานผู้ให้บริการเป็นอันดับที่ 2 เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า พนักงานของบริษัทมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านการขนส่ง มีประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถเจรจากับชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี 3. ด้านระบบและขั้นตอนบริการ ลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือด้านระบบและขั้นตอนบริการ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics มีการให้บริการที่ครบวงจร และมีมีเครือข่ายการให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่ครอบคลุมทั่วโลก 4. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าหากทางบริษัทต้องการเพิ่มยอดขาย ทางบริษัทควรมีปัจจัยหรือกิจกรรมจูงใจลูกค้าในด้านต่างๆเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้ซ้ำ

## ข้อเสนอแนะ

อัตราการตัดสินใจใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ(Freight Forwarder) ชำของลูกค้านิติบุคคล Bollore Logistics อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ได้แก่ ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ รูปแบบของธุรกิจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบและขั้นตอนบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ รูปแบบของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำ ประเภทของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศทางเรือ ที่ใช้บริการกับทางบริษัทมากที่สุดคือผู้ส่งออกสินค้า (Shipper) ในรูปแบบของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ทางบริษัท Bollore



Logistics จำเป็นต้องดูแลลูกค้ากลุ่มนี้เพื่อให้เป็นลูกค้าประจำของบริษัท และจัดหาลูกค้ากลุ่มตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Trader) เพื่อเพิ่มโอกาสให้บริษัท เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีจำนวนที่น้อยมาก

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางเรือของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบและขั้นตอนบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระเงิน ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่ทางบริษัท Bollore Logistics มีนั้น มีความสัมพันธ์กับอัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันความต้องการของทางลูกค้าย่อมมีการเปลี่ยนแปลง รวมไปถึงปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ทัศนคติของลูกค้า กฎหมายทางค้า การขนส่ง ดังนั้นทางบริษัท Bollore Logistics จะต้องมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในระยะยาว

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพที่ลูกค้าคาดหวัง และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างละเอียด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพทางการขนส่งเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจทางการขนส่ง

2. ศึกษากระบวนการจัดการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกิจการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และสภาพปัญหาการดำเนินงานธุรกิจขนส่งในแต่ละประเภท เพื่อพัฒนาศักยภาพให้เติบโตสู่การจัดการ โซลูชันและ โลจิสติกส์ เพื่อรองรับการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจ

### บรรณานุกรม

วรัตต์ อินทสระ. (2553). Brand Communication ความหมายของการสื่อสารตราสินค้า. ค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://goo.gl/Ha1hHF>

ศิริพงษ์ จินะบุญเรือง. (2542). ความสัมพันธ์ของการรับรู้ราคา ตรีหือสินค้า และการรับรู้อิทธิพลของผู้อื่นกับความเต็มใจซื้อเสื้อผ้ามีตราหือ. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สุธี นาทวรทัต. (2547). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Gizix. (2562) การขนส่งระหว่างประเทศ International Logistics Services. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 1, 2564. จาก <https://blog.gizix.com/การขนส่งระหว่างประเทศ-international-logistics-services>