

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ
Factors Affecting in The Selection of The Freight Forwarder

ชนิดา สุภรังสรรค์

Tanida Suppharangsarn

สาขาวิชาธุรกิจการบิน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

*ผู้ประสานงานหลัก อีเมล: tanida.su@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 56 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

1. พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี และมีตำแหน่งในระดับพนักงาน
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ คือ พบว่าในภาพรวมทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินมากที่สุด คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านตารางเวลา และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำหลัก: การตัดสินใจ, สายการบิน, การขนส่งสินค้า

Abstract

The purpose of this research is to study the factor affecting in the airline selection of the freight forwarder companies in Bangkok metropolis and around areas. The samples of this research are 56 employees who working about export cargo department in the freight forwarder companies. The survey for this research uses questionnaire as tools for data collecting. The statistical data is processed by using a computer software program. The statistical methods used in data analysis are percentage, mean, standard deviation. Resulting are as following :

1. The most of respondents who employment in export department in freight forwarders companies in Bangkok metropolis and around areas are female with age more than 40 years old, graduated bachelor's degree, experience more than 10 years. They are staff level.
2. The most of factors affecting that the freight forwarder uses to selection airline is place, second is time schedule, and the least is promotion

Keywords: Selection, Airlines, Cargo

บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันมีเทคโนโลยีก้าวล้ำมากมายในการติดต่อสื่อสาร ทำให้การสั่งซื้อสินค้าทำได้ง่ายขึ้น ทำให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้รับความนิยมมากขึ้น ตั้งแต่การนำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ไปจนถึงการนำเข้าเครื่องจักร เข้ามาเพื่อการผลิต , ประกอบเพื่อเพิ่มมูลค่า , การพักสินค้า , และส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เพื่อจัดจำหน่ายและส่งออกสินค้าให้กับลูกค้าปลายทาง

จากสภาพการณ์เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการได้รับความนิยมในเรื่องการขนส่งสินค้าเป็นอย่างมาก การขนส่งจึงนับว่าเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจการค้าทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ จึงส่งผลให้มีตัวแทนการขนส่งสินค้าทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ทั้งในกรุงเทพ และปริมณฑลรวมถึงจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งการขนส่งสินค้าที่ดี เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสินค้าหรือผู้ซื้อพึงพอใจในการได้รับสินค้า ทั้งนี้ในมุมมองของการขนส่งสินค้าเพื่อดำเนินการค้าทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศนั้น ก็คือ การขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพ, สะดวก, ราคาเหมาะสม, และรวดเร็วทันเวลา จึงเป็นที่ต้องการในตลาด และการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วที่สุดก็คือ การขนส่งสินค้าทางอากาศ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวและมีการแข่งขันสูงในด้านการขนส่งสินค้าของธุรกิจสายการบิน เพื่อส่งออกสินค้าไปยังผู้ซื้อปลายทางให้ผู้รับสินค้าโดยใช้ระยะเวลาอันสั้น และทันเวลา แต่ในขณะที่เดียวกันการขนส่งสินค้าทางอากาศก็มีข้อจำกัดมากมาย เช่น น้ำหนักสินค้า, ชนิดของสินค้า, ราคา เป็นต้น ทำให้บรรดาบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า ต้องพิจารณาเลือกสายการบิน จากปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการขนส่งสินค้านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ (ณัฐธา อ่ำไพ , 2556) ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศสามารถทำการขนส่งสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าปลายทาง ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการค้นคว้าและระบุถึงปัจจัยต่างๆ ในการเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งผลจากการทำวิจัยในเรื่องนี้จะส่งผลให้ผู้ดำเนินการทางด้านธุรกิจสายการบิน ในส่วนของการขนส่งสินค้า ตระหนักถึงปัจจัยที่ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในการขนส่งสินค้า และนำผลงานวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการบริการ และตอบสนองความต้องการของตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อจำแนกปัจจัยต่างๆ ในการเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Study) ในลักษณะของการศึกษาเปรียบเทียบเชิงเหตุและผล (Casual – Comparative Study) โดยมุ่งการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในการทำการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยมีกลุ่มประชากร คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 56 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 56 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้วิธีการสุ่มตามขนาดของสถานประกอบการ คือ 1) สถานประกอบการขนาดเล็ก และ 2) สถานประกอบการขนาด

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NEUNIC 2017

21 July 2017 North Eastern University

ใหญ่ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มพนักงานระดับผู้จัดการและพนักงานแผนกขนส่งสินค้าขาออกตามสัดส่วนเพื่อให้ได้จำนวนพนักงานระดับผู้จัดการและพนักงานที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำเสนอโดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 56 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามเลือกตอบและแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ลักษณะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ

การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ และดำเนินการหาประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษา (Wording) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: OIC) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ โดยวิธีของ ครอนบาค (Cronbach alpha Procedure) ในรูปของสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.960

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามกับพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 56 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัย

1.) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง 29 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมา คือ เพศชาย 27 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 พนักงานส่วนใหญ่มีช่วงอายุมากกว่า 40 ปี มากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมา คือช่วงอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 36 - 40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 พนักงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุดจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 รองลงมา คือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และน้อยที่สุด คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งพนักงาน มากที่สุดจำนวน 39 คน คิด

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NEUNIC 2017
21 July 2017 North Eastern University

เป็นร้อยละ 69.60 รองลงมา คือมีตำแหน่งผู้จัดการ / หัวหน้างาน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 พนักงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี มากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมา คือมีประสบการณ์ทำงาน 1 – 3 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 และน้อยที่สุด คือ มีประสบการณ์ 4 – 5 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

2.) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า ในภาพรวมทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.78) และด้านที่สูงที่สุด คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือด้านตารางเวลา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

3.) ผลการวิเคราะห์จำแนกปัจจัยต่าง ๆ ในการเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ พบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านราคา โดยภาพรวมมีการความคิดเห็นในระดับดี ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.78) และข้อที่สูงที่สุด คือ ราคาค่าขนส่ง (Freight) มีความเหมาะสมกับปริมาณ (Volume) เช่น ค่าน้ำมัน, เอกสาร, Crisis เป็นต้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.82) รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นไปตามมาตรฐานของสายการบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม มีการความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.78) และข้อที่สูงที่สุด คือ การส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ด้านราคาและบริการของสายการบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ การโฆษณา โดยการนำเสนอราคาและบริการของสายการบินให้กับผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านตารางเวลา โดยภาพรวม มีการความคิดเห็นในระดับดี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.75) และข้อที่สูงที่สุด คือ ความเหมาะสมของตารางเวลาทั้ง Departure และ Arrival มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ตารางเวลามีความตรงต่อเวลา (On Schedule) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.82) และข้อที่น้อยที่สุด คือ ตารางเวลาไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.84) และ Transit Time ที่ใช้ที่ไต่ในแต่ละเที่ยวบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านความยืดหยุ่นของบริการ โดยภาพรวม มีการความคิดเห็นในระดับดี ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.87) และข้อที่สูงที่สุด คือ การอำนวยความสะดวกในการรับสินค้าที่คลังสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 1.04) รองลงมา คือ ความเข้มงวดในเรื่องข้อกำหนดเวลาในการรับสินค้าที่คลังสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.91) และข้อที่น้อยที่สุด คือ ความเข้มงวดในเรื่องข้อกำหนดในการรับขนส่งสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวม มีการความคิดเห็นในระดับดี ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.76) และข้อที่สูงที่สุด คือ มีการใช้บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.78) และสินค้าและบริการ มีสภาพสมบูรณ์จนกระทั่งสินค้าถึงสนามบินปลายทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม มีการความคิดเห็นในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.78) และข้อที่สูงที่สุด คือ ความสะดวกในการจองพื้นที่ระวางผ่านระบบ Online/Website มีความคิดเห็นอยู่ใน

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NEUNIC 2017
21 July 2017 North Eastern University

ในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.78) และความสะดวกในการจองพื้นที่ระหว่างทางโทรศัพท์ผ่าน Sales หรือแผนก Reservation ของสายการบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลสรุปผลการวิจัยในแต่ละข้อ ซึ่งไปสอดคล้องกัน สุภาภรณ์ ส่องแสง (2558) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้นำไปใช้เป็นบทสรุปคัดย่อ

1. การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และ ประสบการณ์ทำงาน ในการเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง 29 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 พนักงานส่วนใหญ่มีช่วงอายุมากกว่า 40 ปี มากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุดจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งพนักงาน มากที่สุดจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 69.60 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี มากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 ตามลำดับ

2. ลักษณะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ

จากการวิจัยพบว่า ในภาพรวมทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ ส่องแสง (2558) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการบริษัทบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ผู้วิจัยได้นำไปใช้เป็นบทสรุปคัดย่อ

2.1 ด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งราคาค่าขนส่ง (Freight) มีความเหมาะสมกับปริมาณ (Volume) เช่น ค่าน้ำมัน, เอกสาร, Crisis เป็นต้น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เป็นไปตามมาตรฐานของสายการบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ราคานั้นจะต้องเป็นราคาที่ลูกค้าพอใจ รวมไปถึงการให้ส่วนลดราคา (Discount) ส่วนยอมให้ (Allowance) และการให้สินเชื่อและระยะเวลาในการชำระเงิน (Credit Term) ทั้งนี้การกำหนดราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และสามารถแข่งขันได้

2.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ด้านราคาและบริการของสายการบิน และการโฆษณา โดยการนำเสนอราคาและบริการของสายการบินให้กับผู้ประกอบการ สอดคล้องกับฤทธิ์ วงษ์มณฑา (2554) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินในประเทศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือการรับรู้สื่อโฆษณาของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และเงื่อนไขด้านการลดราคาในแต่ละเที่ยวบิน

2.3 ด้านตารางเวลา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีความเหมาะสมของตารางเวลาทั้ง Departure, Arrival และ ตารางเวลาที่มีความตรงต่อเวลา (On Schedule) รวมถึงตารางเวลาไม่มีการเปลี่ยนแปลง, Transit Time ที่ใช้ที่ใช้ในแต่ละเที่ยวบิน

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NEUNIC 2017 21 July 2017 North Eastern University

สอดคล้องกับงานวิจัยของพิสิฐ มหามงคล (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการในระดับมาถ้านการตรงต่อเวลา การเข้า – ออกของเครื่องบิน การแจ้งให้ทราบอย่างรวดเร็วในกรณีเครื่องบินเสียเวลา

2.4 ด้านความยืดหยุ่นของบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการอำนวยความสะดวกในการรับสินค้าที่คลังสินค้า มีและมีความเข้มงวดในเรื่องข้อกำหนดเวลารับสินค้าที่คลังสินค้า รวมถึงความเข้มงวดในเรื่องข้อกำหนดในการรับขนส่งสินค้า

2.5 ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการใช้บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า และสินค้าและบรรจุภัณฑ์ มีสภาพสมบูรณ์จนกระทั่งสินค้าถึงสนามบินปลายทาง รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนสิดา โขจิตธัญญสิทธิ์ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ในปัจจัยด้านการบริการมากที่สุด โดยเฉพาะการมีบริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา ถูกต้องตรงตามคำสั่ง มีอุปกรณ์ เครื่องมือในการบริการที่ได้มาตรฐาน และมีการบริการแบบครบวงจร

2.6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสะดวกในการจองพื้นที่ระหว่างผ่านระบบ Online/Website และความสะดวกในการจองพื้นที่ระหว่างทางโทรศัพท์ผ่าน Sales หรือแผนก Reservation ของสายการบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญวิทย์ พรภักดิ์รัตน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนรับจัดการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศของผู้ส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง และในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสถานที่ตั้งของบริษัทขนส่งสินค้าต้องมีความสะดวกในการติดต่อ เช่น มีที่จอดรถของผู้มาติดต่อสะดวกและเพียงพอ หรืออยู่ใกล้บริษัทของผู้ส่งออก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้ทำการกำหนดสายการบิน จึงทำให้มีขอบเขตของข้อมูลที่ค่อนข้างกว้าง ฉะนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเจาะจงสายการบิน เพื่อให้ได้ผลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ สายการบินควรให้ความสำคัญ สนับสนุน และส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอทั้งราคาและการบริการที่หลากหลายของสายการบินให้กับบริษัทตัวแทน เพื่อให้สายการบินเป็นที่รู้จักมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดีจาก อาจารย์นิชรา พรสุริวงษ์ สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความเมตตาช่วยเหลือ ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.วารภรณ์ เต็มแก้ว ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม และคณะอาจารย์สาขาวิชา Aviation Management ทุกท่านได้อบรมสั่งสอนวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลา เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในงานวิจัยครั้งนี้
สุดท้าย ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NEUNIC 2017
21 July 2017 North Eastern University

เอกสารอ้างอิง

- กาญจน์ลีดา โฆษิตชัยญูสิทธิ์. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม**. บทความวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- เกศรา จันทร์จรัสสุข. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้าง เทสโก้โลตัสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญวิทย์ พรภัทรรัตน์. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเลของผู้ส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังและในจังหวัดสมุทรสาคร**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 6 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2006:2010-07-06-15-01-31&catid=39:import-export&Itemid=85
- ชลธิชา กิ่งจำปา และดร.วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกผู้ให้บริการรถขนส่งสินค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์จังหวัดฉะเชิงเทรา**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ณัฐฐา อำไพ. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบิน ต้นทุนต่ำ หรือ สายการบินหลักของนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐธิดา สระธรรม และดร.ไกรชิต สุตะเมื่อง. (2557). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทราเวล เอเจนซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วารสารการวิจัยทางธุรกิจ และการบริหาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2557 มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นฤทธิ์ วงษ์มณฑา. (2554). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรพล เขาวงษ์. (2559). **การศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารสายการบินเจ็ทแอร์เวย์ส**. บทความวิจัยวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาสังคม). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2546) **การส่งเสริมการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 02 พฤษภาคม 2560. จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch10.htm>
- วุฒิชัย จ้านงค์. (2523). **พฤติกรรมการตัดสินใจ**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุภาภรณ์ ส่องแสง. (2558). **ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร**. บทความวิจัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ส.อ.ถนอม บริคุต. (2557) **ส่วนผสมทางการตลาด Philip Kotler**. สืบค้นเมื่อ 02 พฤษภาคม 2560. จาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/บทที่-1-แนวคิดทฤษฎีทางการ/>
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management**. 10th ed. New Jersey: Simon & Schuster.