

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ของบริษัทส่งออกปลาสวยงามของไทย

### FACTORS INFLUENCING OF TRANSPORTATION FIRMS SELECTION OF THAI ORNAMENTAL FISH EXPORTERS

ศิริอร สอนงค์

Sirion Son-ong

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha University

Received: May 9, 2018 / Revised: January 9, 2019 / Accepted: January 28, 2019

#### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสวยงามของไทย โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทส่งออกปลาสวยงาม ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารบริษัทส่งออกปลาสวยงามที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครปฐม ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 66 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) การเปรียบเทียบรายคู่ (Scheffe's Method) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาคือ 1) ด้านความรวดเร็ว 2) ด้านความปลอดภัย 3) ด้านความสะดวกสบาย 4) ด้านความน่าเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา 5) ด้านการเงิน 6) ด้านบุคลากร ที่มีต่อลักษณะของบริษัทส่งออกปลาสวยงาม ได้แก่ ขนาดทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินกิจการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

ผลการวิจัยพบว่า บริษัทส่งออกปลาสวยงามของไทยให้ความสำคัญต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ด้านการเงินมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับราคาค่าขนส่งมีความเหมาะสม รองลงมาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรวดเร็ว ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบาย ด้านความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลา และด้านบุคลากร ส่วนผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสวยงามของไทยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทพบว่า บริษัทส่งออกปลาสวยงามที่มีขนาดทุนจดทะเบียน ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า บริษัทส่งออก ปลาสวยงาม

Corresponding Author

E-mail: sirion.so@ssru.ac.th

## Abstract

This research aimed to study and compare the importance levels of factors influencing the selection of transportation firms for Thai ornamental fish exporters, as classified by company background. The survey research methodology was used. The research sample consisted of 66 Thai ornamental fish exporting companies in Bangkok and Nakhon Pathom, obtained by simple random sampling. The sample size was determined based on Krejcie and Morgan's Sample Size Table. The research instrument was a questionnaire and the data was analyzed using the frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, Scheffé's LSD test and content analysis. The factors to be studied were 1) speed, 2) safety, 3) convenience, 4) reliability and punctuality, 5) finance, 6) personnel affecting the characteristics of ornamental fish exporters, i.e. registered capital, period of operation, and frequency per month of service usage.

The results showed that Thai ornamental fish exporters gave the highest importance level to the financial factor of transportation firms in terms of appropriate transportation cost, followed by the factors of speed, safety, convenience, reliability and punctuality, and personnel, all of which were rated at the high level. As for comparison of levels of importance as classified by company background, it was found that Thai ornamental fish exporters with different registered capitals, periods of operation, and frequency per month of service usage differed significantly at the .05 level of significance in their selection of factors of transportation firms.

**Keywords:** Transportation Firm, Exporting Company, Ornamental Fish

## บทนำ

ธุรกิจการส่งออกปลาสวยงามยังคงมีโอกาสขยายตลาดส่งออกอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการในตลาดโลก ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 3 มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 12.80 และส่งออกปลาสวยงามไปสู่ประเทศต่างๆ ประมาณ 75 ประเทศทั่วโลก (UN comtrade, 2013) ในปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณส่งออก 66,730,718 ตัว คิดเป็นมูลค่า 430,003,764.16 บาท โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลากัดปลาหางนกยูง และปลาหมอสี (Suvarnabhumi Airport Fish Inspection Office, 2017) ลดลงจากปี พ.ศ. 2554 มีมูลค่าการส่งออก 673.10 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าการส่งออก 606.62 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2552 มีมูลค่าการส่งออก 618.94 ล้านบาท (Dumchu, 2012: 4)

ในส่วนของบริษัทส่งออกปลาสวยงามมีการดำเนินกิจกรรมหลัก (Core Business) เกี่ยวกับกระบวนการบรรจุและหีบห่อใหม่ (Repacking) รวมถึงการจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) ซึ่งบริษัทส่งออกปลาสวยงามเป็นผู้รับปลาสวยงามจากผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลาง และเป็นผู้จัดส่งปลาสวยงามให้กับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งเป็นกิจกรรมสนับสนุนของการทำธุรกิจส่งออกปลาสวยงาม แต่ในปัจจุบันการแข่งขันในอุตสาหกรรมปลาสวยงามรุนแรงขึ้น บริษัทส่งออกปลาสวยงามจึงให้ความสนใจต่อความสามารถหลักในการแข่งขันมากขึ้น เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว รวมทั้งจัดหางค์กรอื่นที่มีความชำนาญในส่วนที่ไม่ใช่หน้าที่หรือความสามารถหลักของบริษัทส่งออกมาดำเนินการแทนในกิจกรรมนั้น ซึ่งในปัจจุบัน

บริษัทส่งออกปลาสดขงนิยมใช้ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) หรือผู้ให้บริการขนส่งสินค้าสำหรับดำเนินการทั้งในส่วนของการขนส่งปลาจากบริษัทส่งออกไปยังสนามบิน รับจองระวางสินค้ากับสายการบิน และจัดการเอกสารเกี่ยวกับการส่งออกปลาสดขงในระบพวิธีการศุลกากร

โดยธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ได้พัฒนาอย่างรวดเร็วมากในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่แข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น มีการเติบโตทั้งจำนวนและขนาดของบริษัทมากขึ้นเรื่อยๆ (Sukhotu, 2014: 3) โดยในปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย จำนวน 13,234 ราย (Department of Trade Negotiations, 2012: 15) ในภาพรวมพบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย เป็นผู้ประกอบการไทยประมาณร้อยละ 70 และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท โดยทุนจดทะเบียนรวมของบริษัทที่ประกอบการในอุตสาหกรรมประเภทนี้มีทั้งสิ้น 7,586 ล้านบาท เป็นบริษัทของคนไทยมีทุนจดทะเบียนรวมประมาณ 3,593 ล้านบาท ส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (International Institute for Asia Pacific Studies Bangkok University, 2010: 43)

การขนส่งที่มีประสิทธิภาพนอกจากต้องสามารถรับและส่งมอบปลาสดขงให้ตรงเวลา ปลาอยู่ในสภาพดี สมบูรณ์ และไม่ตายแล้ว ต้นทุนควรอยู่ในระดับที่เหมาะสมด้วย นอกจากนี้การดำเนินการขนส่งที่มีประสิทธิภาพยังถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรได้อีกทางหนึ่งด้วย ดังนั้นการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความมั่นใจในการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งในภาวการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน (Sinthukhammoon, 2017: 4) เพราะเมื่อใดที่ลูกค้าเกิดความไม่พอใจหรือไม่เชื่อมั่นในการบริการแล้ว องค์กรก็ไม่สามารถที่จะดำรงและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ และการที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการแต่ละแห่งต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็

การสร้างความได้เปรียบทางด้านราคา การพัฒนาสินค้าและการบริการให้ดีและทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดขงของไทย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาคือ 1) ด้านความรวดเร็ว 2) ด้านความปลอดภัย 3) ด้านความสะดวกสบาย 4) ด้านความน่าเชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา 5) ด้านการเงิน 6) ด้านบุคลากร ตามหลักการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ (Aphiprachayasakul, 2007: 108) เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้มานั้นไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า อีกทั้งยังสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจด้วยความมั่นคงมากขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดขงของไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดขงของไทย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัท ระยะเวลาดำเนินกิจการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับใช้กับการกำหนดกรอบแนวคิด และการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งเป็นทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งประกอบไปด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงระบบการจัดการ การจัดหา การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ และการส่งสิ่งของทุกสถานะ โดยมีการบริการ และการบริหารข้อมูล เพื่อให้การเคลื่อนย้ายสิ่งของ จากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า ในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด มีระบบ การสื่อสารข้อความเป็นตัวเชื่อมและมีเทคโนโลยีสนับสนุน เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค ซึ่งหัวใจหลักคือ การจัดการด้านเวลา และสถานที่ของวัตถุที่จะเคลื่อนที่ ผ่านไปยังส่วนต่างๆ ของระบบการผลิตและการบริการ ทั้งนี้เราควรพิจารณาการเคลื่อนที่ และการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นนี้ในลักษณะของการมองเชิงระบบโดยรวม (Holistic View) ซึ่งหมายความว่า ในการพิจารณาตัดสินใจดำเนินงานของแต่ละองค์ประกอบในระบบ การดำเนินงานโลจิสติกส์นั้น ซึ่งควรพิจารณาถึงผลได้ ผลเสียต่อทั่วทั้งระบบและประสิทธิภาพที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่เกิดขึ้นต่อระบบ โลจิสติกส์ในองค์กรด้วย (Boonsuk, 2007: 23)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่ง โดยประสิทธิภาพของการขนส่งมีองค์ประกอบดังนี้ (Kwaengsobha, 1994: 243) 1) ความรวดเร็ว 2) ความปลอดภัย 3) ความสะดวก และ Aphiprachayasakul (2007: 108) กล่าวว่า หลักการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ 1) ความรวดเร็ว 2) การประหยัด 3) ความปลอดภัย 4) ความสะดวกสบาย 5) ความแน่นอนเชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการขนส่ง คือ การที่ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการขนส่ง ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากด้านความรวดเร็ว ด้านการประหยัดต้นทุน ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบาย และอื่นๆ ที่เป็นผลให้การดำเนินธุรกิจบรรลุเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ เป็นแนวคิดที่อธิบายถึง กระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น

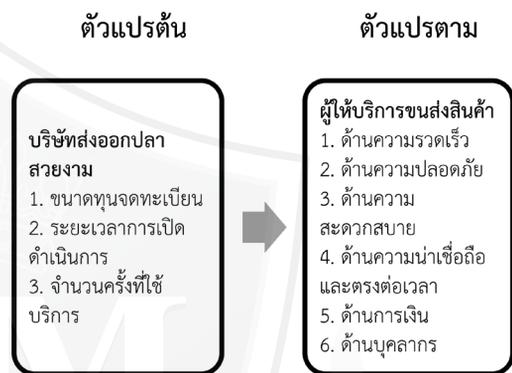
ในเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้ได้รับความสุข ความสะดวก สบายและเกิดความพึงพอใจจากการดำเนินงานนั้น ผู้ซื้อ จะพยายามหากฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพประโยชน์จาก บริการที่เขาได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อ สื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขาย บริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถ ตัดสินใจซื้อได้รวดเร็ว (Sererat & Laksitanon, 1998: 95-96) ได้แก่ 1) สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ 2) บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่น 3) เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงาน จะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ 4) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (communication material) วัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณา และเอกสารโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของ การบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า 5) สัญลักษณ์ (symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้า ที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมี ลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการบริการ 6) ราคา (price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสม กับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนก ระดับบริการแตกต่างกัน

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์สามารถสรุปได้ว่า บริษัทกลุ่มผู้ประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ให้ความสำคัญต่อการขนส่งสินค้าในด้านความปลอดภัยมากที่สุด เนื่องจาก ความปลอดภัยถือเป็นหัวใจหลักของทุกๆ กิจกรรม ซึ่งหากมีความเสียหายย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าและบริการโดยตรง นั่นหมายถึง ลูกค้าอาจสามารถเรียกค่า ทดแทนจากการประกันสินค้าและบริการได้ แต่สินค้า และบริการที่เสียหายไปนั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อส่วน อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมทางโลจิสติกส์ในกระบวนการ

ถัดไปที่จำเป็นต้องใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ อาจจะต้องหยุดกระบวนการไป ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่แฝงอยู่เป็นจำนวนมาก (Thongnak, 2013: 43) และยังให้ความสำคัญสำคัญกับด้านการตลาด ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ด้านบุคลากร และด้านการเงิน ซึ่งด้านบุคลากรที่เป็นปัญหามาก ได้แก่ การขาดความรู้ ความชำนาญของตัวผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของการให้บริการ ปัญหาที่พบมาก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าไม่ทันความต้องการลูกค้า (Boonsuk, 2007: 152) การขนส่งปลาที่มีคุณภาพไปยังตลาดเป้าหมายนับเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ทั้งคุณภาพน้ำ สภาพแวดล้อมระหว่างการขนส่ง ขบวนการเมตาบอลิซึมสามารถเกิดขึ้นหากการขนส่งไม่เหมาะสม ส่งผลให้ปลาตายได้ ดังนั้นการขนส่งปลาจะต้องใช้ความเร็ว และมีความชำนาญในการขนส่งปลา (Vutcharagomyothin, Panprommin, & Maneechay, 2012: 3) การขนส่งปลาสวยงามเพื่อการส่งออกนั้น รถที่ใช้ขนส่งจะต้องเป็นรถตู้ที่ปรับอากาศ เพื่อควบคุมอุณหภูมิในระหว่างการขนส่ง ป้องกันความเสียหายอันอาจจะเกิดขึ้นในกรณีฝนตกหรืออากาศร้อนเกินไป จะต้องใช้พนักงานที่มีความชำนาญในการขนส่งปลา และต้องใช้ความเร็วในการขนส่งไปยังสนามบิน (Aiemrattanalert, 2005: 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกจ้างผู้ให้บริการด้านการขนส่งเป็นหลัก และเลือกใช้บริการองค์กรของผู้ให้บริการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบการที่เป็นองค์กรของบริษัทข้ามชาติมีศักยภาพมากกว่าองค์กรของคนไทย ทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านเงินทุนและเครือข่ายกับองค์กรของผู้ใช้บริการเอง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะองค์กรของผู้ใช้บริการในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการใช้บริการระยะเวลาดำเนินการ ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีการเลือกผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะองค์กรผู้ให้บริการ

ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการพบว่า ลักษณะองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการใช้บริการสัญญาติ ขนาดขององค์กรก็มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย (Kosittanyasit & Kuntontbutr, 2012: 5)

ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



## วิธีการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารบริษัทส่งออกปลาสวยงามที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีบริษัทส่งออกปลาสวยงามมากที่สุดในประเทศ โดยกรุงเทพมหานครมีบริษัทส่งออกปลาสวยงามจำนวน 32 บริษัท จังหวัดนครปฐมมีบริษัทส่งออกปลาสวยงาม จำนวน 39 บริษัท รวม 71 บริษัท (Inland Fisheries Research and Development Division, 2014)

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารบริษัทส่งออกปลาสวยงามที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนครปฐม ได้มาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability) ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับสลาก เนื่องจากวิธีนี้เหมาะสำหรับประชากรที่มีบัญชีรายชื่อ และมีขนาดเล็ก และใช้วิธีการของเครจซี่และมอร์แกนเพื่อให้ทราบ

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 66 บริษัท

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน ซึ่งมีทั้งปลายปิดและปลายเปิดที่สร้างขึ้น จากแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดย เครื่องมือดังกล่าวได้รับการพิจารณาตรวจแก้ไข และ ผ่านการวิจารณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า ดัชนีความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.06 นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่เป็น ผู้ประกอบการกลุ่มบริษัทส่งออกปลาสด ซึ่งมีจำนวน 30 ชุด เพื่อมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถามในส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ปรากฏว่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์ หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.840 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถ นำแบบสอบถามไปใช้ได้

### วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการขอหนังสือขอความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามจากนักศึกษาหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม ถึงผู้บริหารบริษัท ส่งออกปลาสด ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ จังหวัดนครปฐม เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 การส่งแบบสอบถามและเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 66 ชุด และรวบรวมกลับมาภายใน 30 วัน

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ จากแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 4 จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อทำการศึกษ วิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

### วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับ คืนมา 66 ชุด แล้วนำมาตรวจความครบถ้วนสมบูรณ์

จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนมา ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูล จะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อศึกษาว่าปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท ส่งออกปลาสดขยับขึ้นอยู่กับตัวแปรใดเป็นสำคัญ โดยมี วิธีการดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูล ทั่วไปของกลุ่มบริษัทส่งออกปลาสด นำข้อมูลที่ได้ มาหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปร

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการ บริหารงานในการจัดส่งสินค้าของกลุ่มบริษัทส่งออก ปลาสด นำข้อมูลที่ได้มาหาความถี่ และค่าร้อยละ ของตัวแปร โดยเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการ ประเมินผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 เท่ากับ มากที่สุด 4 เท่ากับมาก 3 เท่ากับปานกลาง 2 เท่ากับ น้อย และ 1 เท่ากับน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านองค์กรผู้ว่าจ้างที่มีต่อปัจจัยในการเลือกใช้ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้านำ ข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการนำมาเปรียบเทียบเพื่อแปลความหมายกับเกณฑ์ ที่ตั้งไว้ จากนั้นทำการเปรียบเทียบระดับคะแนนของปัจจัย ในการเลือกใช้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการ ขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสด

### ผลการวิจัย

**ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออก ปลาสดของไทย**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่ง สินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 1 ได้แก่ ด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องราคาค่าขนส่ง

มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.65$ ) รองลงมาคือ การพิจารณาเงื่อนไขการให้ส่วนลด และการใช้เวลาในการชำระเงิน ( $\bar{X} = 4.54$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 2 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.33$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือและความมีชื่อเสียงของบริษัท ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมาคือ สามารถจัดส่งปลาสดให้กับลูกค้าในระยะเวลานั้นๆ หรือเวลาเร่งด่วน ภายในระยะเวลาที่กำหนดและตรงเวลาได้ ( $\bar{X} = 4.39$ ) และมีการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับและสามารถจัดส่งปลาสดตามเวลาที่กำหนด ( $\bar{X} = 4.19$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 3 ได้แก่ ด้านความรวดเร็ว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องการจัดส่งปลาสดถึงจุดหมายปลายทางได้ภายในเวลาที่กำหนด ( $\bar{X} = 4.59$ ) รองลงมาคือ มีเครือข่ายการขนส่งในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกัน ( $\bar{X} = 4.21$ ) และมีการใช้เส้นทางขนส่งที่แน่นอนทุกเส้นทาง ( $\bar{X} = 4.19$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 4 ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยให้แก่ปลาสด ( $\bar{X} = 4.34$ ) รองลงมาคือ สามารถติดตามการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายปลาสดได้ ( $\bar{X} = 4.28$ ) และมีการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของรถบรรทุกอย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 4.19$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 5 ได้แก่ ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ โดยมีความรู้ความสามารถและรอบรู้ในงานที่ปฏิบัติมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.33$ ) รองลงมาคือ มีอัธยาศัยดี มีมารยาทในการให้บริการ และจำนวนบุคลากรเพียงพอในการดำเนินงาน ( $\bar{X} = 3.86$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย ลำดับที่ 6 ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) โดยให้ความสำคัญในเรื่องอายุและสภาพการใช้งานของยานพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์ ( $\bar{X} = 4.33$ ) รองลงมาคือ มียานพาหนะ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนส่งที่พร้อมเพรียง และมีการแจ้งข่าวสารในการให้บริการให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 4.24$ )

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทส่งออกปลาสดของไทยและการทดสอบสมมติฐาน

#### สมมติฐานที่ 1

$H_0$ : ขนาดทุนจดทะเบียนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการขนส่งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ขนาดทุนจดทะเบียนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการขนส่งแตกต่างกัน

ทุนจดทะเบียนแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ขนาดเล็ก มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท 2) ขนาดกลาง มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท และ 3) ขนาดใหญ่ มีทุนจดทะเบียนเกิน 100 ล้านบาท

**ตารางที่ 1** การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกพลาสติกของไทยในภาพรวมจำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า	P-Value
ด้านความรวดเร็ว	0.034*
ด้านความปลอดภัย	0.000*
ด้านความสะอาดสบาย	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา	0.013*
ด้านการเงิน	0.000*
ด้านบุคลากร	0.427
<b>ภาพรวม</b>	<b>0.022*</b>

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### สมมติฐานที่ 2

$H_0$ : บริษัทส่งออกพลาสติกที่มีระยะเวลาการเปิดดำเนินการแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : บริษัทส่งออกพลาสติกที่มีระยะเวลาการเปิดดำเนินการแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าแตกต่างกัน

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกพลาสติกของไทยในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการเปิดดำเนินการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า	P-Value
ด้านความรวดเร็ว	0.700
ด้านความปลอดภัย	0.000*
ด้านความสะอาดสบาย	0.004*
ด้านความน่าเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา	0.126
ด้านการเงิน	0.011*
ด้านบุคลากร	0.074
<b>ภาพรวม</b>	<b>0.014*</b>

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### สมมติฐานที่ 3

$H_0$ : บริษัทส่งออกพลาสติกที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : บริษัทส่งออกพลาสติกที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าแตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1) จำนวน 10-20 ครั้ง
- 2) จำนวน 20 ครั้งขึ้นไป
- 3) จำนวน 5-10 ครั้ง
- และ 4) จำนวน 1-4 ครั้ง

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทยในภาพรวม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า	P-Value
ด้านความรวดเร็ว	0.313
ด้านความปลอดภัย	0.001*
ด้านความสะดวกสบาย	0.003*
ด้านความน่าเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา	0.275
ด้านการเงิน	0.002*
ด้านบุคลากร	0.116
<b>ภาพรวม</b>	<b>0.045*</b>

\*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สามารถสรุปได้ว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 ของบริษัทส่งออกปลาสดของไทย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทส่งออกปลาสดพบว่า บริษัทส่งออกปลาสดที่มีขนาดทุนจดทะเบียนระยะเวลาการเปิดดำเนินการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผล

ความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทยพบว่า กิจกรรมที่มีขนาดทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า

ในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ซึ่งหากเป็นกิจการขนาดกลางจะให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครือข่ายการขนส่งในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกัน สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันทีที่สามารถติดตามการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายปลาสดได้ มีการจัดทำบันทึกข้อมูลลูกค้าและสินค้า มีความรับผิดชอบต่อนัก เช่น ทำประกันภัยในทรัพย์สินของบริษัทส่งออกและลูกค้า สามารถรักษาความลับของลูกค้าได้ และมีการแจ้งข่าวสารในการให้บริการให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอมากกว่ากิจการขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kosittanyasit & Kuntonbutr, 2012: 5) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกจ้างผู้ให้บริการด้านการขนส่งเป็นหลัก และใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการองค์กรของผู้ให้บริการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบการที่เป็นองค์กรของบริษัทข้ามชาติมีศักยภาพมากกว่าองค์กรของคนไทย ทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านเงินลงทุนและเครือข่ายกับองค์กรของผู้ใช้บริการเอง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะองค์กรของผู้ใช้บริการในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการใช้บริการระยะเวลาดำเนินการ กิจกรรม ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันจะมีการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะองค์กรผู้ให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพบว่า ลักษณะองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านทุนจดทะเบียน ขอบเขตการใช้บริการสัญญาติ ขนาดขององค์กรก็มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัทส่งออกปลาสดของไทยพบว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาการเปิดดำเนินการต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการเปิดดำเนินการที่ต่างกัน ซึ่งหากเป็น

กิจการที่มีระยะเวลาการเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี จะให้ความสำคัญในเรื่องมีการจัดทำบันทึกข้อมูลลูกค้า และสินค้า มีความรับผิดชอบต่อสินค้า เช่น ทำประกันภัย ในทรัพย์สินของบริษัทที่ส่งออกและลูกค้า มีการรักษา ความลับของลูกค้า มีการแจ้งข่าวสารในการให้บริการ ให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ มีการพิจารณาเงื่อนไขการให้ ส่วนลด มากกว่าระยะเวลาการเปิดดำเนินการ 5-10 ปี สอดคล้อง Boonsuk (2007: 162) ได้ศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของกลุ่ม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ ตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ในด้านมีการมี ความรับผิดชอบต่อสินค้า เช่น มีการรับประกันคุณภาพ สินค้า และการรักษาความลับของบริษัทลูกค้า เป็นสำคัญ ส่วนราคาค่าขนส่งมีความเหมาะสม กิจการที่มีระยะเวลา การเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี จะให้ความสำคัญ ที่แตกต่างกันกับระยะเวลาการเปิดดำเนินการ 5-10 ปี และ 10-15 ปี

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของกิจการที่มีจำนวนครั้ง ที่ใช้บริการต่างกันพบว่า มีปัจจัยในการเลือกใช้ผู้ให้บริการ ขนส่งสินค้าของแต่ละด้านในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งหากเป็น กิจการที่ใช้บริการ 20 ครั้งขึ้นไป จะให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ทันที การให้เวลา ในการชำระเงิน การพิจารณาเงื่อนไขการให้ส่วนลด และ ราคาค่าขนส่งมีความเหมาะสมมากกว่าจำนวนครั้งที่ใช้ บริการ 5-10 ครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thepaei (2006: 132-135) ได้ศึกษาการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่ง สินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัด

เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผลการทดสอบปัจจัย ให้ความสำคัญดังต่อไปนี้คือ การได้รับบริการที่รวดเร็ว การที่ราคาค่าขนส่งเหมาะสมกับคุณภาพ การได้รับ ส่วนลดทางการค้า ความทันสมัยของพาหนะที่ใช้ในการ ขนส่ง ชื่อเสียงและประสบการณ์ในการทำงาน ขนาดของ กิจการที่ใหญ่มีความปลอดภัยในการขนส่ง

### สรุปผล

ปัญหาและแนวทางในการดำเนินการแก้ไขปัญหา ในด้านบริการขนส่ง ปัญหาที่บริษัทส่งออกปลาสดของ ไทย พบโดยมากคือ ความไม่ตรงต่อเวลาของผู้ให้ บริการขนส่งสินค้า ซึ่งปัญหานี้อาจเกิดจากผู้ให้บริการ ต้องรับสินค้าจากหลายแห่ง หรือเกิดจากตัวพนักงาน ปัญหาที่พบรองลงมาคือ ความสะดวกและรวดเร็วในการ ให้บริการ อาจเกิดจากตัวพนักงานเองไม่ชำนาญเส้นทาง หรือเกิดจากที่บริษัทขาดเครือข่ายการขนส่งในรูปแบบ ต่างๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกัน ขาดการบริการต่างๆ ที่ต่อเนื่องกับการขนส่ง นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้าน การขาดการสื่อสารในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับลูกค้า เช่น ไม่สามารถทราบได้ว่าสินค้าถึงมือลูกค้าแล้วหรือไม่ ผู้บริการขนส่งสื่อสารข้อมูลที่ผิดให้กับลูกค้าอีกทอดหนึ่ง ส่งผลให้ส่งสินค้าผิดให้กับลูกค้า สินค้าไปไม่ถึงมือลูกค้า บริษัทส่งออกปลาสดจึงต้องการให้มีระบบติดต่อ สื่อสารที่ถูกต้องแม่นยำ และบริษัทส่งออกปลาสดของ ไทยต้องการให้มีการรับประกันความเสียหายของสินค้า เมื่อสินค้าชำรุด เสียหาย และปัญหาเรื่องความเหมาะสม ของราคาค่าขนส่งและจำนวนรถที่ไม่เพียงพอ ทางบริษัท ส่งออกปลาสดของประเทศไทยมีอยู่บ้างแต่อยู่ในระดับ ไม่สูงนัก

## References

- Aiemrattanalert, L. (2005). *Development of beautiful fish export*. Master's Thesis, Public Administration Program in General Administration, Burapa university. [in Thai]
- Aphiprachayasakul, K. (2007). *Warehouse management* (2<sup>nd</sup> ed.). Bangkok: Focus Media and Publishing. [in Thai]
- Boonsuk, A. (2007). *Factors influencing the selection of transportation service providers of the electronics industry*. Master's Thesis, Industrial Management, King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Department of Trade Negotiations. (2012). *Logistics Services*. Nonthaburi: Department of Trade Negotiations. [in Thai]
- Dumchu, S. (2012). *Ornamental Fish Trade in Thailand*. Master's Thesis, Department of Technology and Industry, Prince of Songkla University. [in Thai]
- Inland Fisheries Research and Development Division. (2014). *Ornamental Fish and Aquatic Plants Thailand Directory 2015-2017*. Bangkok: Inland Fisheries Research and Development Division. [in Thai]
- International Institute for Asia Pacific Studies Bangkok University. (2010). *Logistics liberalization: Opportunities*. Impact and adaptation of Thai entrepreneurs. Department of Trade Negotiations. [in Thai]
- Kosittanyasit, K. & Kuntonbutr, K. (2012). *Factors Affecting the Decisions on Choosing Logistics Service Providers in food and Beverage Manufacturing Industry*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Kwaengsobha, T. (1944). *General Transportation* (6<sup>th</sup> ed.). Bangkok: Edison Press Products. [in Thai]
- Sererat, S. & Laksitanon, P. (1998). *Marketing strategy and marketing management*. Bangkok: Teera Film and Citex. [in Thai]
- Sinthukhammoon, K. (2017). *Factors affecting the management of grocery inventory*. Bangkok: Suan Sunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Sukhotu, V. (2014). *Develop logistics service providers*. The Federation of Thai Industries. [in Thai]
- Suvarnabhumi Airport Fish Inspection Office. (2017). *Import and Export Statistics through the Suvarnabhumi Airport Annual 2017*. Bangkok: Department of Fisheries. [in Thai]
- Thepaei, S. (2006). *The SMEs entrepreneurs' choice of shipping services in San Kamphaeng district, Chiang Mai province*. Chiang Mai: Chiang Mai university. [in Thai]
- Thongnak, T. (2013). *A Study of Satisfaction of Logistics Provider Selection of Car Parts Manufacturers Case Study: Isetarin Sea Industrial Estate Rayong*. Master's Thesis, Department of Logistics and Logistics Management, Faculty of Logistics, Burapa University. [in Thai]

UN comtrade. (2013). *Ornamental fish*. Retrieved January 13, 2014, from <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=H2&cc=030110&y=2013>

Vutcharagornyothin, V., Panprommin, N. & Maneechay, S. (2012). *Packing and transport of fish in the export*. Bangkok: Department of Fisheries. [in Thai]



**Name and Surname:** Sirion Son-ong

**Highest Education:** Master of Logistics and Supply Chain Management (M.Sc.), Sripatum University

**University or Agency:** Suan Sunandha University

**Field of Expertise:** Logistics, Maritime

**Address:** College of Logistics and Supply Chain Suan Sunandha University 111/3-5 Moo 2, Khlong Yong, Phutthamonthon, Nakhon Pathom 73170