

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน
ออกของ ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอัจฉรา คำตาบุตร

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.กาญจนา ไชคถาวร	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์	กรรมการ
รศ.รำพึง เวชยันต์วุฒิ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เกิดจากการใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของโดยใช้แบบสอบถาม กับผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและโคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ระหว่าง 6-10 ปี มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 1-5 ล้านบาท สินค้าหลักส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน มูลค่าในการส่งออกสินค้าต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1-5 ล้านบาท จำนวนครั้งในการส่งออกต่อเดือนอยู่ระหว่างจำนวน 1-5 ครั้ง โดยมีวิธีการในการส่งออกมากที่สุดคือทางเรือ ในส่วนของการนำเข้าพบว่ามูลค่าในการนำเข้าต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1-5 ล้านบาท จำนวนครั้งในการนำเข้าสินค้าอยู่ที่ 1-5 ครั้งต่อเดือน วิธีการในการนำเข้ามากที่สุดคือ

ทางเรือ และพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 123 รายเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของเพื่อใช้เป็นตัวแทนในการทำการส่งออกหรือนำเข้าสินค้า

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านบุคคล, ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ และสถานที่ตั้งของกิจการ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านบุคคล, ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและ ปัจจัยด้านกระบวนการ เป็นอิสระ กับสถานที่ตั้งของกิจการของผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคพบว่าประสบปัญหาในด้านมาตรฐานการให้บริการที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่น่าถึงพอใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting the Entrepreneur's Choice of Shipping Agency in Chiang Mai Province

Author Miss Audchara Kamtaboot

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Kanchana Chokthaworn Chairperson

Assoc.Prof.Dr.Prasert Chaitip Member

Assoc.Prof.Rampueng Wechyanwut Member

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the factors of entrepreneurs in Mueang and Hang Dong districts in Chiang Mai province determining choice for using services of shipping agents and to analyse the problems of business operators using questionnaire as a research tool with 150 samples. The frequency , percentage, arithmetic mean and chi-square values will be used for the analysis.

According to the research, it is found that the majority of entrepreneurs in Mueang and Hang Dong districts had been in business for 6 – 10 years with 1 – 5 million baht registered capital. Their had main products are furniture and home decorative items. The monthly export per month values between 1 – 5 million baht from 1 – 5 shipments a month. The most popular means of transportation is shipping. As for the import, this research found the monthly import values ranged between 1 – 5 million baht and the incoming shipments were between 1 – 5 times a month and the use shipping as main transportation method as well. Totally, 123 entrepreneurs chose to use the service of the export agencies to manage their import export business.

The research found the determining factors of the choice including product, price, distribution, personal, producing and presentation of physical characteristics, and procedure to have high effect while marketing promotion factor have only moderate effect.

The study on the relationship between various choice determining factors and the business location suggested that the factors of products, price, distribution, marketing promotion, personal, producing and presentation of physical characteristics and procedure are all independent of location where those companies do their business.

The study on the problems and business barriers found that the entrepreneurs faced the problems of getting the services below their satisfaction level.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved