

กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนลูกค้าในการจูงจูงวงสินค้านำแบบอิเล็กทรอนิกส์
ของการให้บริการขนส่งสินค้าผู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล

วิภาวี อินทรชุต

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
มีนาคม 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัย

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ วิชาวิ อินทรชุต ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

.....
(ดร.ณกร อินทร์พยุง) ประธาน

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....
(ดร.ณกร อินทร์พยุง) ประธาน

.....กรรมการ
(ดร.รัฐพล ภูบุบผาพันธ์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ ของมหาวิทยาลัย
บูรพา

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประทุม ม่วงมี)
วันที่ ๒๓ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๐

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้จากอาจารย์ณกร อินทร์พุง ที่ให้คำปรึกษา
แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่
ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ร่วมงานทุกคนที่ช่วยส่งแบบสอบถามให้กับลูกค้า ลูกค้าทุกคนที่ช่วย
ส่งแบบสอบถามกลับมา และขอขอบพระคุณสายการบินเรือที่ให้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยทำให้งาน
นิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อน ๆ และพี่ที่คอยตรวจสอบแนะนำพร้อมทั้งเป็น
กำลังใจแรงรัศให้การค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จตามเป้าหมาย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัวทุกท่านที่ช่วย
สนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ด้วยดีตลอดมา

วิภาวี อินทรชุต

48924797: สาขาวิชา: การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์; วท.ม.

(การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์)

คำสำคัญ: กลยุทธ์/ การขนส่งสินค้าทางทะเล

วิภาวี อินทรพุด: กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนลูกค้าในการจองระวางสินค้าแบบ

อิเล็กทรอนิกส์ของการให้บริการขนส่งสินค้าผู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล (THE STRATEGIES FOR INCREASING ELECTRONIC BOOKING). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ฉกร อินทร์พุง, Ph.D. 77 หน้า. ปี พ.ศ. 2550.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการให้บริการ การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาแนวโน้มของลูกค้าหลังการนำกลยุทธ์การจอง ระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และเพื่อเป็นแนวทางการนำกลยุทธ์สำหรับการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจการขนส่งสินค้าผู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาถึงความต้องการ ปัญหา เหตุผลและกลยุทธ์ต่าง ๆ ของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี จำกัด สาขาประเทศไทย เพื่อนำมา คิดค้นเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด และนำกลับไปใช้กับลูกค้าเพื่อสามารถดึงดูดใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ ใช้การจองระวางสินค้าแบบปกติเปลี่ยนมาใช้ในการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ได้มาก ที่สุดเช่นกัน

ผลการศึกษาพบว่าหลังจากนำกลยุทธ์มาใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้ตอบ แบบสอบถาม เลือกตอบกลยุทธ์ความต้องการให้มีที่ว่างบนระวางเรือ ความแน่นอนของการส่ง มอบสินค้า และการมีสินค้าที่สะอาดและเพียงพอต่อความต้องการมากที่สุด รองลงมา คือการเพิ่ม การให้ความเชื่อถือทางด้านการเงินต่อลูกค้า และสุดท้ายการเพิ่มสิทธิการหน่วงเหนี่ยวครองสินค้า ได้มากขึ้น

ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของวิธีการจองระวางสินค้าแบบปกติ และ แบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อไว้สำหรับเป็นทางเลือกสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามไว้สำหรับตัดสินใจใน การลดต้นทุนอีกทางหนึ่งด้วย

48924797: TRANSPORT AND LOGISTICS MANAGEMENT; M.Sc. (TRANSPORT
AND LOGISTICS MANAGEMENT)

KEYWORDS: STRATEGY/ SHIPPING LINE SERVICES

VIPHAVEE INTARATHOOD: THE STRATEGIES FOR INCREASING
ELECTRONIC BOOKING. ADVISOR: NAKORN INDRA-PAYOONG, Ph.D. 77 P. 2007.

The purposes of this paper was to determine the strategies in promoting the electronic booking (E-Booking) and to evaluate the feedbacks including responses from the clients, so as to develop a market plan.

In addition, the result could be the demands, problems and reasons and strategies in association with E-Booking customers who were those of A B C AG Liners Co. Ltd, Thailand Branch used as a guideline to formulate the best strategy to attract customers to use E-Booking.

The result of this study has show that most customers preferred to select the strategies which could serve the requirement of available space, on-time delivery and having clean contains as the first priority while credit terms and free time requirement are less preferable.

Besides, this research paper was designed to compare the cost of E-Booking and Manual booking for the purpose of cost management decisions of the respondents.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการศึกษา.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การให้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล.....	10
ความหมายและประวัติความเป็นมาของการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล.....	11
ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์.....	13
กลยุทธ์การตลาด.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	28
ผลการสำรวจความต้องการของลูกค้า.....	28
ผลการสำรวจเหตุผลของลูกค้าเก่า.....	43
ผลการสำรวจกลยุทธ์ของสายการบินเรือ.....	43
ผลการสำรวจความต้องการหลังการนำกลยุทธ์มาใช้.....	50
ต้นทุนของลูกค้าในการจองระวางสินค้าแบบปกติและการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	53
ต้นทุนของสายการบินเรือในการจองระวางสินค้าแบบปกติและการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	55
ต้นทุนของสายการบินเรือในการจัดทำกลยุทธ์การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	56
5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	60
สรุปผลการวิจัย.....	60
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	62
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	66
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	77

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 เปรียบเทียบจำนวนผู้ส่งออกที่ใช้ระบบจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 – 2549.....	3
1-2 เปรียบเทียบจำนวนตัวเลขการจองระวางสินค้าแบบปกติและแบบอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 – 2549.....	3
4-1 แสดงลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
4-2 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะของธุรกิจกับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	30
4-3 แสดงสินค้าส่งออก.....	31
4-4 แสดงการเปรียบเทียบสินค้าส่งออกรับกับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	32
4-5 แสดงเส้นทางการขนส่ง.....	33
4-6 แสดงการเปรียบเทียบเส้นทางการขนส่งกับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	34
4-7 แสดงระยะเวลาที่ใช้บริการ.....	35
4-8 แสดงการเปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้บริการกับความสนใจใช้บริการจองระวาง สินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	35
4-9 แสดงตำแหน่ง.....	36
4-10 แสดงการเปรียบเทียบตำแหน่งกับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	37
4-11 แสดงที่ตั้งของบริษัท.....	38
4-12 แสดงการเปรียบเทียบที่ตั้งของบริษัทกับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	38
4-13 การเข้าใช้งานและการมีทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นประจำ.....	39
4-14 แสดงการเปรียบเทียบการเข้าใช้งานและการมีทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ กับความสนใจใช้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-15 แสดงจำนวนผู้ที่สนใจที่จะใช้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	40
4-16 ความต้องการในการเข้าใช้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	41
4-17 แสดงปัญหาที่ทำให้ไม่สนใจใช้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	42
4-18 แสดงผลของระดับคะแนนเพื่อนำมาจัดกลุ่มกลยุทธ์.....	47
4-19 แสดงข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ที่ 1.....	48
4-20 แสดงข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ที่ 2.....	49
4-21 แสดงข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ที่ 3.....	50
4-22 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลยุทธ์หลังจากเลือกกลยุทธ์.....	50
4-23 แสดงการสรุปผลผู้ที่มั่นใจเข้าใช้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ใน แบบสอบถามชุดที่ 4.....	51
4-24 แสดงผลของระดับคะแนนความมั่นใจใช้บริการจองระวางสินค้าแบบ อิเล็กทรอนิกส์.....	51
4-25 แสดงสัดส่วนการเปรียบเทียบระหว่างก่อนการใช้กลยุทธ์และหลังการใช้กลยุทธ์..	52
4-26 แสดงการหาต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือนของการจองระวางสินค้าแบบปกติ.....	54
4-27 แสดงการหาต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือนของการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์.....	55
4-28 แสดงการหาต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือนของสายการบินเรือในการจองระวางสินค้า แบบปกติ.....	56
4-29 แสดงการหาต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือนของสายการบินเรือในการจองระวางสินค้า แบบอิเล็กทรอนิกส์.....	56
4-30 แสดงอัตราค่าหน่วงเหนี่ยวตู้สินค้าของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี (A B C AG) สาขาประเทศไทย.....	59

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 โครงสร้างองค์กรของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าผู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล.....	4
2-1 ภาพแสดงการจำลองธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์.....	15