

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท เอ บี ซี เอจี จำกัด (A B C AG) สาขาประเทศไทย เป็นสำนักงานสาขาของสายการเดินเรือ เอ บี ซี เอจี ของประเทศเยอรมันนี ที่มีชื่อเสียงในด้านการขนส่งสินค้าทางทะเลมากกว่า 150 ปี ใน พ.ศ. 2548 บริษัทได้รายงานรายได้รวมถึง 3.2 พันล้านเหรียญยูโร และรายได้ก่อนหักภาษีถึง 281 ล้านเหรียญยูโร และในปีเดียวกัน บริษัทได้ทำการขนส่งสินค้าทั่วโลก 2.7 ล้าน Teus เพิ่มขึ้น 10.8 เปอร์เซ็นต์จากปีที่ผ่านมา ในขณะที่ตลาดโดยรวมของการขนส่งสินค้าด้วยระบบคอนเทนเนอร์ (Container) มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 8.7 เปอร์เซ็นต์

สายการเดินเรือ เอ บี ซี เอจี อยู่ในกลุ่มพันธมิตร (Grand Alliance) ที่มีการจัดตั้งใน พ.ศ. 2539 โดยกลุ่มสมาชิกปัจจุบันของสมาคมที่ใหญ่ที่สุดนี้เป็นบริษัทสายการเดินเรือระหว่างประเทศคือ NYK, MISC และ OOCL และสายการเดินเรือ เอ บี ซี เอจี มีเครือข่ายในการให้บริการมากกว่า 500 แห่ง ใน 100 ประเทศทั่วโลก โดยให้บริการขนส่งสินค้าครอบคลุมเส้นทางดังนี้

1. ยุโรป (Europe)
2. เอเชีย (Inter Asia)
3. ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (Australia/ New Zealand)
4. อเมริกาเหนือและอเมริกากลาง (North and Central America)
5. อเมริกาใต้ (South America)
6. แอฟริกา (Africa)

สายการเดินเรือ เอ บี ซี เอจี ได้ริเริ่มพัฒนาการบริการด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ใน พ.ศ. 2542 โดยเริ่มนำการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange – EDI) กับลูกค้าที่เข้ามาใช้ในการจองระวางสินค้าและการส่งใบจองระวางสินค้า (Shipping Instruction – SI) เพื่อเพิ่มความรวดเร็วทันต่อเวลา (Just in Time) ลดการจัดเก็บกระดาษที่มีเพิ่มมากขึ้น ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานของพนักงาน

ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2544 สายการเดินเรือ เอ บี ซี เอจี ได้เข้าร่วมพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับสายการเดินเรือที่สนใจได้แก่ Hamburg Sued, NYK Lines, CGM, CMA, Maersk, ANL, Alicanca, Safmarine, MSC, Senator Lines, และ K line ก่อตั้งในชื่อ INTTRA Corporation ที่มีชื่อย่อจาก INT มาจากคำว่า International และ TRA มาจากคำว่า Transportation and Trade มี

สำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำทางด้านอินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าทางทะเลโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ ให้บริการด้านการจองเรือ (Booking Request) การส่งใบจองเรือ (Shipping Instruction) การออกใบตราส่ง (Preview and Download of Seaway Bill) ตารางเรือ (Schedule Information) การเสนอราคาค่าระวาง (INTTRA Tender Tool) การแสดงรายงานตัวเลขสถิติ (Self Service Report) การแจ้งสถานะของสินค้า (Tracking and Tracing) สามารถแบ่งหน้าที่การทำงานเป็น 2 แบบ คือ INTTRA Act ใช้ระบบเทคโนโลยีสื่อสารด้านการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และ INTTRA ใช้ระบบเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเชื่อมต่อกับ EDI ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้กับลูกค้าให้เกิดความคล่องตัวในการใช้งานให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาระบบบริการด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ใช้ประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการพัฒนาการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Booking) เข้ามาใช้ สายการบินเรือจึงมีความพยายามอย่างมากที่ต้องการให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการใช้การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการลดข้อจำกัดการทำงานของพนักงานในเรื่องข้อผิดพลาด ข้อจำกัดของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ การแสดงกิริยามารยาทต่อลูกค้า ความรวดเร็วถูกต้อง สิ่งเหล่านี้นับเป็นจุดอ่อนที่ลูกค้าจะใช้เป็นเครื่องตัดสินใจว่ายังต้องการที่จะใช้สายการบินเรือใด จะเลือกใช้บริการอีกหรือไม่

การให้บริการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงมีบทบาทสำคัญที่จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สายการบินเรือจัดทำขึ้นมาให้บริการลูกค้า ดังนั้น เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่เป็นสายการบินเรือด้วยกัน การพัฒนาปรับปรุงการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความน่าสนใจ จึงนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและเพื่อให้การให้บริการด้านนี้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน จะสามารถเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งสายการบินเรือและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

จากการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของการเข้าใช้การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 - 2549 พบว่าจำนวนลูกค้าที่สนใจใช้บริการยังมีจำนวนผู้ใช้น้อยรายเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของสินค้าและจำนวนลูกค้าทั้งหมดเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

ตารางที่ 1-1 เปรียบเทียบจำนวนผู้ส่งออกที่ใช้ระบบจอร์จระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 - 2549

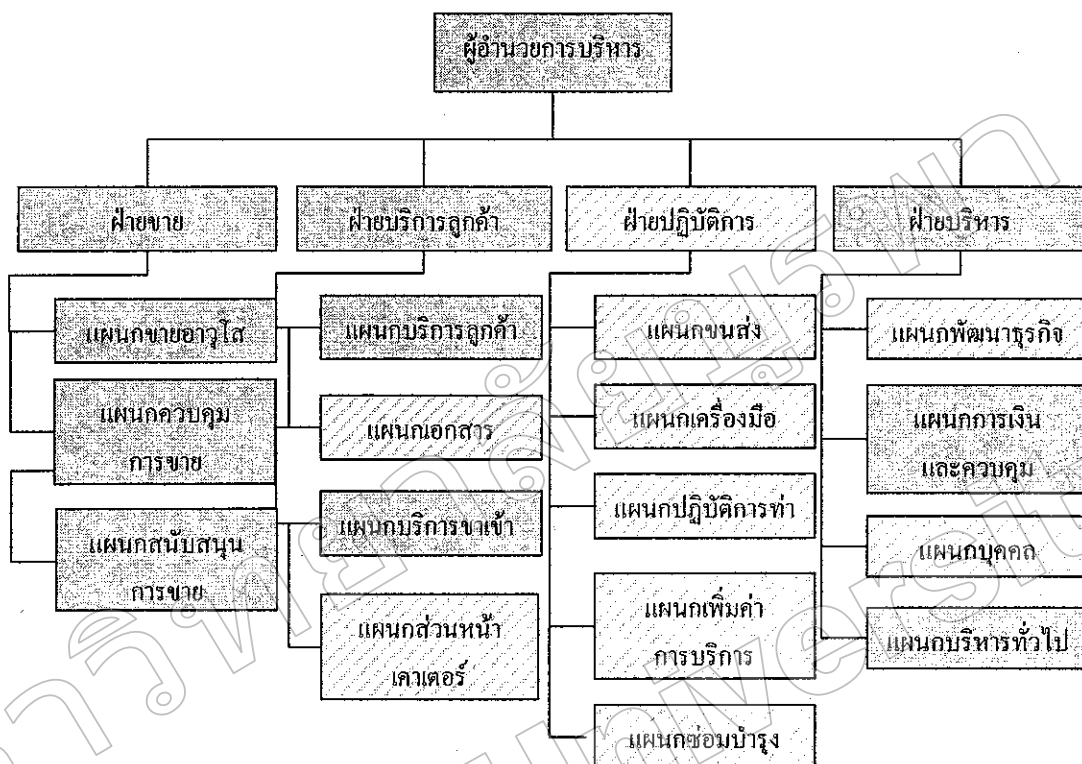
ปี พ.ศ.	ปริมาณผู้ สินค้าส่งออก (Teus)	จำนวนลูกค้า ทั้งหมดที่ ส่งออกสินค้า	จำนวนลูกค้าที่ใช้ ระบบการจอร์ ระวางสินค้าแบบ อิเล็กทรอนิกส์	ร้อยละของลูกค้าที่ ใช้ระบบการจอร์ ระวางสินค้าแบบ อิเล็กทรอนิกส์
2547	74,783	1,342	32	2.38
2548	82,252	1,576	37	2.35
2549	106,259	1,689	43	2.55

ตารางที่ 1-2 เปรียบเทียบจำนวนตัวเลขการจอร์จระวางสินค้าแบบปกติและแบบอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 - 2549

ปี พ.ศ.	การจอร์จระวางสินค้า แบบปกติ (Teus)	การจอร์จระวางสินค้าแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (Teus)	รวม
2547	35,616	866	36,482
2548	38,091	916	39,007
2549	60,152	1,573	61,725

จากตารางที่ 1-1 และ ตารางที่ 1-2 พบว่าจำนวนลูกค้าที่ใช้การจอร์จระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน ร้อยละ 2.38 ใน พ.ศ. 2547 ร้อยละ 2.35 ใน พ.ศ. 2548 และ ร้อยละ 2.55 ใน พ.ศ. 2549 เท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ปริมาณผู้สินค้าส่งออก และจำนวนผู้ส่งออกและตัวแทนผู้ส่งออกสินค้ากับสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ลูกค้าไม่นิยมใช้การจอร์จระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาปัญหาและความต้องการในการให้บริการและดำเนินการหากลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ นำไปปรับปรุงวิธีการดำเนินการและใช้เป็นกลยุทธ์สำหรับการลูกค้ารายใหม่ เพื่อให้สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าให้เข้าใช้บริการจอร์จระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างขององค์กรของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล
มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1-1 โครงสร้างองค์กรของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะลงลึกเฉพาะการใช้บริการการจอร์วางสินค้าที่อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายบริการลูกค้า (Customer Service) ซึ่งแบ่งออกมาเป็น แผนกบริการลูกค้า ให้บริการจอร์วางสินค้า ที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อไปนี้

1. การรับบริการจอร์วางสินค้าผ่านทางระบบสื่อสาร ทั้งทางโทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล และทางระบบอิเล็กทรอนิกส์
2. การสร้างและการส่งคำยืนยันการระวางสินค้าไปยังลูกค้า
3. การรับ การประเมิน และบริหารในเรื่องของการแก้ไขคำร้องขอจากลูกค้า
4. ติดต่อกับลูกค้าในกรณีที่มีข้อบกพร่องของการจัดการสินค้า
5. ประสานงานกับฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายขายรวมทั้งฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6. คิงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้จากระบบ Freight Information System (FIS) และสร้างค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราค่าระวางของแต่ละประเทศ รวมทั้งแจ้งไปยัง ผู้ที่ทำการตกลงค่าระวาง (Rate Agreement: RA) เมื่อเกิดปัญหาในการคิงข้อมูล

จากหน้าที่และความรับผิดชอบของแผนกบริการลูกค้าในข้อที่ 1 พบว่าสายการเดินเรือมีทางเลือกให้บริการจองเรือกับลูกค้าหลายช่องทาง ซึ่งผู้วิจัยขอแสดงขั้นตอนการจองระวางสินค้าของลูกค้าแบบปกติ เพื่อเปรียบเทียบกับ การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ดังนี้

ขั้นตอนการจองระวางสินค้าของลูกค้าแบบปกติ (Manual Booking)

1. ลูกค้าโทรเข้ามาจองระวางสินค้ากับบริษัทสายการเดินเรือ ซึ่งลูกค้าจะต้องบอกรายละเอียดดังนี้

1.1 ชื่อบริษัทผู้ส่งออก หรือชื่อตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเล (Exporter or Freight Forwarder) ถ้าเป็นตัวแทนรับจัดการขนส่งสินค้าทางทะเลจะต้องบอกชื่อลูกค้าจริง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อขอลากตู้สินค้า หรือบรรจุสินค้ากับลานปล่อยตู้สินค้าหรือบรรจุตู้ และเพื่อแจ้งข้อบัญญัติเรือ (Manifest) ให้ตรงกับชื่อผู้ส่งออกจริงและจะได้รับความสะดวกในขั้นตอนของการขอคืนภาษี

1.2 ชื่อผู้โทรมาติดต่อ (Contact Person)

1.3 รายละเอียดสินค้าและน้ำหนัก (Commodity and Weight)

1.4 จำนวนตู้สินค้าที่ต้องการ เช่น 20 ฟุต (20') หรือ ตู้สั้น 40 ฟุต (40') หรือ ตู้ยาว (Size or Type)

1.5 ท่าเทียบเรือที่ต้องการส่งออก เช่น ท่าเรือกรุงเทพฯ ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าเรือสงขลา (Port of Loading)

1.6 ท่าเทียบเรือปลายทางและชื่อเมืองปลายทาง (Port Discharge and Place of Delivery)

1.7 แจ้งวันลากหรือวันบรรจุตู้ และวันคืนตู้ (Date of Container Yard or Date of Stuffing and Date of Return)

1.8 คำสั่งพิเศษ เช่น ขอดูสินค้าแบบแขวนเสื้อผ้าได้ ขอดูสินค้าน้ำหนักได้มากกว่า 25 Tons การเข้าตรวจสอบสภาพตู้สินค้า ก่อนการลากเพื่อให้ตรงตามมาตรฐานขอแผนกควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC) ตามที่โรงงานกำหนด ซึ่งบริษัทเรือจะต้องเตรียมความพร้อมให้กับลูกค้าล่วงหน้าก่อนลูกค้าดำเนินการ ฯลฯ

1.9 แจ้งผู้รับสินค้าปลายทางหรือเลขที่สัญญาการตกลงค่าระวาง (Contract Number หรือ Rate Agreement Number - RA) ที่ถูกทำขึ้นระหว่างผู้มีหน้าที่ตกลงค่าระวางกับสายการเดินเรือก่อนดำเนินการจองระวางสินค้าหรือขนส่งสินค้า

1.10 แจ้งหมายเลขโทรศัพท์ และแฟกซ์หรือชื่อ E-Mail ของผู้ติดต่อ

จากขั้นตอนดังกล่าวเป็นการแจ้งรายละเอียดที่สายการเดินเรือต้องการใช้ในการจองระวางสินค้า และใช้เวลามากจากการแจ้งรายละเอียดทางโทรศัพท์ และเป็นเพียงขั้นตอนแรกเท่านั้น หลังจากนั้นพนักงานจะแจ้งรายละเอียดกลับให้กับลูกค้าโดยวิธีการจด ซึ่งวิธีนี้เป็นการเสี่ยงต่อการผิดพลาดอย่างมาก เพราะไม่มีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรเมื่อพบข้อผิดพลาด ลูกค้าหรือสายการเดินเรือจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ไขความผิดพลาดหรือทำให้สินค้านั้นถูกส่งล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าปลายทางซึ่งจะทำให้เกิดค่าปรับที่บางครั้งมากเสียจนคาดการณ์ไม่ถึง

2. ขั้นตอนการแจ้งรายละเอียดของสายการเดินเรือมีดังนี้

2.1 แจ้งหมายเลขการจองระวางสินค้า (Booking Number)

2.2 แจ้งชื่อเรือต้นทาง (Feeder Name) และเที่ยวเรือ (Voyage Number)

2.3 แจ้งวันเรือออก (Estimate Departure: ETD)

2.4 กรณีสินค้าต้องมีการถ่ายลำ แจ้งชื่อเรือแม่ (Vessel Name) และเที่ยวเรือ (Voyage Number)

2.5 แจ้งวันเรือถึง (Estimate Arrival: ETA)

2.6 สถานที่ลากตู้สินค้าหรือบรรจุตู้สินค้าของสายการเดินเรือ และสถานที่คืนตู้สินค้า (Place of Container Yard or Place of Stuffing and Return of Laden Container) พร้อมกับบุคคลที่ติดต่อและเบอร์โทรศัพท์

2.7 เวลาปิดการรับตู้สินค้าหรือบรรจุตู้สินค้า (Closing Time)

2.8 ส่งใบยืนยันการจองระวางสินค้าให้กับลูกค้า

จากขั้นตอนดังกล่าวเป็นการแจ้งรายละเอียดที่สายการเดินเรือตอบกลับลูกค้าโดยการแจ้งรายละเอียดกลับทางโทรศัพท์อีกเช่นกัน รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 ขั้นตอน เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 10 นาที เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Booking)

ผู้ส่งออก (Shipper) หรือตัวแทนขนส่งสินค้า (Exporter or Freight Forwarder) จะต้องสมัครเป็นสมาชิกกับสายการเดินเรือบนเว็บไซต์โดยทำการลงทะเบียน (Register) เพื่อขอรับรหัสผ่าน (User Name and Password) ในการเข้าไปทำรายการ ซึ่งจะต้องให้ข้อมูลต่าง ๆ คือ ชื่อ

บริษัท ชื่อบุคคล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล เป็นต้นทั้งนี้สายการเดินเรือต้องใช้เวลาในการตรวจสอบสถานะภาพของสมาชิกเพื่อความถูกต้องและมีตัวตนจริง หลังจากนั้นสายการเดินเรือจะส่งรหัสผ่าน (User Name and Password) เข้าไปยังอีเมลล์ของผู้เป็นสมาชิกภายในครึ่งชั่วโมง และในการทำรายการครั้งต่อไปสมาชิกสามารถเข้าทำรายการโดยใช้รหัสผ่าน (User Name and Password) ได้ตลอดไป

1. ขั้นตอนการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านี้

- 1.1 เข้าไปที่เว็บไซต์
- 1.2 ใส่ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน (User Name and Password)
- 1.3 เลือกสายการเดินเรือที่ต้องการใช้บริการ
- 1.4 กดปุ่มการสร้างการจองระวางสินค้า (Create New Booking)
- 1.5 ใส่ข้อมูลของสินค้า (Commodity)
- 1.6 ใส่น้ำหนักของสินค้า (Gross Weight)
- 1.7 เลือกขนาดของตู้ที่ต้องการ (Container Size) เช่น ตู้ขนาด 20 ฟุต 40 ฟุต
- 1.8 เลือกสถานะภาพการขนส่ง (Status) เช่น จากเมืองท่าต้นทาง ไปยังเมืองท่าปลายทาง (cy/ cy) จากประตู โรงงานต้นทางไปยังประตู โรงงานปลายทาง (Door/ Door)
- 1.9 ใส่สถานที่ที่จะส่งตู้สินค้าคืน (Place of Receipt)
- 1.10 ใส่เมืองท่าที่ทำการบรรทุกสินค้าต้นทาง (Place of Loading)
- 1.11 เลือกเที่ยวเรือที่ต้องการส่งออก (Voyage No.)
- 1.12 ใส่เมืองท่าที่ทำการส่งมอบสินค้าปลายทาง (Place of Delivery)
- 1.13 หมายเหตุ (Remarks) สิ่งที่ถูกคำต้องการเป็นพิเศษเช่น การขอปุกระคาย การบรรจุโดยใช้รถพิเศษหรือขอตู้สินค้าที่ดีที่สุด สะอาดที่สุด
- 1.14 กดปุ่มจองเรือ เมื่อใส่รายละเอียดครบถ้วนแล้ว
- 1.15 ระบบจะแสดงข้อมูลทั้งหมดให้ผู้ส่งตรวจทานอีกครั้ง
- 1.16 เมื่อตรวจสอบแล้วกดปุ่มยืนยันการจองระวางสินค้า

ระบบจะแจ้งว่าได้ทำการจองเรืออย่างสมบูรณ์แล้วและแจ้งหมายเลขการจองเรือให้กับผู้ส่ง ในที่นี้การใส่ข้อมูลสามารถเก็บรักษาไว้เป็นแบบในระบบและนำมาเรียกใช้ได้อีก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจองระวางสินค้าครั้งต่อไป โดยไม่ต้องใส่ข้อมูลเดิมอีก เพียงเปลี่ยนวันที่และเที่ยวเรือเท่านั้น

2. ขั้นตอนในการรับข้อมูลการจองระวางสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการเดินเรือมีดังนี้

2.1 ผู้ทำหน้าที่รับข้อมูลจะได้รับการแจ้งการจอร์วางสินค้าผ่านทางอีเมล โดยจะมีการบอกรายละเอียดคือชื่อของลูกค้า เลขที่อ้างอิงของระบบ หมายเลขการจอร์วางเรือ เมืองท่าต้นทาง เมืองท่าปลายทาง จำนวนตู้สินค้า วัน เดือน ปี การบรรจุหรือลูกค้า สถานที่ที่ต้องการบรรจุ ตู้ลากหรือคันตู้สินค้า (ได้ข้อมูลทั้งหมดที่ลูกค้าจัดทำมาให้)

2.2 ผู้ทำหน้าที่รับข้อมูลเข้าไปในระบบการจอร์วางสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เช่น วันที่ เทียบเรือ จัดหาที่ว่างบนเรือ จัดหาตู้สินค้าที่ลูกค้าต้องการ ยืนยันการรับจอร์วางสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้าระบบ

2.3 ส่งใบยืนยันการรับจอร์วางสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ไปยังลูกค้า จากขั้นตอนทั้งหมดใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 4 นาที

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการใช้บริการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มของลูกค้าหลังการนำกลยุทธ์การจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี มาใช้
3. เพื่อเป็นแนวทางการนำกลยุทธ์สำหรับการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในธุรกิจการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ทางทะเล

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีของลูกค้าที่ใช้บริการจอร์วางสินค้ากับสายการบินเรือ เอ บี ซี เอจี โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้ 1) เก็บข้อมูลแบบสุ่มจากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ โดยการส่งแบบสอบถามข้อมูลทางแฟกซ์และอีเมล เพื่อสอบถามปัญหาและความต้องการ 2) เก็บข้อมูลแบบเจาะจงโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับกลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการอยู่ ณ ปัจจุบัน เพื่อสอบถามเหตุผลที่ใช้บริการ 3) เก็บข้อมูลแบบเจาะจงโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มสายการบินเรือ เพื่อสอบถามกลยุทธ์ที่สายการบินเรือนำมาใช้ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน มีการดำเนินงานเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1-31 มกราคม พ.ศ. 2550 เพื่อนำความคิดเห็นทั้งหมดมาจัดทำเป็นกลยุทธ์สำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการจอร์วางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบแบบสอบถามอีกครั้ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการการจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น
2. บริษัทสามารถให้บริการลูกค้าได้มากขึ้น โดยใช้ระยะเวลาในการบริการที่ลดลง
3. บริษัทสามารถลดข้อผิดพลาดของข้อมูลที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน
4. บริษัทเกิดผลประโยชน์ในรูปแบบของการบริหารค่าใช้จ่ายที่ลดลง
5. สามารถนำผลการศึกษามาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ในการใช้การจองระวางสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ให้เป็นที่แพร่หลาย