

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการคลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน (People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) แบ่งการศึกษออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 10)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ (ตารางที่ 11 ถึง ตารางที่ 18)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 19 ถึง ตารางที่ 26)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ (ตารางที่ 27 ถึง ตารางที่ 34)

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ (ตารางที่ 35)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	69	49.30
หญิง	71	50.70
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	53	37.90
30-40 ปี	67	47.80
41-50 ปี	20	14.30
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 และมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	34.30
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	75	53.60
สูงกว่าปริญญาตรี	17	12.10
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาจบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในระดับสูงกว่าชั้นปริญญาตรี มีน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนก่อตั้ง

ลักษณะการจดทะเบียนก่อตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทมหาชนจำกัด	19	13.60
บริษัทจำกัด	100	71.40
ห้างหุ้นส่วนจำกัดและ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	21	15.00
รวม	140	100.00

จากตามตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการจดทะเบียนก่อตั้งกิจการในรูปแบบ บริษัทจำกัด มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 รองลงมามีลักษณะการจดทะเบียนก่อตั้งกิจการในรูปแบบบริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 อีกจำนวน 21 คน ได้มีการจดทะเบียนก่อตั้งกิจการในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตำแหน่งในสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	14	10.00
กรรมการผู้จัดการ	13	9.30
ผู้จัดการ	15	10.70
หัวหน้างาน	26	18.60
พนักงานบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า	72	51.40
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งพนักงานบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในสถานประกอบการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมา มีตำแหน่งหัวหน้างานในสถานประกอบการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และมีผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งผู้จัดการ เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการในสถานประกอบการ จำนวน 15 คน 14 คน และ 13 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 10.70 10.00 และ 9.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจด้านการเกษตร	10	7.10
ธุรกิจด้านศิลปหัตถกรรม	11	7.90
ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอและเครื่องหนัง	11	7.90
ธุรกิจผลิตชิ้นส่วน และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	19	13.60
ธุรกิจค้าเครื่องประดับ และอัญมณี	9	6.40
ธุรกิจขนส่งสินค้า	57	40.70
ธุรกิจผลิตภัณฑ์จากไม้	10	7.10
ธุรกิจสินค้าเซรามิค	7	5.00
อื่น ๆ	15	10.30

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 คน

อื่น ๆ ได้แก่ หัตถกรรม ปติมากรรม อะไหล่รถยนต์ เป็นต้น

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้มาใช้บริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ทำงานอยู่ในธุรกิจขนส่งสินค้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 มากที่สุดในประเภทธุรกิจที่ใช้บริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ รองลงมาได้แก่ ธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 ธุรกิจอื่น ๆ เช่น หัตถกรรม ปติมากรรม อะไหล่รถยนต์ เป็นต้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 ธุรกิจศิลปหัตถกรรม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 และธุรกิจสิ่งทอเครื่องหนังจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ธุรกิจเกษตร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ธุรกิจผลิตภัณฑ์จากไม้จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 และธุรกิจเซรามิคจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 7 ครั้ง / สัปดาห์	68	48.60
สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง	41	29.30
เดือนละ 1-3 ครั้ง	31	22.10
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์มีมากที่สุดจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักของสินค้าที่ทำการขนส่งต่อครั้ง

น้ำหนักของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 45 กิโลกรัม	16	11.40
45 - 100 กิโลกรัม	27	19.30
101 - 300 กิโลกรัม	34	24.30
301 - 500 กิโลกรัม	45	32.10
มากกว่า 500 กิโลกรัม	18	12.90
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า น้ำหนักโดยเฉลี่ยของสินค้าที่ขนส่งต่อครั้ง อยู่ในช่วง 301 - 500 กิโลกรัม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 รองลงมาอยู่ในช่วง 101 - 300 กิโลกรัม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และน้ำหนักโดยเฉลี่ยของสินค้าที่ขนส่งต่อครั้ง ที่ต่ำที่สุด คือ ต่ำกว่า 45 กิโลกรัม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและอันดับที่การเลือกใช้บริการสายการบินของผู้ตอบแบบสอบถาม

สายการบิน	อันดับที่ 1 (จำนวน)	อันดับที่ 2 (จำนวน)	อันดับที่ 3 (จำนวน)	ไม่ตอบ (จำนวน)
TG (Thai Airways)	130	-	10	-
MI (Silk Air)	-	100	17	23
CI (China Airlines)	10	19	93	18
AE (Mandarin Airlines)	-	21	20	99
QV (Lao Aviation)	1	-	-	139

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศโดยสายการบินไทย (Thai Airways : TG) เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาใช้บริการสายการบินซิลค์แอร์ (SilkAir : MI) ส่วนอันดับสามได้แก่ สายการบินไชน่าแอร์ไลน์ (China Airlines : CI)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งสินค้าไปสถานที่
ปลายทาง

สถานที่ปลายทาง	จำนวน	ร้อยละ
ภายในประเทศ	99	70.70
แถบอเมริกาเหนือ	24	17.10
แถบอเมริกาใต้	20	14.30
แถบยุโรป	64	45.70
แถบตะวันออกกลาง	27	19.30
แถบแอฟริกา	14	10.00
แถบเอเชียตะวันออก	54	38.60
แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	62	44.30
แถบออสเตรเลีย	17	12.10

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 คน

จากตารางที่ 10 พบว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ส่งสินค้าไปสถานที่
ปลายทางภายในประเทศมากที่สุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา ได้แก่ แถบยุโรป
จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ
44.30 แถบเอเชียตะวันออก จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 แถบตะวันออกกลาง จำนวน 27
คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 แถบอเมริกาเหนือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 แถบอเมริกาใต้
จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 แถบออสเตรเลีย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และ
สุดท้ายได้แก่ แถบแอฟริกา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการคลังสินค้า
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
คุณภาพของการให้บริการ	0 (0.0)	15 (10.7)	25 (17.9)	56 (40.0)	44 (31.4)	2.08	น้อย
เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ	2 (1.4)	59 (42.1)	73 (52.1)	6 (4.3)	0 (0.0)	3.41	ปานกลาง
ความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door – to – Door Services ฯลฯ	4 (2.9)	7 (5.0)	22 (15.7)	65 (46.4)	42 (30.0)	2.04	น้อย
การบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ	4 (2.9)	54 (38.6)	72 (51.4)	7 (5.0)	3 (2.1)	3.35	ปานกลาง
การบริการประกันภัยสินค้าของสายการบิน	1 (0.7)	46 (32.9)	77 (55.0)	12 (8.6)	4 (2.9)	3.20	ปานกลาง
ชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ	2 (1.4)	58 (41.4)	67 (47.9)	13 (9.3)	0 (0.0)	3.35	ปานกลาง
จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์	2 (1.4)	83 (59.3)	36 (25.7)	19 (13.6)	0 (0.0)	3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ (3.49) เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ (3.41) การบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (3.35) และชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ (3.35) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน และการบริการประกันภัยสินค้าของสายการบิน (3.20)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ (2.08) และความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door – to – Door Services ฯลฯ (2.04)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	2 (1.4)	56 (40.0)	73 (52.1)	5 (3.6)	4 (2.9)	3.34	ปานกลาง
อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	9 (6.4)	36 (25.7)	81 (57.9)	9 (6.4)	5 (3.6)	3.25	ปานกลาง
อัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า	18 (12.9)	31 (22.1)	81 (57.9)	6 (4.3)	4 (2.9)	3.38	ปานกลาง
อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ	9 (6.4)	36 (25.7)	88 (62.9)	1 (0.7)	6 (4.3)	3.29	ปานกลาง
อัตราค่าน้ำมันสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปและสินค้าเกษตร	1 (0.7)	40 (28.6)	84 (60.0)	8 (5.7)	7 (5.0)	3.14	ปานกลาง
อัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป	9 (6.4)	43 (30.7)	73 (52.1)	11 (7.9)	4 (2.9)	3.30	ปานกลาง
อัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย	9 (6.4)	46 (32.9)	58 (41.4)	21 (15.0)	6 (4.3)	3.22	ปานกลาง
ค่าธรรมเนียมโกดังเก็บสินค้า	7 (5.0)	35 (25.0)	83 (59.3)	10 (7.1)	5 (3.6)	3.21	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

โดยปัจจัยย่อยทุกข้อในด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ได้แก่ อัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า (3.38) อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ (3.34) อัตราค่าเสี่ยงภัยสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป (3.30) อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ (3.29) อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้านานาชาติ (3.25) อัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย (3.22) ค่าธรรมเนียมโกดังเก็บสินค้า (3.21) และอัตราค่าน้ำมันสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปและสินค้าเกษตร (3.14)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	33 (23.6)	56 (40.0)	48 (34.3)	3 (2.1)	0 (0.0)	3.83	มาก
ขนาดพื้นที่ของอาคาร คลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า	1 (0.7)	38 (27.1)	87 (62.1)	14 (10.0)	0 (0.0)	3.19	ปานกลาง
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ ให้บริการขนถ่ายสินค้า	1 (0.7)	12 (8.6)	41 (29.3)	61 (43.6)	25 (17.9)	2.31	น้อย
การติดตั้งห้องเย็นในคลังสินค้า เพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภท ของสด นำเสียบ่าย	2 (1.4)	37 (26.4)	74 (52.9)	24 (17.1)	3 (2.1)	3.08	ปานกลาง
การจัดระบบรักษาความ ปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และ สินค้านำเข้าของคลังสินค้าฯ	6 (4.3)	41 (29.3)	78 (55.7)	15 (10.7)	0 (0.0)	3.27	ปานกลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทางโทรศัพท์	6 (4.3)	36 (25.7)	76 (54.3)	21 (15.0)	1 (0.7)	3.18	ปานกลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทางโทรสาร	1 (0.7)	46 (32.9)	72 (51.4)	20 (14.3)	1 (0.7)	3.19	ปานกลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทาง E-mail	0 (0.0)	0 (0.0)	47 (33.6)	25 (17.9)	68 (48.6)	1.85	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ (3.83)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ (3.27) ขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า และสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง Fax มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.19) สามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทางโทรศัพท์ (3.18) การติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) และในคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทของสด เน้นเสถียร (3.08)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (2.31) และสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง E-mail (1.85)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อบริษัทส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต	3 (2.1)	8 (5.7)	80 (57.1)	45 (32.1)	4 (2.9)	2.72	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวของผู้บริหาร หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์	16 (11.4)	62 (44.3)	54 (38.6)	8 (5.7)	0 (0.0)	2.61	ปานกลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า	15 (10.7)	23 (16.4)	61 (43.6)	37 (26.4)	4 (2.9)	3.06	ปานกลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท	7 (5.0)	27 (19.3)	63 (45.0)	36 (25.7)	7 (5.0)	2.94	ปานกลาง
การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน	8 (5.7)	26 (18.6)	89 (63.6)	11 (7.9)	6 (4.3)	3.14	ปานกลาง
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตารางการบิน และประเภทของบริการต่าง ๆ ที่มี	2 (1.4)	13 (9.3)	73 (52.1)	38 (27.1)	14 (10.0)	2.65	ปานกลาง
การจัดงานสัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้า	0 (0.0)	14 (10.0)	59 (42.1)	55 (39.3)	12 (8.6)	2.54	ปานกลาง
การแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปี	1 (0.7)	8 (5.7)	59 (42.1)	41 (29.3)	31 (22.1)	2.34	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						2.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน (3.14) การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.06) การให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท (2.94) การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต (2.72) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตารางการบิน และประเภทของบริการต่าง ๆ ที่มี (2.65) การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวของผู้บริหาร หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ (2.61) และการจัดงานสัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้า (2.54)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปี (2.34)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน

ด้านบุคคล หรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ลูกค้า	2 (1.4)	8 (5.7)	16 (11.4)	74 (52.9)	40 (28.6)	1.99	น้อย
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มี บุคลิกภาพดี	3 (2.1)	20 (14.3)	40 (28.6)	50 (35.7)	27 (19.3)	2.44	น้อย
ความเข้าใจของพนักงานใน กฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากล ของระบบการขนส่งทางอากาศ (IATA Regulations)	5 (3.6)	31 (22.1)	47 (33.6)	38 (27.1)	19 (13.6)	2.75	ปานกลาง
ความรู้ความสามารถในการเสนอ ขายพื้นที่ระวางบรรทุก	1 (0.7)	10 (7.1)	24 (17.1)	61 (43.6)	44 (31.4)	2.02	น้อย
ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสาร	4 (2.9)	25 (17.9)	39 (27.9)	49 (35.0)	23 (16.4)	2.56	ปานกลาง
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง พนักงานและลูกค้า	2 (1.4)	12 (8.6)	33 (23.6)	56 (40.0)	37 (26.4)	2.19	น้อย
ความกระตือรือร้นของพนักงานใน การตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า	0 (0.0)	8 (5.7)	22 (15.7)	56 (40.0)	54 (38.6)	1.89	น้อย
พนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูลลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ	2 (1.4)	2 (1.4)	53 (37.9)	54 (38.6)	29 (20.7)	2.24	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						2.26	น้อย

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประกอบทางการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26

โดยบัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ (IATA Regulations) (2.75) และความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร (2.56)

บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี (2.44) พนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (2.24) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า (2.19) ความรู้ความสามารถในการเสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก (2.02) พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ลูกค้า (1.99) และความกระตือรือร้นของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (1.89)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การบริการด้วยความรวดเร็ว รับ และส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรง ต่อเวลา	8 (5.7)	22 (15.7)	85 (60.7)	20 (14.3)	5 (3.6)	3.06	ปานกลาง
การสร้างความน่าเชื่อถือใน กระบวนการให้บริการตั้งแต่ ต้นทางจนถึงปลายทาง	9 (6.4)	40 (28.6)	76 (54.3)	14 (10.0)	1 (0.7)	3.30	ปานกลาง
ความสามารถในการส่งสินค้า ถึงปลายทางอย่างถูกต้องและ ไม่เสียหาย	8 (5.7)	49 (35.0)	59 (42.1)	21 (15.0)	3 (2.1)	3.27	ปานกลาง
การเป็นสายการบินที่มี ภาพลักษณ์ดี	7 (5.0)	61 (43.6)	64 (45.7)	6 (4.3)	2 (1.4)	3.46	ปานกลาง
ภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศ ที่ดี เป็นระเบียบ	8 (5.7)	33 (23.6)	86 (61.4)	9 (6.4)	4 (2.9)	3.23	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี (3.46) การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง (3.30) ความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (3.27) ภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ (3.23) และการบริการด้วยความรวดเร็ว รับและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา (3.06)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
มาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้า ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาให้บริการของลูกค้า	1 (0.7)	29 (20.7)	95 (67.9)	15 (10.7)	0 (0.0)	3.11	ปานกลาง
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	1 (0.7)	5 (3.6)	29 (20.7)	60 (42.9)	45 (32.1)	1.98	น้อย
กรณีให้บริการส่งสินค้า							
ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	7 (5.0)	49 (35.0)	75 (53.6)	8 (5.7)	1 (0.7)	3.38	ปานกลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม	7 (5.0)	46 (32.9)	77 (55.0)	9 (6.4)	1 (0.7)	3.35	ปานกลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า	9 (6.4)	39 (27.9)	86 (61.4)	6 (4.3)	0 (0.0)	3.36	ปานกลาง
กรณีให้บริการรับสินค้า							
ขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	13 (9.3)	37 (26.4)	80 (57.1)	10 (7.1)	0 (0.0)	3.38	ปานกลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม	14 (10.0)	38 (27.1)	83 (59.3)	5 (3.6)	0 (0.0)	3.44	ปานกลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า	12 (8.6)	36 (25.7)	80 (57.1)	12 (8.6)	0 (0.0)	3.34	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม (3.44) ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.38) ขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.38) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า (3.36) เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม (3.35) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า (3.34) และมาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาให้บริการของลูกค้า (3.11)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า (1.98)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วน
ประสมตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.99	ปานกลาง
ด้านราคา	3.27	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	2.99	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75	ปานกลาง
ด้านบุคคล หรือพนักงาน	2.26	น้อย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.26	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	3.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แต่ละปัจจัยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ด้านราคา (3.27) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.26) ด้านกระบวนการ (3.17) ด้านผลิตภัณฑ์ (2.99) ด้านการจัดจำหน่าย (2.99) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.75) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน อยู่ในระดับน้อย (2.26)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการคลังสินค้า
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
คุณภาพของการให้บริการ	2.42	น้อย	1.92	น้อย	1.82	น้อย	2.08	น้อย
เส้นทางการบิน ไปยังท่า อากาศยานต่าง ๆ	3.38	ปาน กลาง	3.43	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง
ความหลากหลายของ ประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door- to-Door Services ฯลฯ	1.90	น้อย	2.15	น้อย	2.00	น้อย	2.04	น้อย
การบริการรักษาความ ปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.27	ปาน กลาง	3.39	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง
การบริการประกันภัยสินค้า ของสายการบิน	3.27	ปาน กลาง	3.12	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง
ชนิดของเครื่องบินที่ เหมาะสมซึ่งนำมาใช้ บริการในเส้นทางที่ ต้องการ	3.35	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง	3.47	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง
จำนวนเที่ยวบินในแต่ละ วันต่อสัปดาห์	3.44	ปาน กลาง	3.49	ปาน กลาง	3.59	มาก	3.49	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.00	ปาน กลาง	2.97	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	2.99	ปาน กลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านเส้นทาง การบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และ ปัจจัยย่อยด้านชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาใช้ บริการในเส้นทางที่ต้องการตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ย่อยด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์มากที่สุด ถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบิน ไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และ ปัจจัยย่อยด้านการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษเป็นลำดับ ที่สาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านชนิดของ เครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาใช้บริการในเส้นทางที่ต้องการ และปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบินไป ยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
ราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
อัตราค่าระวางในการขนส่ง สินค้าภายในประเทศ	3.33	ปาน กลาง	3.36	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.34	ปาน กลาง
อัตราค่าระวางในการขนส่ง สินค้าระหว่างประเทศ	3.35	ปาน กลาง	3.25	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.25	ปาน กลาง
อัตราค่าระวางขนส่งสินค้า พิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมี ค่า	3.52	มาก	3.33	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง	3.38	ปาน กลาง
อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการ ขนส่งสินค้าพิเศษ	3.38	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง
อัตราค่าน้ำมันสำหรับการ ขนส่งสินค้าทั่วไป และสินค้า เกษตร	3.17	ปาน กลาง	3.17	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.14	ปาน กลาง
อัตราค่าเสียหายสำหรับการ ขนส่งสินค้าทั่วไป	3.38	ปาน กลาง	3.31	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง	3.30	ปาน กลาง
อัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่ สินค้าเสียหายหรือสูญหาย	3.35	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	3.22	ปาน กลาง
ค่าธรรมเนียมโกดังเก็บสินค้า	3.29	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.02	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า เป็นลำดับแรก ปัจจัยย่อยด้านอัตรา ค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ และอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปเป็น ลำดับที่สอง และปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และอัตราค่า ประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหายเป็นลำดับที่สาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมในการขนส่งสินค้าภายในประเทศมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า และปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าเสียหาย สำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านอัตราค่าธรรมเนียมในการขนส่งสินค้าภายในประเทศมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านอัตรา ค่าธรรมเนียมขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า และปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียม สำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ และอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
การจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	3.77	มาก	3.89	มาก	3.71	มาก	3.83	มาก
ขนาดพื้นที่ของอาคาร คลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า	3.17	ปาน กลาง	3.19	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.19	ปาน กลาง
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ ให้บริการขนถ่ายสินค้า	2.42	น้อย	2.24	น้อย	2.29	น้อย	2.31	น้อย
การติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) ในคลังสินค้าเพื่อเก็บ รักษาสินค้าประเภทของสด เน่าเสียง่าย	3.06	ปาน กลาง	3.13	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	3.08	ปาน กลาง
การจัดระบบรักษาความ ปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และ สินค้านี้มีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ	3.25	ปาน กลาง	3.33	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทางโทรศัพท์	3.21	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทาง Fax	3.19	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.19	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทาง E-mail	1.81	น้อย	1.85	น้อย	1.94	น้อย	1.85	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98	ปาน กลาง	3.01	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	2.99	ปาน กลาง

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ และปัจจัยย่อยด้านการจองพื้นที่ระวางผ่านทางโทรศัพท์ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อย่อยด้านสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง Fax เป็นลำดับที่สาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า และปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต	2.87	ปาน กลาง	2.68	ปาน กลาง	2.47	น้อย	2.72	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์ โดยการให้ ข่าวของผู้บริหาร หรือฝ่าย ประชาสัมพันธ์	2.81	ปาน กลาง	2.56	น้อย	2.29	น้อย	2.61	ปาน กลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางแก่ บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า	3.06	ปาน กลาง	3.07	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางขนส่ง พิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาด ในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะ ฤดูกาลของสินค้าบางประเภท	2.98	ปาน กลาง	2.92	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง
การให้เครดิตการชำระเงินแก่ บริษัทตัวแทน	3.15	ปาน กลาง	3.11	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.14	ปาน กลาง
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่น พับ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ตารางการบิน และประเภทของ บริการต่าง ๆ	2.60	น้อย	2.72	ปาน กลาง	2.47	น้อย	2.65	ปาน กลาง
การจัดงานสัมมนาให้ความรู้แก่ ลูกค้า	2.50	ปาน กลาง	2.55	ปาน กลาง	2.59	ปาน กลาง	2.54	ปาน กลาง
การแจกของที่ระลึก และ ปฏิทินประจำปี	2.31	น้อย	2.39	น้อย	2.18	น้อย	2.34	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.78	ปาน กลาง	2.75	ปาน กลาง	2.64	ปาน กลาง	2.75	ปาน กลาง

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 2.75

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านการให้เครดิตการ ชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัท ตัวแทนขนส่งสินค้า และการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทาง ใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล
หรือพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านบุคคล หรือพนักงาน	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ ลูกค้า	1.85	น้อย	2.07	น้อย	2.00	น้อย	1.99	น้อย
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มี บุคลิกภาพดี	2.46	น้อย	2.48	น้อย	2.24	น้อย	2.44	น้อย
ความเข้าใจของพนักงานใน กฎระเบียบเกี่ยวกับ มาตรฐานสากลของระบบการ ขนส่งทางอากาศ	2.67	ปาน กลาง	2.77	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	2.75	ปาน กลาง
ความรู้ความสามารถในการ เสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก	2.02	น้อย	2.01	น้อย	2.06	น้อย	2.02	น้อย
ความสามารถในการแก้ไข ปัญหาด้วยความชำนาญของ พนักงาน รวมถึงความสามารถ ในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร	2.69	ปาน กลาง	2.55	ปาน กลาง	2.24	น้อย	2.56	ปาน กลาง
การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง พนักงานและลูกค้า	2.33	น้อย	2.17	น้อย	1.82	น้อย	2.19	น้อย
ความกระตือรือร้นของ พนักงานในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า	1.94	น้อย	1.87	น้อย	1.82	น้อย	1.89	น้อย
พนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูล ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	2.31	น้อย	2.27	น้อย	1.94	น้อย	2.24	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.28	น้อย	2.27	น้อย	2.13	น้อย	2.26	น้อย

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล หรือพนักงานอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาคับด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการ ถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานใน กฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ และปัจจัยย่อยด้านพนักงานยิ้ม แยมแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทาง อากาศ เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาคับด้วยความ ชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และปัจจัยย่อยด้าน พนักงานยิ้มแจ่มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ มากที่สุด ถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานยิ้มแจ่มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี และความสามารถใน การแก้ไขปัญหาคับด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความรู้ความสามารถในการเสนอขาย พื้นที่ระวางบรรทุกทุกเป็นลำดับที่สาม

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
การบริการด้วยความ รวดเร็ว รับและส่งมอบ สินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา	3.06	ปาน กลาง	3.08	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง
การสร้างความน่าเชื่อถือใน กระบวนการให้บริการ ตั้งแต่ต้นทางจนถึง ปลายทาง	3.29	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.47	ปาน กลาง	3.30	ปาน กลาง
ความสามารถในการส่ง สินค้าถึงปลายทางอย่าง ถูกต้องและไม่เสียหาย	3.25	ปาน กลาง	3.31	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง
การเป็นสายการบินที่มี ภาพลักษณ์ดี	3.50	มาก	3.47	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง	3.46	ปาน กลาง
ภายในคลังสินค้าฯ มี บรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ	3.31	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง	3.26	ปาน กลาง

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดีมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ และปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี ถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย และปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง รองลงมา ได้แก่ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี และความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
กระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา							
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
มาตรการรักษาความปลอดภัย ของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อ ระยะเวลาให้บริการของ ลูกค้า	3.06	ปาน กลาง	3.14	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	3.11	ปาน กลาง
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้า	2.15	น้อย	2.00	น้อย	1.41	น้อย ที่สุด	1.98	น้อย
กรณีให้บริการส่งสินค้า								
ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.44	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.38	ปาน กลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่ง สินค้าเหมาะสม	3.31	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติ ของการส่งสินค้า	3.33	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.36	ปาน กลาง
กรณีให้บริการรับสินค้า								
ขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.33	ปาน กลาง	3.44	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.38	ปาน กลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับ สินค้าเหมาะสม	3.40	ปาน กลาง	3.45	ปาน กลาง	3.47	ปาน กลาง	3.44	ปาน กลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติ ของการรับสินค้า	3.23	ปาน กลาง	3.45	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง	3.34	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.16	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง	2.99	ปาน กลาง	3.17	ปาน กลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาที่ใช้บริการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

กรณีใช้บริการส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า และปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสมตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้าเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า เป็นลำดับแรก ถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม

กรณีใช้บริการรับสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้าเป็นลำดับแรก ถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.00	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
ด้านราคา	3.35	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	2.98	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.78	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง
ด้านบุคคล หรือพนักงาน	2.28	น้อย	2.27	น้อย	2.13	น้อย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	3.28	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	3.16	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

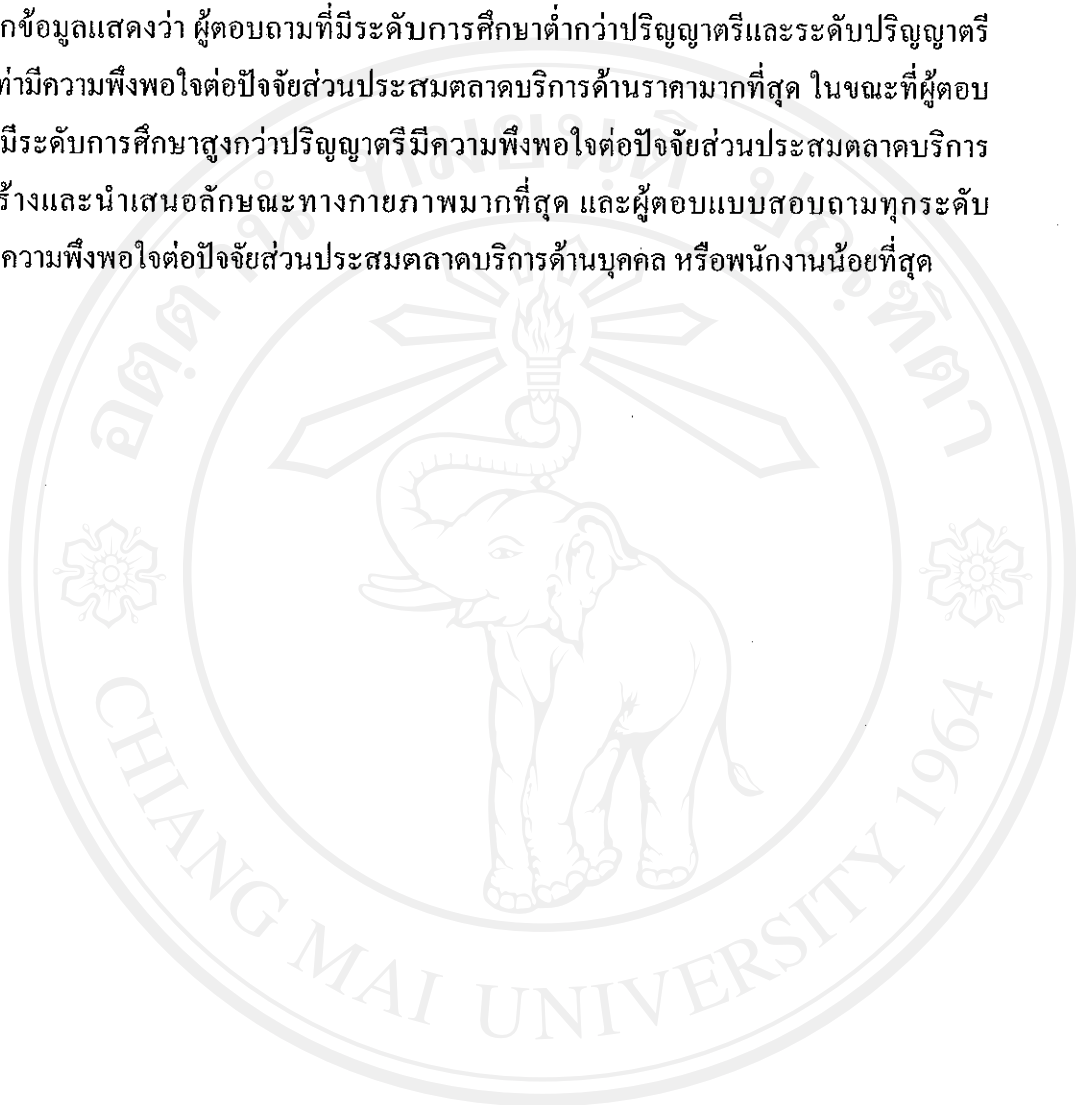
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคา (3.35) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.28) ด้านกระบวนการ (3.16) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.00) ด้านการจัดจำหน่าย (2.98) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.78) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.28) อยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยมากอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.27) ด้านกระบวนการ (3.21) ด้านการจัดจำหน่าย (3.01) ด้านผลิตภัณฑ์ (2.97) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.75) และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.27) อยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.20) ด้านราคา (3.02) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.00) ด้านกระบวนการ (2.99) ด้าน

การจัดจำหน่าย (2.88) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.64) และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.13) อยู่ในระดับน้อย

จากข้อมูลแสดงว่า ผู้ตอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี
หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบ
แบบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับ
การศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการคลังสินค้า
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการใช้
บริการ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
คุณภาพของการให้บริการ	1.91	น้อย	2.00	น้อย	2.60	ปาน กลาง	1.00	น้อย ที่สุด	2.08	น้อย
เส้นทางการบินไปยังท่า อากาศยานต่าง ๆ	3.35	ปาน กลาง	3.41	ปาน กลาง	3.47	ปาน กลาง	5.00	มาก ที่สุด	3.41	ปาน กลาง
ความหลากหลายของประ เภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door- to-Door Services ฯลฯ	2.22	น้อย	1.93	น้อย	1.80	น้อย	2.00	น้อย	2.04	น้อย
การบริการรักษาความ ปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.35	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.35	ปาน กลาง
การบริการประกันภัย สินค้าของสายการบิน	3.10	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง	3.43	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง
ชนิดของเครื่องบินที่ เหมาะสมซึ่งนำมาใช้ บริการในเส้นทางที่ ต้องการ	3.34	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง	3.43	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.35	ปาน กลาง
จำนวนเที่ยวบินในแต่ละ วันต่อสัปดาห์	3.57	มาก	3.51	มาก	3.23	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.49	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98	ปาน กลาง	2.95	ปาน กลาง	3.05	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง	2.99	ปาน กลาง

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และปัจจัยย่อยด้านการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และลำดับถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และปัจจัยย่อยด้านการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านการบริการประกันภัยสินค้าของสายการบิน และปัจจัยย่อยด้านชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และลำดับถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ ชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ และจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านราคา	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
อัตราค่าระวางในการขนส่ง สินค้าภายในประเทศ	3.37	ปาน กลาง	3.34	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.34	ปาน กลาง
อัตราค่าระวางในการขนส่ง สินค้านานาชาติ	3.29	ปาน กลาง	3.15	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.25	ปาน กลาง
อัตราค่าระวางขนส่งสินค้า พิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า	3.37	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.57	มาก	3.00	ปาน กลาง	3.38	ปาน กลาง
อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับ การขนส่งสินค้าพิเศษ	3.29	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.30	ปาน กลาง	5.00	มาก ที่สุด	3.29	ปาน กลาง
อัตราค่าน้ำมันสำหรับการ ขนส่งสินค้าทั่วไป และ สินค้าเกษตร	3.16	ปาน กลาง	3.15	ปาน กลาง	3.07	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.14	ปาน กลาง
อัตราค่าเสียหายสำหรับการ ขนส่งสินค้าทั่วไป	3.28	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง	3.30	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.30	ปาน กลาง
อัตราค่าประกันสินค้าใน กรณีที่ดินค้าเสียหายหรือ สูญหาย	3.10	ปาน กลาง	3.22	ปาน กลาง	3.50	มาก	3.00	ปาน กลาง	3.22	ปาน กลาง
ค่าธรรมเนียมโกดังเก็บ สินค้า	3.24	ปาน กลาง	3.12	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.21	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	3.31	ปาน กลาง	3.88	มาก	3.27	ปาน กลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป และปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่สาม คือ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ และอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษ มากที่สุด ลำดับถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ อัตราค่าน้ำมันสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป และสินค้าเกษตร อัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป และค่าธรรมเนียมโกดังเก็บสินค้า

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
การจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านการจัดจำหน่าย	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้า สะดวกต่อการเดินทางมา ติดต่อ	3.87	มาก	3.76	มาก	3.83	มาก	4.00	มาก	3.83	มาก
ขนาดพื้นที่ของอาคาร คลังสินค้าเพื่อการขนส่ง สินค้า	3.26	ปาน กลาง	3.15	ปาน กลาง	3.07	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.19	ปาน กลาง
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ ให้บริการขนถ่ายสินค้า	2.35	น้อย	2.27	น้อย	2.27	น้อย	2.00	น้อย	2.31	น้อย
การติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) ในคลังสินค้าเพื่อเก็บ รักษาสินค้าประเภทของสด เน่าเสียง่าย	3.10	ปาน กลาง	2.95	ปาน กลาง	3.17	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.08	ปาน กลาง
การจัดระบบรักษาความ ปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และ สินค้านี้มีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้า	3.32	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.27	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทางโทรศัพท์	3.26	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.18	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทาง Fax	3.26	ปาน กลาง	3.12	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.19	ปาน กลาง
สามารถจองพื้นที่ระวางผ่าน ทาง E-mail	1.91	น้อย	1.93	น้อย	1.57	น้อย	3.00	ปาน กลาง	1.85	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.04	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	2.92	ปาน กลาง	3.25	ปาน กลาง	2.99	ปาน กลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้านำมีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า สามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทางโทรศัพท์ และสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง Fax เป็นลำดับที่สาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้งมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้านำมีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ และปัจจัยย่อยด้านขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้านำมีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ และปัจจัยย่อยด้านการติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) ในคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทของสด เน้นเสียง่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ การติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) ในคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทของสด เน้นเสียง่าย และการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้านำมีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ มากที่สุด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต	2.68	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวของผู้บริหาร หรือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์	2.71	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	4.00	มาก	2.61	ปานกลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า	3.06	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	4.00	มาก	3.06	ปานกลาง
การให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท	2.91	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	4.00	มาก	2.94	ปานกลาง
การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน	3.26	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับตารางการบิน และ ประเภทของบริการต่าง ๆ	2.82	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.43	น้อย	3.00	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง
การจัดงานสัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้า	2.63	ปานกลาง	2.32	น้อย	2.60	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.54	ปานกลาง
การแจกของขวัญระลึก และ ปฏิทินประจำปี	2.29	น้อย	2.20	น้อย	2.53	ปานกลาง	5.00	มากที่สุด	2.34	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.80	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	3.63	มาก	2.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภทตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน และปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน เป็นลำดับแรก ลำดับถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปี มากที่สุด ลำดับถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวของผู้บริหาร หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
บุคคล หรือพนักงาน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านบุคคล หรือพนักงาน	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ ลูกค้า	1.85	น้อย	2.12	น้อย	2.13	น้อย	1.00	น้อย ที่สุด	1.99	น้อย
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มี บุคลิกภาพดี	2.41	น้อย	2.59	ปาน กลาง	2.33	น้อย	2.00	น้อย	2.44	น้อย
ความเข้าใจของพนักงานใน กฎระเบียบเกี่ยวกับ มาตรฐานสากลของระบบการ ขนส่งทางอากาศ	2.78	ปาน กลาง	2.88	ปาน กลาง	2.53	ปาน กลาง	2.00	น้อย	2.75	ปาน กลาง
ความรู้ความสามารถในการ เสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก	2.03	น้อย	2.07	น้อย	1.93	น้อย	2.00	น้อย	2.02	น้อย
ความสามารถในการแก้ไข ปัญหาด้วยความชำนาญของ พนักงาน รวมถึง ความสามารถในการถ่ายทอด ข้อมูล ข่าวสาร	2.51	ปาน กลาง	2.49	น้อย	2.70	ปาน กลาง	4.00	มาก	2.56	ปาน กลาง
การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงานและลูกค้า	2.38	น้อย	2.02	น้อย	1.93	น้อย	3.00	ปาน กลาง	2.19	น้อย
ความกระตือรือร้นของ พนักงานในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า	1.81	น้อย	1.98	น้อย	1.97	น้อย	1.00	น้อย ที่สุด	1.89	น้อย
พนักงานออกไปเยี่ยมให้ ข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	2.25	น้อย	2.22	น้อย	2.23	น้อย	3.00	ปาน กลาง	2.24	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.25	น้อย	2.30	น้อย	2.22	น้อย	2.25	น้อย	2.26	น้อย

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล หรือพนักงานอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 2.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และปัจจัยย่อยด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี และปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ และปัจจัยย่อยด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร เป็นลำดับแรก ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า และพนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
การบริการด้วยความ รวดเร็ว รับและส่งมอบ สินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา	2.99	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.13	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.06	ปาน กลาง
การสร้างความน่าเชื่อถือใน กระบวนการให้บริการ ตั้งแต่ต้นทางจนถึง ปลายทาง	3.26	ปาน กลาง	3.39	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.30	ปาน กลาง
ความสามารถในการส่ง สินค้าถึงปลายทางอย่าง ถูกต้องและไม่เสียหาย	3.24	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.40	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง
การเป็นสายการบินที่มี ภาพลักษณ์ดี	3.51	มาก	3.37	ปาน กลาง	3.47	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.46	ปาน กลาง
ภายในคลังสินค้าฯ มี บรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ	3.29	ปาน กลาง	3.20	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	4.00	มาก	3.23	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	ปาน กลาง	3.26	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.80	มาก	3.26	ปาน กลาง

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดีมากที่สุด ลำดับถัดมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ และปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี และปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดีมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย และปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการด้วยความรวดเร็ว รับและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี และภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ มากที่สุด

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน
กระบวนการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านกระบวนการ	ความถี่ในการใช้บริการ									
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาให้บริการของลูกค้า	3.01	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	4.00	มาก	3.11	ปานกลาง
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	1.97	น้อย	1.95	น้อย	2.00	น้อย	3.00	ปานกลาง	1.98	น้อย
กรณีใช้บริการส่งสินค้า										
ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.50	มาก	3.17	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	มาก	3.38	ปานกลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม	3.46	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	4.00	มาก	3.35	ปานกลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า	3.47	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	4.00	มาก	3.36	ปานกลาง
กรณีใช้บริการรับสินค้า										
ขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.40	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	มาก	3.38	ปานกลาง
เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม	3.50	มาก	3.34	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	4.00	มาก	3.44	ปานกลาง
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า	3.37	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	4.00	มาก	3.34	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.88	มาก	3.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.17

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาให้บริการของลูกค้ามากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นลำดับถัดมา

กรณีใช้บริการส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า และปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า เป็นลำดับแรก ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม และปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า เท่ากัน

กรณีใช้บริการรับสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม เป็นลำดับแรก ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้าตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า เท่ากัน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ	ความถี่ในการใช้บริการ							
	มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์		สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง		เดือนละ 1-3 ครั้ง		มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ด้านผลิตภัณฑ์	2.98	ปาน กลาง	2.95	ปาน กลาง	3.05	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง
ด้านราคา	3.26	ปาน กลาง	3.23	ปาน กลาง	3.31	ปาน กลาง	3.88	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.04	ปาน กลาง	2.94	ปาน กลาง	2.92	ปาน กลาง	3.25	ปาน กลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.80	ปาน กลาง	2.67	ปาน กลาง	2.71	ปาน กลาง	3.63	มาก
ด้านบุคคล หรือพนักงาน	2.25	น้อย	2.30	น้อย	2.22	น้อย	2.25	น้อย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.26	ปาน กลาง	3.26	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.80	มาก
ด้านกระบวนการ	3.21	ปาน กลาง	3.10	ปาน กลาง	3.15	ปาน กลาง	3.88	มาก

จากตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อ
สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง
เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.26)
ด้านกระบวนการ (3.21) ด้านการจัดจำหน่าย (3.04) ด้านผลิตภัณฑ์ (2.98) และด้านการส่งเสริม
การตลาด (2.80) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้าน
บุคคล หรือพนักงาน (2.25) อยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย (3.26) ด้านราคา (3.23) ด้านกระบวนการ (3.10) ด้านผลิตภัณฑ์ (2.95) ด้านการจัดจำหน่าย (2.94) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.67) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.30) อยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคา (3.31) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.27) ด้านกระบวนการ (3.15) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.05) ด้านการจัดจำหน่าย (2.92) และด้านการส่งเสริมการตลาด (2.71) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.22) อยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความบ่อยครั้งหรือมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคาและด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.88) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (3.80) และด้านการส่งเสริมการตลาด (3.63) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (3.29) และด้านการจัดจำหน่าย (3.25) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน (2.25) อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการ

ปัญหาที่พบ	จำนวนคน	ร้อยละ
ปริมาณเที่ยวบินมีไม่เพียงพอ	64	45.70
ประเภทของการให้บริการมีไม่หลากหลาย	32	22.90
อัตราค่าระวางในการขนส่งสูง	51	36.40
อุปกรณ์การบริการด้านคลังสินค้ามีไม่เพียงพอ	72	51.40
ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากคลังสินค้า	71	50.70
พนักงานคลังสินค้าบริการไม่สุภาพ	74	52.90
พนักงานขาดความรู้ปฏิบัติงานผิดพลาด	26	18.60
พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้า	76	54.30
พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการปฏิเสธการให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา	27	19.30
ภายในคลังสินค้าไม่เป็นระเบียบมีบรรยากาศไม่ดี	29	20.70
สินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	38	27.10
ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเที่ยวบินที่ต้องการ	47	33.60
ไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเที่ยวบินที่ต้องการ	62	44.30
สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง	59	42.10
เอกสารขาเข้าสูญหายในการขนส่งก่อให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า	33	23.60
กระบวนการส่งมอบสินค้าให้ผู้รับสินค้าน่าช้า	61	43.60

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 คน

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการ ได้แก่ พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้ามากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา ได้แก่ พนักงานคลังสินค้าบริการไม่สุภาพ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 52.90 อุปกรณ์การบริการด้านคลังสินค้ามีไม่เพียงพอ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากคลังสินค้า

จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 ปริมาณเที่ยวบินมีไม่เพียงพอ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 ไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเที่ยวบินที่ต้องการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 กระบวนการส่งมอบสินค้าให้ผู้รับสินค้าล่าช้า จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 อัตราค่าระวางในการขนส่งสูง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 ไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเที่ยวบินที่ต้องการ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 สินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 เอกสารขาเข้าสู่สูญหายในการขนส่งก่อให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 ประเภทของการให้บริการมีไม่หลากหลาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 ภายในคลังสินค้าไม่เป็นระเบียบมีบรรยากาศไม่ดี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการปฏิเสธการให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และพนักงานขาดความรู้ปฏิบัติงานผิดพลาด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อคลังสินค้าฯ มีดังนี้

1. คลังสินค้าฯ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในด้านความรู้เกี่ยวกับการบริการของคลังสินค้า รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ มากขึ้น
2. คลังสินค้าฯ ควรจัดเตรียมพลาสติกสำหรับคลุมตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าได้รับความเสียหาย หรือเปียกฝน ขณะรอบรรทุกสินค้าขึ้นเครื่อง
3. คลังสินค้าฯ ควรจัดระเบียบการจอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ
4. ควรมีการจัดอบรมให้พนักงานคลังสินค้าฯ เกี่ยวกับความรู้ในเรื่องกฎระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ของการขนส่งทางอากาศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในกรณีลูกค้าขอคำปรึกษา ติดต่อสอบถาม และสามารถช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหาได้
5. ในกรณีที่สินค้าที่มีความต้องการเร่งด่วน คลังสินค้าฯ ควรจัดพนักงานรองรับในเรื่องการส่งมอบเอกสาร รวมถึงการจ่ายสินค้าให้มากขึ้น
6. คลังสินค้าฯ ควรจัดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถรองรับในกรณีลูกค้ามาติดต่อในช่วงเวลาหลังเลิกงานปกติ
7. ควรจัดให้มีแบบสำรวจภายในองค์กร เพื่อใช้สำหรับประเมินการทำงานของเจ้าหน้าที่คลังสินค้าฯ
8. ควรจัดทำป้ายแนะนำการบริการประเภทต่าง ๆ ตลอดจนถึงเที่ยวบินในแต่ละวัน