

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบของกิจการ ระยะเวลาในการประกอบอาชีพหัตถกรรมไม้แกะสลัก รายได้ต่อเดือนของกิจการ ระยะเวลาการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ประเทศที่ส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ประเภทสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักที่ส่งออก มูลค่าการส่งออกต่อปี ค่าใช้จ่ายในการส่งออกต่อปี ช่องทางการส่งสินค้าออก และตัวแทนขนส่งสินค้าที่ท่านใช้บริการส่งออก (ตารางที่ 1 – 15)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ตารางที่ 16-23)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้า นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ (ตารางที่ 24-30)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก มูลค่าการส่งออก (ตารางที่ 31-51)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	157	70.7
ชาย	65	29.3
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 70.7 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 29.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 28 ปี	57	25.7
29-39 ปี	98	44.1
40 – 50 ปี	59	26.6
มากกว่า 50 ปี	8	3.6
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 29-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.1 มากที่สุด รองลงมา 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.6 อายุ 18-28 ปีคิดเป็นร้อยละ 25.7 และอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	68	30.6
สมรส	139	62.6
หย่าร้าง/ม่าย/แยกทางกันอยู่	15	6.8
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 30.6 และสถานภาพหย่าร้าง/ม่าย/แยกทางกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	1.8
ประถมศึกษา	50	22.5
มัธยมศึกษาตอนต้น(ม. 3)	25	11.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ปวช.	44	19.8
อนุปริญญา/ ปวส.	42	18.9
ปริญญาตรี	53	23.9
ปริญญาโท	4	1.8
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.9 มากที่สุด รองลงมาจบการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.5 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 19.8 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 18.9 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(ม. 3) คิดเป็นร้อยละ 11.3 จบการศึกษาระดับ ปริญญาโทและ ต่ำกว่าประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	171	77.0
ผู้จัดการ	8	3.6
ลูกจ้าง	43	19.4
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมามีตำแหน่งเป็นลูกจ้าง กิจการ คิดเป็นร้อยละ 19.4 และมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของกิจการ

ขนาดของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เล็ก	52	23.4
กลาง	126	56.8
ใหญ่	44	19.8
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีขนาดของกิจการอยู่ในระดับกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.8 มากที่สุด รองลงมามีกิจการขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 23.4 และมีกิจการขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของกิจการ

รูปแบบของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	214	96.4
ห้างหุ้นส่วน	6	2.7
บริษัทจำกัด	2	0.9
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบของกิจการส่วนมาก เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และ บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการประกอบอาชีพหัตถกรรมไม้แกะสลัก

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 4 ปี	60	27.0
4-6 ปี	54	24.3
7-10 ปี	61	27.5
11-13 ปี	14	6.3
14-16 ปี	16	7.2
มากกว่า 16 ปี	17	7.7
รวม	222	100.

จากตารางที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ระยะเวลาการประกอบอาชีพหัตถกรรมไม้แกะสลัก ส่วนมากประกอบอาชีพระยะเวลา 7-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาประกอบอาชีพน้อยกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประกอบอาชีพเป็นระยะเวลา 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 ประกอบ

อาชีพมากกว่า 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.7 ประกอบอาชีพเป็นระยะเวลา 14-16 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.2 และ ประกอบอาชีพเป็นระยะเวลา 11-13 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของกิจการต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100,000 บาท	27	12.2
100,000– 500,000 บาท	32	14.4
500,001 – 1,000,000 บาท	72	32.4
1,000,001 – 1,500,000 บาท	55	24.8
มากกว่า 1,500,000 บาท	36	16.2
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ของกิจการต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน 500,0001-1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 1,000,001-1,500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.8 รายได้และมากกว่า 1,500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้ต่อเดือน 100,000-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.4 และรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

ระยะเวลาการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 4 ปี	72	32.5
4-6 ปี	57	25.7
7-10 ปี	58	26.1
11 – 13 ปี	20	9.0
14-16 ปี	12	5.4
มากกว่า 16 ปี	3	1.3
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการส่งออก ส่วนมากมีระยะเวลาการส่งออกน้อยกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาส่งออกเป็นระยะเวลา 7-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.1 ส่งออกเป็นระยะเวลา 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่งออกเป็นระยะเวลา 14-16 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.4 ส่งออกเป็นระยะเวลา 11-13 ปี คิดเป็นร้อยละ 9 และส่งออกมากกว่า 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโซนส่งออกสินค้าสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก

โซนส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
ประเทศแถบเอเชีย	32	14.4
ประเทศแถบยุโรป	53	23.9
ประเทศแถบอเมริกา	23	10.4
ประเทศแถบเอเชียและแถบยุโรป	46	20.7
ประเทศแถบเอเชียและอเมริกา	9	4.0
ประเทศแถบยุโรปและอเมริกา	14	6.3
ประเทศแถบเอเชีย ยุโรป และอเมริกา	45	20.3
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 12 ผู้ตอบแบบสอบถามมีโซนส่งออกสินค้าสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ส่วนมากส่งออกไปยังประเทศแถบยุโรป ได้แก่ อังกฤษ อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน เดนมาร์ก นอร์เวย์ และสวีเดน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาส่งออกไปภูมิภาคเอเชียและยุโรป คิดเป็นร้อยละ 20.7 ประเทศแถบเอเชีย ยุโรปและอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 20.3 ประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน เกาหลี ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ศรีลังกา และอินเดีย คิดเป็นร้อยละ 14.4 ส่งออกไปประเทศอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา สเปน เม็กซิโก และบราซิล คิดเป็นร้อยละ 10.4 ส่งออกไปประเทศแถบยุโรปและอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 6.3 และส่งออกไปประเทศแถบเอเชียและอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าหัตถกรรม
ไม้แกะสลักที่ส่งออก

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
กรอบรูป	80	36.0
ตุ้ม/เตียง	99	44.6
โคมไฟ	56	25.2
แจกัน	32	14.4
โต๊ะ/เก้าอี้	96	43.3
ตุ๊กตาไม้รูปสัตว์ / คน	88	39.6
เครื่องครัว เช่น ถาด ช้อน ส้อม	10	4.5
ชิ้นส่วนแกะสลักรูปวิจิตร	59	26.6

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 13 ผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักที่ส่งออก
ส่วนมากเป็นตุ้ม/เตียง คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาเป็น โต๊ะ/เก้าอี้ คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตุ๊กตาไม้รูป
สัตว์ / คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 กรอบรูปคิด เป็นร้อยละ 36.0 ชิ้นส่วนแกะสลักรูปวิจิตร คิดเป็นร้อย
ละ 26.6 โคมไฟคิดเป็นร้อยละ 25.2 แจกันคิดเป็นร้อยละ 14.4 และ เครื่องครัว เช่น ถาด ช้อน ส้อม
คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าส่งออกต่อปี

มูลค่าส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000,000 บาท	24	10.8
1,000,000 – 5,000,000 บาท	28	12.6
5,000,001 – 10,000,000 บาท	83	37.4
10,000,001 – 15,000,000 บาท	43	19.4
มากกว่า 15,000,000 บาท	44	19.8
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าการส่งออก ส่วนมากมีมูลค่าการส่งออก 5,000,001 – 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมา มีมูลค่าส่งออก มากกว่า 15,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.8 มูลค่าส่งออก 10,000,001 – 15,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.4 มูลค่าการส่งออก 1,000,000 – 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.6 และมูลค่าการส่งออกลดกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการส่งออกต่อปี

ค่าใช้จ่ายในการส่งออกต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	18	8.1
10,000 – 50,000 บาท	30	13.5
50,001 – 100,000 บาท	83	37.4
100,001 – 150,000 บาท	32	14.4
มากกว่า 150,000 บาท	59	26.6
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการส่งออก ส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการส่งออก 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงนามีค่าใช้จ่าย มากกว่า 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.6 มีค่าใช้จ่าย 100,001 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.4 มีค่าใช้จ่าย 10,000 – 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเส้นทางการส่งสินค้าออก

เส้นทางการส่งสินค้าออก	จำนวน	ร้อยละ
ทางเครื่องบิน	127	57.2
ทางเรือ	222	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีเส้นทางการขนส่งสินค้าออก ส่วนมากใช้เส้นทางขนส่งสินค้าออกทางเรือ คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาใช้เส้นทางขนส่งสินค้าออกทางเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 57.2

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตัวแทนขนส่งสินค้าที่ใช้บริการ

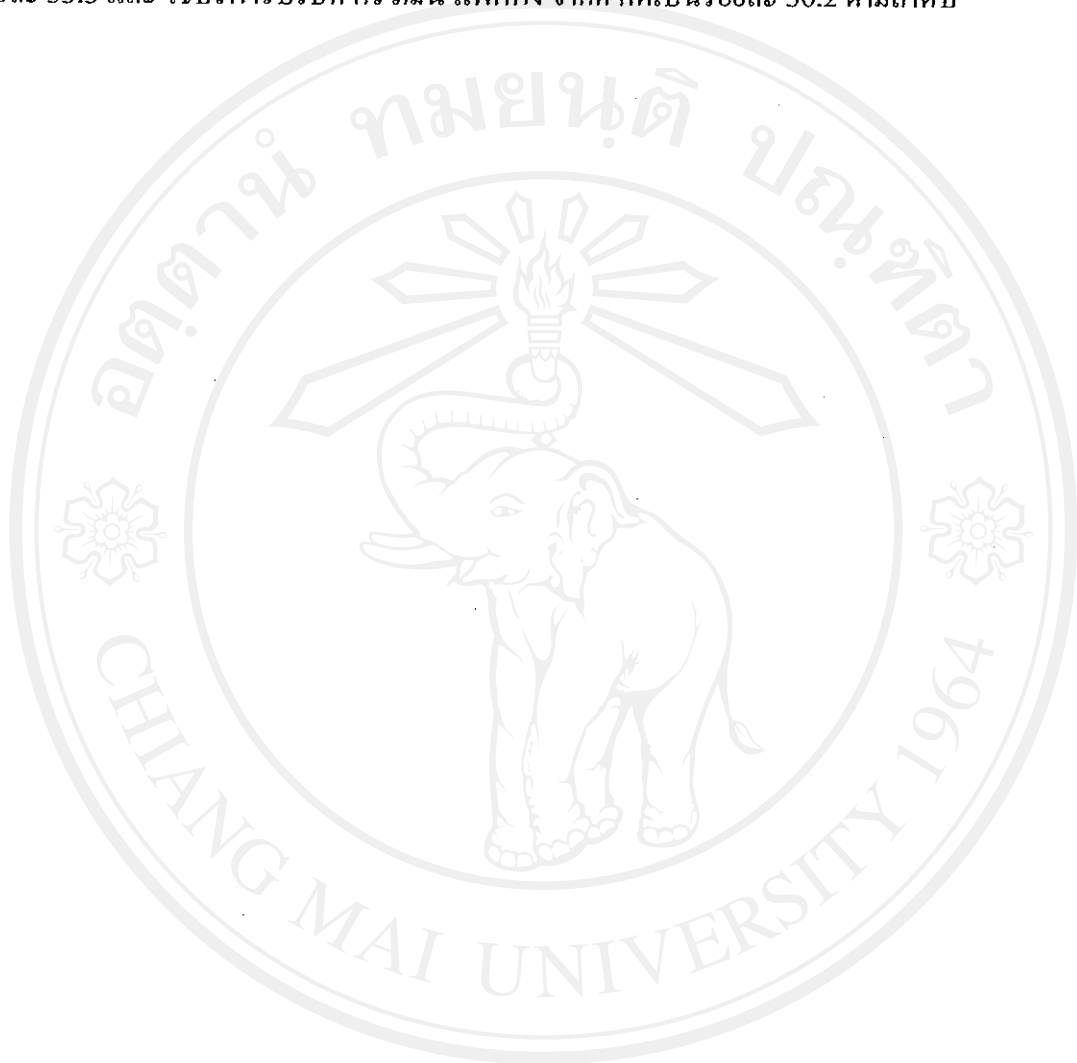
ตัวแทนขนส่งสินค้าที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท เวลด์ เอ็กเพรส จำกัด จำกัด	31	13.8
บริษัท บุญมา คาร์โก้ จำกัด	36	16.2
บริษัท ทัวร์โรยัล แอร์ คาร์โก้ จำกัด	8	3.6
บริษัท นิบปอน เอ็กส์เพรส จำกัด	12	5.4
บริษัท เอช เค ที เชียงใหม่ จำกัด	21	9.5
บริษัท เอ แอนด์ เอส คาร์โก้ จำกัด	17	7.7
ห.จ.ก. โปรแพคกิ้ง แอนด์ ทรานสปอร์ต	74	33.3
บริษัท โซนิค อินเตอร์เฟรท จำกัด	10	4.5
บริษัท กรวัฒน์ แพคกิ้ง จำกัด	67	30.2
ห.จ.ก. โกลบอลลิงค์ แอนด์ แพคกิ้ง จำกัด	44	19.8
ห.จ.ก. ทียูเค คาร์โก้	54	24.3
ห.จ.ก. เอลิท ชิปปิ้ง แอนด์ ทรานสปอร์ต	33	14.9
บริษัท ฮันคิว ทรานสปอร์ต จำกัด	20	9.0
บริษัท ไพโอเนียร์ คาร์โก้ เซอร์วิส จำกัด	60	27.0

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตัวแทนขนส่งสินค้าที่ใช้บริการ (ต่อ)

ตัวแทนขนส่งสินค้าที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท เซ็งเกอร์ จำกัด	32	14.4
บริษัท โดคิว เวิลด์เอ็กเพรส จำกัด	12	5.4
บริษัท ซี เอ ซี แอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด	36	16.2
บริษัท สแตน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	14	6.3
บริษัท เชียงใหม่ ซี อาร์ ชิปปิง จำกัด	13	5.9
บริษัท เชียงใหม่ แพน คาร์โก้ เซอร์วิส จำกัด	54	24.3
บริษัท เอ็มบาสซี (ประเทศไทย) จำกัด	41	18.5
บริษัท เอสดีวี โลจิสติกส์ จำกัด	15	6.8
บริษัท ฮานชิน เฟรท อินเตอร์เนชั่นแนล	18	8.1
บริษัท มิตรชยุ-โซโค จำกัด	12	5.4
บริษัท เอ็มซีเค โลจิสติกส์ จำกัด	11	5.0
บริษัท สยามนิสทรานส์ จำกัด	6	2.7
บริษัท ที เค เอ็กซ์เพรส จำกัด	58	26.1
บริษัท ทีพี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	8	3.6
บริษัท วิแพค แอนด์ มูฟ จำกัด	95	42.8
บริษัท คาลเบอร์ คาร์โก้ เซอร์วิส	6	2.7
บริษัท แอร์ โอเชียน ทรานสปอร์ต จำกัด	79	35.6
ท.ก.จ.เชียงใหม่ แอร์ คูเรียร์ เซอร์วิส	9	4.1
ท.จ.ก. มณีทรัพย์อนันต์	5	2.3
บริษัท นอร์ทเทอร์น อินเตอร์ คาร์โก้ จำกัด	6	2.7
บริษัท เคไลน์แอร์เซอร์วิส จำกัด	6	2.7
บริษัท นอร์ทเทอร์น แอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด	4	1.8
บริษัท ยูเซ็น แอร์ แอนด์ ซี เซอร์วิส จำกัด	2	0.9
บริษัท เอ็กเซล ทรานสปอร์ต จำกัด	2	0.9

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีตัวแทนขนส่งสินค้าที่ท่านใช้บริการ ส่วนมากใช้
บริการของบริษัท วิแพค แอนด์ มูฟ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ใช้บริการบริษัท แอร์ โอ
เชียน ทรานสปอร์ต จำกัด คิดเป็นร้อยละ 35.6 ใช้บริการ ห.จ.ก. โปรแพคกิ้ง แอนด์ ทรานสปอร์ต
คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ ใช้บริการบริษัท กรวัฒน์ แพคกิ้ง จำกัด คิดเป็นร้อยละ 30.2 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าออกของผู้
ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผล
ต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การให้บริการขนส่งต่อเนื่อง หลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทาง อากาศ ทางทะเล ฯลฯ)	32 (14.4)	91 (41.0)	92 (41.4)	5 (2.3)	2 (0.9)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการ ให้บริการของแต่ละตัวแทน ขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services	28 (12.6)	88 (39.6)	94 (42.3)	8 (3.6)	4 (1.8)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการ ให้บริการของตัวแทนขนส่ง สินค้าที่เลือกใช้	31 (14.0)	90 (40.5)	92 (41.4)	2 (0.9)	7 (3.2)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packing)	40 (18.0)	95 (42.8)	78 (35.1)	7 (3.2)	2 (0.9)	3.74 (มาก)
มีบริการรับ จัดส่งถึงสถาน ประกอบการ	64 (28.8)	99 (44.6)	55 (24.8)	3 (1.4)	1 (0.5)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย	50 (22.5)	91 (41.0)	71 (32.0)	8 (3.6)	2 (0.9)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ	43 (19.4)	92 (41.4)	75 (33.8)	7 (3.2)	5 (2.3)	3.73 (มาก)
พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า	27 (12.2)	104 (46.8)	80 (36.0)	9 (4.1)	2 (0.9)	3.65 (มาก)
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ	28 (12.6)	92 (41.4)	87 (39.2)	9 (4.1)	6 (2.7)	3.57 (มาก)
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า	41 (18.5)	75 (33.8)	96 (43.2)	7 (3.2)	3 (1.4)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัยสินค้า	46 (20.7)	83 (37.4)	76 (34.2)	10 (4.5)	7 (3.2)	3.68 (มาก)
รวม	430 (17.61)	1,000 (40.49)	896 (36.69)	75 (3.07)	41 (1.68)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.73) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.66) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของ

ตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง	41 (18.5)	106 (47.7)	64 (28.8)	8 (3.6)	3 (1.4)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง	22 (9.9)	75 (33.8)	72 (32.4)	34 (15.3)	19 (8.6)	3.21 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน (เครดิต)	20 (9.0)	78 (35.1)	82 (36.9)	32 (14.4)	10 (4.5)	3.30 (ปานกลาง)
บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน	26 (11.7)	85 (38.3)	82 (36.9)	12 (5.4)	17 (7.7)	3.41 (มาก)
การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็น เอกสาร	40 (18.0)	83 (37.4)	80 (36.0)	9 (4.1)	10 (4.5)	3.60 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธี การศุลกากรของตัวแทนส่งออก	34 (15.3)	94 (42.3)	77 (34.7)	9 (4.1)	8 (3.6)	3.62 (มาก)
อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับ การบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน	30 (13.5)	84 (37.8)	94 (42.3)	11 (5.0)	3 (1.4)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัท อื่นๆ	19 (8.6)	76 (34.2)	115 (51.8)	9 (4.1)	3 (1.4)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	27 (12.2)	75 (33.8)	97 (43.7)	16 (7.2)	7 (3.2)	3.45 (มาก)
รวม	259 (12.96)	756 (37.84)	763 (38.84)	140 (7.01)	80 (4.00)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.49 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.78) บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.62) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต) (ค่าเฉลี่ย 3.30) และ การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	24 (10.8)	94 (42.3)	88 (39.6)	14 (6.3)	2 (0.9)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	20 (9.0)	101 (45.5)	94 (42.3)	6 (2.7)	1 (0.5)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	25 (11.3)	113 (50.9)	74 (33.3)	8 (3.6)	2 (0.9)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	19 (8.6)	111 (50.0)	74 (33.3)	11 (5.0)	7 (3.2)	3.56 (มาก)
มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง	26 (11.7)	90 (40.5)	89 (40.1)	13 (5.9)	4 (1.8)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน	23 (10.4)	63 (28.4)	110 (49.5)	22 (9.9)	4 (1.8)	3.36 (ปานกลาง)
ให้บริการทาง Internet	25 (11.3)	68 (30.6)	97 (43.7)	21 (9.5)	11 (5.0)	3.34 (ปานกลาง)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (ต่อ)

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	45 (20.3)	83 (37.4)	78 (35.1)	11 (5.0)	5 (2.3)	3.68 (มาก)
รวม	207 (11.66)	723 (40.71)	704 (39.64)	106 (5.97)	36 (2.03)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.68) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	11 (5.0)	61 (27.5)	110 (49.5)	29 (13.1)	11 (5.0)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น	9 (4.1)	61 (27.5)	117 (52.7)	23 (10.4)	12 (5.4)	3.14 (ปานกลาง)
มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	5 (2.3)	55 (24.8)	108 (48.6)	33 (14.9)	21 (9.5)	2.95 (ปานกลาง)
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	14 (6.3)	57 (25.7)	115 (51.8)	23 (10.4)	13 (5.9)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ	18 (8.1)	48 (21.6)	106 (47.7)	33 (14.9)	17 (7.7)	3.08 (ปานกลาง)
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	7 (3.2)	51 (23.0)	105 (47.3)	42 (18.9)	17 (7.7)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์	11 (5.0)	51 (23.0)	115 (51.8)	32 (14.4)	13 (5.9)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	14 (6.3)	53 (23.9)	97 (43.7)	37 (16.7)	21 (9.5)	3.01 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น ลดราคาช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว)	13 (5.9)	55 (24.8)	96 (43.2)	34 (15.3)	24 (10.8)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	102 (5.11)	492 (24.62)	969 (48.50)	286 (14.31)	149 (7.46)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.06 เรียงลำดับปัจจัยย่อย ได้แก่ การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.16) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.14) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก(ค่าเฉลี่ย 3.14) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.08) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.07) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้ (ค่าเฉลี่ย 3.01) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น ละครในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว) (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.95) และโฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง	18 (8.1)	73 (32.9)	113 (50.9)	14 (6.3)	4 (1.8)	3.39 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี	22 (9.9)	78 (35.1)	107 (48.2)	12 (5.4)	3 (1.4)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า	22 (9.9)	75 (33.8)	99 (44.6)	21 (9.5)	5 (2.3)	3.40 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์	29 (13.1)	87 (39.2)	97 (43.7)	6 (2.7)	3 (1.4)	3.60 (มาก)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร(ต่อ)

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	27 (12.2)	81 (36.5)	102 (45.9)	7 (3.2)	5 (2.3)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร	20 (9.0)	86 (38.7)	100 (45.0)	11 (5.0)	5 (2.3)	3.47 (มาก)
พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	29 (13.1)	89 (40.1)	91 (41.0)	9 (4.1)	4 (1.8)	3.59 (มาก)
รวม	167 (10.75)	569 (36.62)	709 (45.62)	80 (5.15)	29 (1.87)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.49 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.59) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.53) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.47) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) และพนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	16 (7.2)	88 (39.6)	101 (45.5)	14 (6.3)	3 (1.4)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย	15 (6.8)	92 (41.1)	99 (44.6)	14 (6.3)	2 (0.9)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี	12 (5.4)	89 (40.1)	104 (46.8)	14 (6.3)	3 (1.4)	3.42 (ปานกลาง)
ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์	15 (6.8)	95 (42.8)	102 (45.9)	8 (3.6)	2 (0.9)	3.51 (มาก)
ให้บริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา	29 (13.1)	80 (36.0)	99 (44.6)	11 (5.0)	3 (1.4)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย	34 (15.3)	83 (37.4)	85 (38.3)	17 (7.7)	3 (1.4)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า	16 (7.2)	94 (42.3)	99 (44.6)	9 (4.1)	4 (1.8)	3.49 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า	33 (14.9)	78 (35.1)	98 (44.1)	11 (5.0)	2 (0.9)	3.58 (มาก)
การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000	27 (12.2)	90 (40.5)	85 (38.3)	15 (6.8)	5 (2.3)	3.54 (มาก)
รวม	197 (9.86)	789 (39.49)	872 (43.64)	113 (5.66)	27 (1.35)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.55) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.47) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.45) และอาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าและบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	20 (9.0)	77 (34.7)	117 (52.7)	8 (3.6)	0 (0)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า	29 (13.1)	89 (40.1)	99 (44.6)	5 (2.3)	0 (0)	3.64 (มาก)
มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	34 (15.3)	77 (34.7)	100 (45.0)	11 (5.0)	0 (0)	3.60 (มาก)
กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า	28 (12.6)	94 (42.3)	87 (39.2)	10 (4.5)	3 (1.4)	3.60 (มาก)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(ต่อ)

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปดผอ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา	33 (14.9)	94 (42.3)	85 (38.3)	7 (3.2)	3 (1.4)	3.66 (มาก)
การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง	39 (17.6)	73 (32.9)	96 (43.2)	11 (5.0)	3 (1.4)	3.60 (มาก)
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	45 (20.3)	78 (35.1)	87 (39.2)	5 (2.3)	7 (3.2)	3.67 (มาก)
การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตามต้องการ	27 (12.2)	87 (39.2)	94 (42.3)	6 (2.7)	8 (3.6)	3.54 (มาก)
อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ	22 (9.9)	105 (47.3)	82 (36.9)	8 (3.6)	5 (2.3)	3.59 (มาก)
การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	21 (9.5)	99 (44.6)	83 (37.4)	12 (5.4)	7 (3.2)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้การบริการที่เพียงพอ	35 (15.8)	98 (44.1)	78 (35.1)	8 (3.6)	3 (1.4)	3.69 (มาก)
รวม	333 (13.64)	971 (39.76)	1,008 (41.28)	91 (3.73)	39 (1.60)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีต่อการการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 เรียงลำดับปัจจัยย่อยได้แก่ มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.60) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การยื่นชั้นพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.52) และกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.70	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.49	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	มาก
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	3.06	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.49	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.51	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.60	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.49 เท่ากัน) สำหรับส่วนปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.06) มีผลต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อ
ตัวแทนขนส่งสินค้า

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของการให้บริการมีน้อย	77	34.68
รูปการให้บริการไม่น่าสนใจ	47	21.17
การให้บริการไม่มีการพัฒนา	63	28.38
การให้บริการไม่ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสินค้า	40	18.02
บรรจุภัณฑ์ไม่เรียบร้อยทำให้สินค้าเสียหายปลายทาง	78	35.14
เทคโนโลยีสารสนเทศล้าสมัย	14	6.31
การแก้ไขปัญหาและการนำเสนอแนวออกทางไม่ดี	20	9.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 26 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่พบว่ามีปัญหาบรรจุภัณฑ์ไม่เรียบร้อยทำให้
สินค้าเสียหายปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 35.14 รองลงมาเป็นปัญหาความหลากหลายของการ
ให้บริการมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 34.68 การให้บริการไม่มีการพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 28.38 รูปการ
ให้บริการไม่น่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 21.17 การให้บริการไม่ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสินค้า
คิดเป็นร้อยละ 18.02 การแก้ไขปัญหาและการนำเสนอแนวออกทางไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ
เทคโนโลยีสารสนเทศล้าสมัย คิดเป็นร้อยละ 6.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่คงที่	108	48.65
ราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	117	52.70
ราคาสูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแทนอื่นๆ	63	28.38
ไม่มีการนำเสนอราคาการเดินพิธีการศุลกากรที่ชัดเจน	28	12.61
การให้ระยะเวลาชำระเงิน	18	8.11

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 27 ปัญหาด้านราคา ส่วนใหญ่พบว่ามีปัญหาราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมาเป็นปัญหาราคาไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 48.65 ราคาสูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแทนอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 28.38 ไม่มีการนำเสนอราคาการเดินพิธีการศุลกากรที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 12.61 และปัญหาการให้ระยะเวลาชำระเงินคิดเป็นร้อยละ 8.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งของบริษัท/คลังสินค้า	105	47.30
บรรยากาศภายในบริษัท	50	22.52
บรรยากาศภายนอกบริษัท	55	24.77
ไปมาไม่สะดวก การคมนาคมไม่คล่องตัว	91	40.99
การจัดสภาพแวดล้อมของบริษัทไม่เป็นระเบียบ	37	16.67

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 28 ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่พบว่ามีปัญหาทำเลที่ตั้งของบริษัท/คลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมาเป็นปัญหาไปมาไม่สะดวก การคมนาคมไม่คล่องตัว คิดเป็นร้อยละ 40.99 บรรยากาศภายนอกบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.77 บรรยากาศภายในบริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.52 และปัญหาการจัดสภาพแวดล้อมของบริษัทไม่เป็นระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	85	38.29
ไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า	37	16.67
ไม่มีการเข้าร่วมจัดแสดงสินค้า	69	31.08
ไม่ได้รับการบอกต่อจากลูกค้า	60	27.02
ไม่มีทีมขายและการตลาด	60	27.02
ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ	58	26.13
ไม่มีการบอกประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต	39	17.57
ขาดการโฆษณา	43	19.37

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 29 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่พบว่าไม่มีการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 38.29 รองลงมาเป็นปัญหาไม่มีการเข้าร่วมจัดแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 31.08 ไม่ได้รับการบอกต่อจากลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 27.02 ไม่มีทีมขายและการตลาด คิดเป็นร้อยละ 27.02 ไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 26.13 ขาดการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 19.37 ไม่มีการบอกประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.57 และ ไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีความรู้ด้านกฎ และ ข้อกำหนดต่างๆ ในการ ส่งออก	57	25.68
พนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการ ส่งออกอย่างถูกต้อง	71	31.98
พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ	26	11.71
พนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและซื่อสัตย์	18	8.11
พนักงานล่าช้าในการบริการลูกค้า	25	11.26
พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน	71	31.98
พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า	77	34.68
พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่าง ๆ ล่าช้า	50	22.52

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 30 ปัญหาด้านบุคลากร ส่วนใหญ่พบว่าพนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 34.68 รองลงมาเป็นปัญหาพนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการส่งออกอย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 31.98 พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 31.98 พนักงานไม่มีความรู้ด้านกฎ และ ข้อกำหนดต่างๆ ในการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 25.68 พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่าง ๆ ล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 22.52 พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 11.71 พนักงานล่าช้าในการบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 11.26 และพนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 8.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าที่ตกรวมไม้และสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เครื่องมือ ในสำนักงาน ล้าสมัย	74	33.33
อุปกรณ์เครื่องมือ ในสำนักงานมีปัญหาขัดข้องบ่อย	43	19.37
บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด คับแคบ	62	27.93
อาคารสถานที่ไม่สะอาด	34	15.32
การจัดระเบียบในสำนักงานและร้านค้าหน้ายไม่ดี	51	22.97
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	23	10.36
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการลูกค้า เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น	44	19.82

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 31 ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนใหญ่พบว่า
อุปกรณ์เครื่องมือ ในสำนักงาน ล้าสมัย คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาเป็นปัญหาบรรยากาศภายใน
สำนักงานอึดอัด คับแคบ คิดเป็นร้อยละ 27.93 การจัดระเบียบในสำนักงานและร้านค้าหน้ายไม่ดี
คิดเป็นร้อยละ 22.97 ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการลูกค้า เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม
เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 19.82 อุปกรณ์เครื่องมือ ในสำนักงานมีปัญหาขัดข้องบ่อย คิดเป็นร้อยละ
19.37 อาคารสถานที่ไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 15.32 และไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี คิดเป็น
ร้อยละ 10.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการส่งออก
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักของผู้ประกอบการต่อตัวแทนขนส่งสินค้าด้านกระบวนการ
ให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ส่งออกไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	47	21.17
การส่งสินค้าไม่เที่ยงตรงตามกำหนด	73	32.88
พื้นที่ระวางในการส่งสินค้าไม่ได้ตามต้องการ	42	18.91
สินค้าเสียหายระหว่างทาง	116	52.25
พนักงานไม่ติดตามผลการดำเนินงาน	64	28.83

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 222 คน

จากตารางที่ 32 ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่พบว่าสินค้าเสียหายระหว่างทาง คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาเป็นปัญหาการส่งสินค้าไม่เที่ยงตรงตามกำหนด คิดเป็นร้อยละ 32.88 พนักงานไม่ติดตามผลการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 28.83 ผู้ส่งออกไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 21.17 และพื้นที่ระวางในการส่งสินค้าไม่ได้ตามต้องการ คิดเป็นร้อยละ 18.91 ตามลำดับ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ข้อเสนอแนะแก่ตัวแทนขนส่งสินค้าดังนี้

1. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรมีการรับประกันสินค้า รับผิดชอบสินค้าที่ชำรุดเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง
2. ตัวแทนขนส่งสินค้าต้องมีความซื่อสัตย์
3. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรมีสักยภาพทางการเงินที่ดี
4. ที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้าควรที่จะมีความสะดวกในการติดต่อ
5. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ไม่ยุ่งยากและสะดวกในการประสานงาน
6. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรให้การบริการที่ตรงต่อเวลา รวดเร็วทันใจ และเป็นທີ່พึงพอใจของลูกค้า
7. มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม ราคาไม่สูง และสามารถต่อรองราคาได้
8. ตัวแทนขนส่งสินค้าจะต้องจัดส่งสินค้าให้ได้ทันตามเวลาที่กำหนด
9. พนักงานที่ให้บริการควรมีความสุภาพ น่าเชื่อถือ และจัดทำเอกสารได้อย่างถูกต้อง
10. ต้องมีการติดตามผลการส่งสินค้า ด้วยการตรวจเช็คสินค้าเมื่อถึงมือของลูกค้าปลายทาง และแจ้งให้ลูกค้าต้นทางรับทราบ
11. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรมีรถขนส่งให้บริการอย่างพอเพียง
12. อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการขนส่งต้องอยู่ในสภาพที่ดี
13. ตัวแทนขนส่งสินค้าควรจัดสินค้าให้เป็นระเบียบ ไม่ปะปนกัน จะได้ส่งไปยังประเทศปลายทางได้อย่างถูกต้อง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ
การสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตาม ขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออก
และมูลค่าการส่งออก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้า
หัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ขนาด
ของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออก และมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามขนาดของกิจการ

ผลิตภัณฑ์	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลาย รูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ)	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการให้บริการของ แต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการ ของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้า พิเศษ	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามขนาดของกิจการ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทน ขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ	3.67 (มาก)	3.49 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่าย สินค้า	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัยสินค้า	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า
กิจการขนาดเล็ก ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถาน
ประกอบการ(ค่าเฉลี่ย 4.06) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ(ค่าเฉลี่ย 3.88) การ
ให้บริการประกันภัยสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.83) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย(ค่าเฉลี่ย 3.81)
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77)
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ และ มาตรฐานของการ
บรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่ง
สินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การให้บริการขนส่ง
ต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ)
(ค่าเฉลี่ย 3.58)

กิจการขนาดกลาง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึง
สถานประกอบการ(ค่าเฉลี่ย 3.99) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มาตรฐาน
ของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.73) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ
(ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์
ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.68) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทน

ขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.55) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

กิจการขนาดใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) และ ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ และ การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรูปแบบกิจการ

ผลิตภัณฑ์	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ)	3.64 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing)	3.72 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรูปแบบกิจการ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ	3.99 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย	3.80 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.72 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.65 (มาก)
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.57 (มาก)
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัยสินค้า	3.67 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
รวม	3.69 (มาก)	4.09 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 34 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.80) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packing) และ การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) การ

ให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.64) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.33)

บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.50) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.50)และมีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
การให้บริการขนส่งต่อเนื่อง หลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการ ให้บริการของแต่ละตัวแทน ขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ	3.69 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (มาก)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการ ให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่ง สินค้าที่เลือกใช้	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packing)	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบริการรับ จัดส่งถึงสถาน ประกอบการ	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและ ทันสมัย	3.81 (มาก)	3.98 (มาก)	3.78 (มาก)	3.48 (มาก)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความ ปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)
พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทน ขนส่งสินค้า	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.49 (มาก)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ตัวแทนขนส่งสินค้า นำมาใช้ในการให้บริการ	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณ์ที่จำแนกตามระยะเวลาการส่งออก (ต่อ)

ผลิตภัณ์	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ ให้บริการขนถ่ายสินค้า	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.54 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัย สินค้า	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 35 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณ์ที่จำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า
กิจการที่มีการส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ
จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย
3.85) มาตรฐานของการบรรจุภัณ์(Packing)(ค่าเฉลี่ย 3.82) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่ง
สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่าย
สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ภาพพจน์และชื่อเสียง
ด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การให้บริการขนส่งต่อเนื่อง
หลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.74)
ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-
Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) ระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

กิจการที่มีการส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ
จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.98)
มาตรฐานของการบรรจุภัณ์(ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้(ค่าเฉลี่ย 3.79) การ
ให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการ
ของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย

3.67) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

กิจการที่มีการส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing)(ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.62) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.62) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) ยกเว้นปัจจัยพื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.34) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกมากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ(ค่าเฉลี่ย 3.88) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.56) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.52) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามโซนการส่งออก

ผลิตภัณฑ์	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	
การให้บริการขนส่งต่อเนื่อง หลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ)	3.53 (มาก)	3.49 (มาก)	3.48 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.43 (มาก)	3.96 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการ ให้บริการของแต่ละตัวแทน ขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)	3.17 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียงด้าน การให้บริการของตัวแทน ขนส่งสินค้าที่เลือกใช้	3.69 (มาก)	3.47 (มาก)	3.26 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packing)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.45 (มาก)	3.65 (มาก)	3.44 (มาก)	3.57 (มาก)	4.09 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบริการรับ จัดส่งถึงสถาน ประกอบการ	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและ ทันสมัย	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)	4.13 (มาก)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความ ปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)
พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทน ขนส่งสินค้า	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำ มาใช้ในการให้บริการ	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามโครงการส่งออก (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	โครงการส่งออก							
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	รวม
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ ให้บริการขนถ่ายสินค้า	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)	3.11 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัย สินค้า	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)	3.44 (มาก)	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.91 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตาม โครงการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกโซนเอเชีย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.72) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.69) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.53) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

กิจกรรมที่ส่งออกโซนยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) การ

ให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.64) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.55) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.49) และภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

กิจการที่ส่งออกโซนอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.65) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.48) และมาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.45)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.65) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และพื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.52)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับจัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ(ค่าเฉลี่ย 3.56) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการรักษาความปลอดภัย

สินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.56) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.79) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.57) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามมูลค่าการส่งออกต่อปี

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
การให้บริการขนส่ง ต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทาง ทะเล ฯลฯ)	3.75 (มาก)	3.43 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของการ ให้บริการของแต่ละ ตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services. Door- to-Door Services ฯลฯ	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.47 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)
ภาพพจน์และชื่อเสียง ด้านการให้บริการของ ตัวแทนขนส่งสินค้าที่ เลือกใช้	3.17 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)
มาตรฐานของการบรรจุ ภัณฑ์(Packing)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามมูลค่าการส่งออกต่อปี (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
มีบริการรับ จัดส่งถึง สถานประกอบการ	4.21 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัย และทันสมัย	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)
การให้บริการรักษาความ ปลอดภัยสินค้าพิเศษ	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)
พื้นที่คลังสินค้าของ ตัวแทนขนส่งสินค้า	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)
ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศที่ตัวแทน ขนส่งสินค้านำมาใช้ใน การให้บริการ	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)	3.48 (มาก)	3.51 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)
อุปกรณ์ประจำคลังสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวก ในการให้บริการขนถ่าย สินค้า	3.92 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)
การให้บริการประกันภัย สินค้า	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.78 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 37 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามมูลค่าการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 1,000,000 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.92) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.67) และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ยกเว้นปัจจัย ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 1,000,000 - 5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.86) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.68) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 5,000,001 - 10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.72) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.65) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.60) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) อุปกรณ์ประจำ

คลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

กิจการที่มีมูลค่าการส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์(Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.74) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

กิจการที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packing) (ค่าเฉลี่ย 3.84) ผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.84) อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการของตัวแทนขนส่งสินค้าที่เลือกใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) พื้นที่คลังสินค้าของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) การให้บริการประกันภัยสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความหลากหลายของการให้บริการของแต่ละตัวแทนขนส่งสินค้า เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การให้บริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Transportation (เช่น รถยนต์ ทางอากาศ ทางทะเล ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ตัวแทนขนส่งสินค้านำมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ การให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

All rights reserved

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามขนาดของกิจการ

ราคา	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง	3.96 (มาก)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง	3.27 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.21
การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน (เครดิต)	3.44 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.30
บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน	3.40 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.41 (มาก)
การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็น เอกสาร	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่าน พิธีการศุลกากรของตัวแทน ส่งออก	3.81 (มาก)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)
อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับ การบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน	3.81 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัท อื่นๆ	3.67 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	3.54 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (มาก)
รวม	3.62 (มาก)	3.41 (มาก)	3.56 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 38 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็กให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.81) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต) (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และอัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

กิจการขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.68) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.57) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และอัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรูปแบบกิจการ

ราคา	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง	3.22 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.21 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน (เครดิต)	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.41 (มาก)
การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็น เอกสาร	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.60 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่าน พิธีการศุลกากรของตัวแทน ส่งออก	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับ การบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัท อื่นๆ	3.44 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	3.44 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.45 (มาก)
รวม	3.49 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 39 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า กิจการเจ้าของเดี่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.80) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.62) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.56) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.67) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.50) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

บริษัทจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.50) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 4.00) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

ราคา	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)	3.48 (มาก)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง	3.42 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.41 (มาก)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรูปแบบกิจการ(ต่อ)

ราคา	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร	3.69 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.49 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน	3.74 (มาก)	3.49 (มาก)	3.62 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ	3.63 (มาก)	3.44 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	3.71 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
รวม	3.65 (มาก)	3.49 (มาก)	3.42 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 40 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า กิจการที่มีการส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.74) อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต) (ค่าเฉลี่ย 3.40)

กิจการที่มีการส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.63) อัตราค่าระวาง

ขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัท
อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่มีการส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการ
กำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของ
ตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.62) อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน
(ค่าเฉลี่ย 3.62) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49)

กิจการที่มีการส่งออกมากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มี
การกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนก
ตามโซนการส่งออก

ราคา	โซนการส่งออก							
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	รวม
มีการกำหนดราคา ค่าบริการขนส่ง	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่า ขนส่ง	3.53 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.17 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	2.78 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)
การให้ระยะเวลาในการ ชำระเงิน(เครดิต)	3.66 (มาก)	3.32 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	2.67 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.30 (ปาน กลาง)
บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน	3.78 (มาก)	3.43 (มาก)	3.26 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.18 (ปาน กลาง)	3.41 (มาก)
การแจ้งค่าขนส่งอย่าง ชัดเจนเป็นเอกสาร	3.72 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.70 (มาก)	3.44 (มาก)	3.29 (ปาน กลาง)	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามโซนการส่งออก (ต่อ)

ราคา	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก	3.88 (มาก)	3.43 (มาก)	3.52 (มาก)	3.72 (มาก)	3.44 (มาก)	3.43 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน	3.47 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกรบริษัทอื่นๆ	3.59 (มาก)	3.45 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	3.59 (มาก)	3.49 (มาก)	3.65 (มาก)	3.43 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
รวม	3.68 (มาก)	3.44 (มาก)	3.43 (มาก)	3.55 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 41 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาจำแนกตามโซนการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกโซนเอเชีย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.78) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต) (ค่าเฉลี่ย 3.66) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกรบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การมีส่วนลดเงินสดค่าขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ อัตราค่าธรรมเนียมส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.64) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.43) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.52) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และการแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.72) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.44) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.57) บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.84) อัตราค่าธรรมเนียมขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.69)

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามมูลค่าการส่งออก

ราคา	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
มีการกำหนดราคาค่าบริการ ขนส่ง	4.29 (มากที่สุด)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)
การมีส่วนลดเงินสดค่า ขนส่ง	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาในการ ชำระเงิน(เครดิต)	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.41 (มาก)
การแจ้งค่าขนส่งอย่าง ชัดเจนเป็นเอกสาร	4.04 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.49 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ผ่านพิธีการศุลกากรของ ตัวแทนส่งออก	4.21 (มากที่สุด)	3.46 (มาก)	3.49 (มาก)	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)
อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษ สำหรับการบริการจัดส่ง แบบเร่งด่วน	4.17 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (มาก)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)
ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออก บริษัทอื่นๆ	3.83 (มาก)	3.54 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.45 (มาก)
มีการต่อรองราคาได้	3.75 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (มาก)
รวม	3.83 (มาก)	3.44 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.56 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 42 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาจำแนกตามมูลค่าการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก น้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 4.17) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน(เครดิต) (ค่าเฉลี่ย 3.50) บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน(ค่าเฉลี่ย 3.50) ยกเว้น มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง(ค่าเฉลี่ย 4.29) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 1,000,000-5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.54) อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.61) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.49) อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.49) และบริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน(ค่าเฉลี่ย 3.42)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.77) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.56) อัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านพิธีการศุลกากรของตัวแทนส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.68) บริการชำระเงินด้วยการ โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.57) การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร (ค่าเฉลี่ย 3.57) ราคาต่ำกว่าตัวแทนส่งออกบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และอัตราค่าระวางขนส่งพิเศษสำหรับการบริการจัดส่งแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามขนาดของกิจการ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)
มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง	3.63 (มาก)	3.45 (มาก)	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน	3.58 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
ให้บริการทาง Internet	3.35 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	3.85 (มาก)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.48 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็กให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.63) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.62) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และสถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55)

กิจการขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.55) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.54) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) และพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

กิจการขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.73) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.70) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และสถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรูปแบบกิจการ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	3.59 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน	3.37 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.36 (ปานกลาง)
ให้บริการทาง Internet	3.34 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	3.69 (มาก)	3.83 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.68 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 44 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรูปแบบกิจการพบว่า กิจการเจ้าของเดี่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.68) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.59) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.50) ยกเว้น สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.17) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.00) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.00) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.00) ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกระยะเวลาการส่งออก

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.63 (มาก)	3.49 (มาก)	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกระยะเวลาการส่งออก (ต่อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งโกดังสินค้า	3.54 (มาก)	3.42 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ให้บริการทาง Internet	3.51 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (มาก)	3.44 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาการส่งออกลดกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.79) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานที่ตั้งโกดังสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) และให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.51)

กิจกรรมที่มีระยะเวลาการส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.70) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.53) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) สถานที่ตั้งโกดังสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42) ยกเว้นให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.33) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจการที่มีระยะเวลาการส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.62) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.54) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีพื้นที่ในการจอร์จนบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.51)

กิจการที่มีระยะเวลาการส่งออกมากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีพื้นที่ในการจอร์จนบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามโชนการส่งออก

ช่องทางการจัดจำหน่าย	โชนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	รวม	
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.59 (มาก)	3.49 (มาก)	3.43 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.44 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)
มีพื้นที่ในการจอร์จนบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง	3.50 (มาก)	3.66 (มาก)	3.43 (มาก)	3.46 (มาก)	3.44 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน	3.38 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามโฆษณาการส่งออก (ต่อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	โฆษณาการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
ให้บริการทาง Internet	3.56 (มาก)	3.43 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.42 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 46 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามโฆษณาการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกโฆษณาเอเชีย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.69) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.56) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ยกเว้นสถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.38) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

และกิจการที่ส่งออกโฆษณายุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.66) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.64) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโฆษณาอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.61) สถานที่เก็บ

สินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีพื้นที่ในการจัดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.61) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.54) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีพื้นที่ในการจัดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีสถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.67) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.56) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.44) และมีพื้นที่ในการจัดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.36) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.21) สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีพื้นที่ในการจัดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.80) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีพื้นที่ในการจัดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.73) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และสถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามมูลค่าการส่งออกต่อปี

ช่องทางการจัดจำหน่าย	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)
สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	3.60 (มาก)
ความสะดวกในการการคมนาคม	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
แสดงป้ายบอกทางชัดเจน	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)
มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกทุกสินค้าอย่างพอเพียง	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.49 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)
สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน	3.71 (มาก)	3.46 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
ให้บริการทาง Internet	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่	4.17 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (มาก)	3.49 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 47 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามมูลค่าการส่งออก ต่อปี พบว่า กิจการที่มีมูลค่าส่งออกน้อยกว่า 1,000,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.75) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 3.71) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ยกเว้น ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.33) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 1,000,000 – 5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.50) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 3.50) และ สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ยกเว้น ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.36) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.53) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ยกเว้น สถานที่ตั้งใกล้สนามบิน และ ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.27) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.60) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ให้บริการทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.42) ยกเว้น มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.37) และสถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.19) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออกมากกว่า 15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีตัวแทนให้บริการในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (ค่าเฉลี่ย 3.73) สถานที่ตั้งสำนักงานของตัวแทนขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสะดวกในการการคมนาคม (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีพื้นที่ในการจอดรถบรรทุกสินค้าอย่างพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.70) แสดงป้ายบอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และสถานที่ตั้งใกล้สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ
สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านอวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม
ขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามขนาดของกิจการ

การส่งเสริมการตลาด	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.15 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็น ต้น	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	2.69 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการ ให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญ ชวนให้มาใช้บริการ	3.13 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	2.96 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเฮ้าท์	3.13 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการทาง โทรศัพท์และขอพบเพื่อให้ รายละเอียด	3.17 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาดจำแนกตามขนาดของกิจการ (ต่อ)

การส่งเสริมการตลาด	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ)	2.94 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	3.06 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็ก ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดทำเอกสารวารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.17) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.15) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.06) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.96) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.94) และมีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.69)

กิจการขนาดกลาง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.13) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.12) การจัดทำเอกสารวารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.05) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.02) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.99) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.90) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.89) และ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.88)

กิจการขนาดใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.39) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.16) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และโฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรูปแบบกิจการ

การส่งเสริมการตลาด	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น	3.14 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.14 (ปานกลาง)
มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.95 (ปานกลาง)
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	3.15 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ	3.07 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.08 (ปานกลาง)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรูปแบบกิจการ (ต่อ)

การส่งเสริมการตลาด	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์	3.06 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.01 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ)	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	3.06 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.28 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรูปแบบกิจการพบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดทำเอกสารวารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.14) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.06) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.02) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.96) และ โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ห้างหุ้นส่วนให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.33) การจัดทำเอกสารวารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.00)

บริษัทจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับน้อย ได้แก่ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.50) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.50) ทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.50) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.50) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์ (ค่าเฉลี่ย 2.50) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.00) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.00) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.00) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกระยะเวลาการส่งออก

การส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	3.18 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	3.42 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ	3.31 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ๊าท์	3.35 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	3.21 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ)	3.14 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระยะเวลาการส่งออกต่อปี พบว่า กิจกรรมที่มีการส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.29) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.18) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.18) และ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.14) ยกเว้นการจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ให้ความสำคัญในระดับมาก

กิจกรรมที่มีการส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.21) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.14) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.05) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.04) และ โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.00)

กิจกรรมที่มีการส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.03) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 2.93) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.84) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.81) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.78) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.68) และ โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.68)

กิจกรรมที่มีการส่งออก มากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.08) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ

หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.92) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 2.92) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.68) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามโซนส่งออก

การส่งเสริมการตลาด	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.28 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	3.16 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามโซนส่งออก (ต่อ)

การส่งเสริมการตลาด	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	3.16 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์	3.31 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.56 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด	3.19 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.56 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ)	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	3.21 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามโซนการส่งออกพบว่า กิจกรรมที่ส่งออกในโซนเอเชียให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.31) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.28) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.16) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 3.13) และ การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.09)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.23) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.21) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.19) คิดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.09) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.08) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.08) และมีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.92)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.15) คิดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.07) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.04) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.98) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.98) และ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.91)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.22) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.89) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.78) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.67) และ โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.67)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.93) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

มีที่มการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.86) และจดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.86)

กิจการที่ส่งออก โชนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.31) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.20) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.96) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.93) มีที่มการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.89) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามมูลค่าการส่งออก

ส่งเสริมการตลาด	มูลค่าการส่งออก/ปี					
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	รวม
โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต	3.38 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น	3.21 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีที่มการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า	2.71 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามมูลค่าการส่งออก (ต่อ)

ส่งเสริมการตลาด	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการ ด้านต่างๆ ที่ให้บริการ	3.54 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อ เสนอและเชิญชวนให้มาใช้ บริการ	3.17 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง	3.08 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
ติดป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายเสนอบริการ ทางโทรศัพท์และขอพบ เพื่อให้รายละเอียด	3.46 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวน การส่งด้วยอัตราค่าขนส่ง ราคาพิเศษ)	3.21 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
รวม	3.23 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามมูลค่าการส่งออกต่อปี พบว่า กิจกรรมที่มีมูลค่าส่งออกน้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้าน

ต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 1,000,000 - 5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยระดับปานกลาง ได้แก่ จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ดิจิทัลผ่านโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.96) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.93) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.93) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.86) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.71) และมีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.68)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.13) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.12) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.05) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.02) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.99) ดิจิทัลผ่านโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 2.94) มีพนักงานขายเสนอบริการทางโทรศัพท์และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.92) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.87) และ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.87)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) ดิจิทัลผ่านโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.19) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.14) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.05) โฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 2.98) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.91) มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 2.91) และ มีพนักงานเสนอบริการทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 2.84)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออกมากกว่า 15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลางได้แก่ มีการจัดรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งราคาพิเศษ) (ค่าเฉลี่ย 3.39) การเข้าร่วมจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก เช่น OTOP เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆ ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต(ค่าเฉลี่ย 3.16) มีทีมการตลาดตรวจเยี่ยมลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) มีพนักงานเสนอบริการทางโทรศัพท์ และขอพบเพื่อให้รายละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.16) ดึงป้ายผ้าโฆษณา คัทเอ้าท์ (ค่าเฉลี่ย 3.11) จดหมายถึงผู้ส่งออกเพื่อเสนอและเชิญชวนให้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และโฆษณาในสมุดหน้าเหลือง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้า ของผู้ประกอบการสินค้า
หัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านฉาง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ขนาด
ของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชนการส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามขนาดของกิจการ

บุคลากร	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำ ลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.25 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.43 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและ กระบวนการของการส่งออกสินค้า เป็นอย่างดี	3.56 (มาก)	3.43 (มาก)	3.48 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากร สามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสาร ประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การ ส่งออกสินค้าไม่ล่าช้า	3.29 (ปานกลาง)	3.41 (มาก)	3.48 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์	3.48 (มาก)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความ รวดเร็ว	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความ ชำนาญ รวมถึงความสามารถในการ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร	3.44 (มาก)	3.49 (มาก)	3.45 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการ เต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
รวม	3.40 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็กให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.56) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.55) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.44) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และพนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.41)

กิจการขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.57) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) และพนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามรูปแบบกิจการ

บุคลากร	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
พนักงานให้คำปรึกษาและ แนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.38 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนและกระบวนการของ การส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี	3.47 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทาง ศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหา และจัดทำเอกสารประกอบการ ได้อย่างถูกต้องทำให้การส่ง สินค้าไม่ล่าช้า	3.43 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือและ ซื่อสัตย์	3.61 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วย ความชำนาญ รวมถึง ความสามารถในการถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสาร	3.49 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.47 (มาก)
พนักงานขายและพนักงาน ปฏิบัติการเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
รวม	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 54 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า กิจการเจ้าของเดียวให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.60) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.54) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.47) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) และพนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.67)

บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.50) ยกเว้นพนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ให้ความสำคัญในระดับมาก และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 2.50) ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

บุคลากร	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำ ลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปาน กลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปาน กลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและ กระบวนการของการส่งออกสินค้า เป็นอย่างดี	3.58 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.48 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากร สามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำ เอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้อง ทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า	3.44 (มาก)	3.47 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.68 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.46 (มาก)	3.48 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความ รวดเร็ว	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.35 (ปาน กลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาด้วยความ ชำนาญ รวมถึงความสามารถในการ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร	3.68 (มาก)	3.44 (มาก)	3.31 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการ เต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.49 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
รวม	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.38 (ปาน กลาง)	3.48 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 55 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า กิจการที่มีการส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.63) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.60) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.50) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่มีการส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหา และจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่มีการส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.49) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.49) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจการที่มีการส่งออกมากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.56) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามโซนส่งออก

บุคลากร	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	
พนักงานให้คำปรึกษาและ แนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.28 (ปาน กลาง)	3.32 (ปาน กลาง)	3.61 (มาก)	3.46 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนและกระบวนการ ของการส่งออกสินค้าเป็น อย่างดี	3.34 (ปาน กลาง)	3.34 (ปาน กลาง)	3.48 (มาก)	3.54 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.76 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทาง ศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหา และจัดทำเอกสาร ประกอบการได้อย่างถูกต้อง ทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า	3.13 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.48 (มาก)	3.59 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	3.14 (ปาน กลาง)	3.49 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และซื่อสัตย์	3.44 (มาก)	3.55 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.59 (มาก)	3.11 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหา ด้วยความชำนาญ รวมถึง ความสามารถในการ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร	3.47 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (มาก)	3.43 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.14 (ปาน กลาง)	3.53 (มาก)	3.47 (มาก)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามโซนส่งออก (ต่อ)

บุคลากร	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	3.72 (มาก)	3.47 (มาก)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)
รวม	3.41 (มาก)	3.46 (มาก)	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 56 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามโซนการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกโซนเอเชียเพียงอย่างเดียว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.50) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.47) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจกรรมที่ส่งออกโซนยุโรปเพียงอย่างเดียว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.55) และพนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.47)

กิจกรรมที่ส่งออกโซนอเมริกาเพียงอย่างเดียว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.74) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.65) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้

การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.59) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.54) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.33) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญห (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.11) และ พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.00)

กิจการที่ส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญห (ค่าเฉลี่ย 3.36) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.21) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.21) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.14) ยกเว้น พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.50) ให้ความสำคัญในระดับมาก

กิจการที่ส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญห (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ

รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.53) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.51) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.51) และพนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามมูลค่าการส่งออก

บุคลากร	มูลค่าการส่งออก/ปี					
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	รวม
พนักงานให้คำปรึกษาและ แนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.43 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนและกระบวนการของ การส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี	3.75 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.48 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานเดินพิธีการทาง ศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหา และจัดทำเอกสารประกอบการ ได้อย่างถูกต้องทำให้การส่ง สินค้าไม่ล่าช้า	3.21 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.48 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือและ ซื่อสัตย์	3.46 (มาก)	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	3.33 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหา ด้วยความชำนาญ รวมถึง ความสามารถในการถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสาร	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.45 (มาก)	3.47 (มาก)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามมูลค่าการส่งออก (ต่อ)

บุคลากร	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
พนักงานขายและพนักงาน ปฏิบัติการเต็มใจให้บริการ ช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	3.54 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
รวม	3.43 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 57 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามมูลค่าการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก น้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.54) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 1,000,000-5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.46) นอกนั้นเป็นความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.29) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.29)

กิจกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.60) และ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

(ค่าเฉลี่ย 3.51) นอกนั้นเป็นความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.35) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.35)

กิจการที่มีมูลค่าการส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) พนักงานสามารถแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.63) พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.60) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) และพนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.51)

กิจการที่มีมูลค่าการส่งออก มากกว่า 15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64) พนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.57) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานเดินพิธีการทางศุลกากรสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารประกอบการได้อย่างถูกต้องทำให้การส่งสินค้าไม่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) พนักงานขายและพนักงานปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชน การส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามขนาดของกิจการ

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.50 (มาก)	3.42 (มาก)	3.48 (มาก)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย	3.52 (มาก)	3.48 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี	3.44 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.42 (มาก)
ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์	3.56 (มาก)	3.49 (มาก)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)
ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย	3.73 (มาก)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า	3.50 (มาก)	3.48 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (มาก)

All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามขนาดของกิจการ (ต่อ)

การสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
ระบบรักษาความปลอดภัยของ สินค้า	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
การให้บริการตาม มาตรฐานสากล ISO9001:2000	3.56 (มาก)	3.48 (มาก)	3.66 (มาก)	3.54 (มาก)
รวม	3.55 (มาก)	3.49 (มาก)	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 58 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็ก ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.56) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.52) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการขนาดกลาง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ยกเว้นอาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.40) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการขนาดใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.66) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ให้บริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.52) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) เป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้น เครื่องมือและพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) ให้มีความสำคัญระดับปานกลาง

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรูปแบบกิจการ

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.46 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย	3.47 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี	3.42 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)
ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ให้บริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรูปแบบกิจการ (ต่อ)

การสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
การให้บริการตาม มาตรฐานสากล ISO9001:2000	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 59 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า กิจการที่เจ้าของเดี่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.55) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.47) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ห้างหุ้นส่วนให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.67) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.67) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และอาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.50)

บริษัทจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.00) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.00) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.00) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.00) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) และ ระบบรักษาความปลอดภัยของ
สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

การสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระยะเวลาการส่งออก				รวม
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.61 (มาก)	3.46 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่ง ทันสมัย	3.58 (มาก)	3.44 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมีบรรยากาศ ภายในที่ดี	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.42 (มาก)
ความเป็นระเบียบในการจัดวาง อุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์	3.46 (มาก)	3.60 (มาก)	3.47 (มาก)	3.44 (มาก)	3.51 (มาก)
ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทาง ตรงต่อเวลา	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้ อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของอาคาร/สถานที่ เก็บสินค้า	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.41 (มาก)	3.48 (มาก)	3.49 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยของ สินค้า	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การให้บริการตาม มาตรฐานสากล ISO9001:2000	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)	3.43 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
รวม	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.43 (มาก)	3.42 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 60 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.61) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.58) การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.58) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.51) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.51) และ ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจกรรมที่ส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.68) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.65) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.51) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.46) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจกรรมที่ส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.53) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) ยกเว้น เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.40) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.29) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.24) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจกรรมที่ส่งออกที่ส่งออกมากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.44) และความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามโซนส่งออก

การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	
อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.44 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และพาหนะที่ ขนส่งทันสมัย	3.56 (มาก)	3.32 (ปาน กลาง)	3.48 (มาก)	3.57 (มาก)	3.44 (มาก)	3.43 (มาก)	3.49 (มาก)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมีบรรยากาศ ภายในที่ดี	3.56 (มาก)	3.38 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.44 (มาก)	3.21 (ปาน กลาง)	3.42 (มาก)	3.42 (มาก)
ความเป็นระเบียบในการจัด วางอุปกรณ์ เอกสาร และ ผลิตภัณฑ์	3.56 (มาก)	3.47 (มาก)	3.74 (มาก)	3.48 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)
ให้การบริการด้วยความ รวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึง ลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)	3.54 (มาก)	3.11 (ปาน กลาง)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้ อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย	3.66 (มาก)	3.45 (มาก)	3.48 (มาก)	3.65 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของอาคาร/ สถานที่เก็บสินค้า	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.58 (มาก)	3.49 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัย ของสินค้า	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามโซนส่งออก (ต่อ)

การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและ ยุโรป	เอเชียและ อเมริกา	ยุโรปและ อเมริกา	เอเชีย ยุโรปและ อเมริกา	
การให้บริการบริการตาม มาตรฐานสากล ISO9001:2000	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.43 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.56 (มาก)	3.54 v
รวม	3.57 (มาก)	3.46 (มาก)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.45 (มาก)	3.55 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 61 เมื่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามโซน
ส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีการส่งออกโซนเอเชีย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่
การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสะอาดของอาคาร/
สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้บริการ
บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.63) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย
(ค่าเฉลี่ย 3.56) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความเป็นระเบียบในการจัด
วางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบ
สินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย
3.44)

กิจกรรมที่มีการส่งออกโซนยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การให้
การบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.60) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและ
ส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.51) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บ
สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) ความเป็นระเบียบใน
การจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้อง
และไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.45) ยกเว้นเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.40) อาคาร
สำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.38) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย
3.32) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกโซนอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.70) เครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.57) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ยกเว้นอาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.39) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) เครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.54) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และ การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้นความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.44) และอาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.44) ยกเว้น เครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.33) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.33) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.11) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.00) และ ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.64) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) เครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) การให้บริการบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้นอาคารสำนักงานมีบรรยากาศ

ภายในที่ดี(ค่าเฉลี่ย 3.21) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสารและผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.58) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสารและผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.56) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.49) และ อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ยกเว้นอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย(ค่าเฉลี่ย 3.36) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามมูลค่าการส่งออก

การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	มูลค่าการส่งออก/ปี					
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	รวม
อุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัย	3.63 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.49 (มาก)	3.48 (มาก)	3.45 (มาก)
เครื่องมือ และ พาหนะที่ขนส่ง ทันสมัย	3.71 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.56 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)	3.47 (มาก)
อาคารสำนักงานมี บรรยากาศภายในที่ ดี	3.46 (มาก)	3.43 (มาก)	3.41 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.43 (มาก)	3.42 (มาก)
ความเป็นระเบียบ ในการจัดวาง อุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.43 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามมูลค่าการส่งออก (ต่อ)

การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	มูลค่าการส่งออก/ปี					
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	รวม
ให้บริการบริการด้วย ความรวดเร็วและ ส่งมอบสินค้าถึง ลูกค้าปลายทางตรง ต่อเวลา	3.63 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)
การส่งสินค้าถึง ปลายทางได้อย่าง ถูกต้องและไม่ เสียหาย	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.79 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสะอาดของ อาคาร/สถานที่เก็บ สินค้า	3.67 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.49 (มาก)	3.47 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (มาก)
ระบบรักษาความ ปลอดภัยของสินค้า	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
การให้บริการ ตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.49 (มาก)	3.47 (มาก)	3.66 (มาก)	3.54 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.47 (มาก)	3.46 (มาก)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 62 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามมูลค่าการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีมูลค่าส่งออก น้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บ

สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว และส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.63) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้การบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 1,000,000-5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) การให้การบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.54) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้นอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.39) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.53) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) การให้การบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.49) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.41) ยกเว้นการส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.40) และ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.65) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.56) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ การให้การบริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.47) ยกเว้น อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.40) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก มากกว่า 15,000,000 ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001:2000 (ค่าเฉลี่ย 3.66) ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ให้การบริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา(ค่าเฉลี่ย 3.52) การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่เสียหาย(ค่าเฉลี่ย 3.52) ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความสะอาดของอาคาร/สถานที่เก็บสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.50) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.48) อาคารสำนักงานมีบรรยากาศภายในที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้น เครื่องมือ และพาหนะที่ขนส่งทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรูปแบบกิจการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลักศูนย์หัตถกรรมบ้านฉางย อำเภอลำปาง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามขนาดของกิจการ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการส่งออก โชน การส่งออกและมูลค่าการส่งออก

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามขนาดของกิจการ

กระบวนการให้บริการ	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการ จองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และ บริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (มาก)	3.61 (มาก)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของ การส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทน ขนส่งสินค้า	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
มาตรการทางด้านความปลอดภัยใน การขนส่งสินค้า	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของ ศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญา ไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)
การขนส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ไว้อย่างเที่ยงตรง	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)
การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตาม ต้องการ	3.75 (มาก)	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามขนาดของกิจการ (ต่อ)

กระบวนการให้บริการ	ขนาดของกิจการ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้า และด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากร ด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	3.54 (มาก)	3.45 (มาก)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้การบริการที่เพียงพอ	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)
รวม	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 63 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการขนาดเล็กให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.65) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.54)

กิจการขนาดกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการ

จัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.59) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.58) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.56) การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.51)) กระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อการจองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.48)และการให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.45)

กิจการขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.66) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.60) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.59) การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.54)) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.52) และกระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อการจองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามรูปแบบกิจการ

กระบวนการให้บริการ	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการ ของพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และ บริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	3.49 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของ การส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทน ส่งสินค้า	3.64 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
มาตรการทางด้านความปลอดภัยใน การขนส่งสินค้า	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	2.50 (น้อย)	3.60 (มาก)
กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของ ศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญา ไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ไว้อย่างเที่ยงตรง	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.6(มาก)0
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตาม ต้องการ	3.53 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)
อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้า และด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ	3.58 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามรูปแบบกิจการ (ต่อ)

กระบวนการให้บริการ	รูปแบบกิจการ			
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	รวม
การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 64 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรูปแบบกิจการพบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.67)ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.60) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.58) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.52)และกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน(ค่าเฉลี่ย 3.49)

ห้างหุ้นส่วนให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.83) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.83)ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง

(ค่าเฉลี่ย 3.83) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.83) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าและบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน(ค่าเฉลี่ย 3.67) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.67) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.67) และกฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50)

บริษัทจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.50) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก

กระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาการส่งออก				
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าและบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)	3.49 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก (ต่อ)

กระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาการส่งออก				รวม
	น้อยกว่า 4 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
มาตรการทางด้านความปลอดภัยใน การขนส่งสินค้า	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของ ศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญา ไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.44 (มาก)	3.66 (มาก)
การส่งออกสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ไว้อย่างเที่ยงตรง	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (มาก)	3.67 (มาก)
การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตาม ต้องการ	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)	3.43 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้า และด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากร ด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้การบริการที่เพียงพอ	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (มาก)	3.69 (มาก)
รวม	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.56 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 65 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาการส่งออก พบว่า กิจกรรมที่ส่งออกน้อยกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.79) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.71) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.67) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57)

กิจกรรมที่ส่งออก 4-6 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.74) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.63) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61)

กิจกรรมที่ส่งออก 7-10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.66) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.53) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ยกเว้น การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.35) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

กิจกรรมที่ส่งออก มากกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

3.53) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.28) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบEDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.28) กฎหมายและระเบียบขั้นต้นของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24) และ การยื่นยื่นพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ยกเว้น ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.48) และขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.44) ในความสำคัญระดับมาก

**ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามโซนส่งออก**

กระบวนการให้บริการ	โซนการส่งออก							
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	รวม
กระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าและบริการอื่นๆให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน	3.44 (มาก)	3.45 (มาก)	3.57 (มาก)	3.46 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)
มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	3.41 (มาก)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.44 (มาก)	3.57 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)

All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามโซนส่งออก (ต่อ)

กระบวนการให้บริการ	โซนการส่งออก							รวม
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียและยุโรป	เอเชียและอเมริกา	ยุโรปและอเมริกา	เอเชียยุโรปและอเมริกา	
กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า	3.47 (มาก)	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.84 (มาก)	3.60 (มาก)
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.43 (มาก)	3.78 (มาก)	3.66 (มาก)
การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง	3.47 (มาก)	3.55 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.76 (มาก)	3.60 (มาก)
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)
การยื่นชั้นพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ	3.34 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.59 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)
อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ	3.47 (มาก)	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)
การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.48 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.42 (มาก)	3.46 (มาก)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 66 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามโซนส่งออก พบว่า กิจกรรมที่มีการส่งออกโซนเอเชีย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.53) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.50) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.47) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.47) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และมาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41)

กิจกรรมที่มีการส่งออกโซนยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.79) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.64) การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45)

กิจกรรมที่มีการส่งออกโซนอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.74) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) การยืนยันพื้นที่ระหว่างสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.61) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระหว่างขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วใน

การติดต่อประสานงาน(ค่าเฉลี่ย 3.57) และ การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.48)

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชียและยุโรป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.63) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59)และกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน(ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชียและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.56) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.56) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44)

กิจการที่มีการส่งออกโซนยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.71) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.57) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43)และขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.43)

กิจการที่มีการส่งออกโซนเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา(ค่าเฉลี่ย 3.78) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.73) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน(ค่าเฉลี่ย 3.71) การยื่นชั้นพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามมูลค่าการส่งออก

กระบวนการให้บริการ	มูลค่าการส่งออกปี					
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	รวม
กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อ การจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความ สะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ประสานงาน	3.46 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)	3.49 (มาก)
ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติ ของการส่งมอบสินค้าของ บริษัทตัวแทนส่งสินค้า	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
มาตรการทางด้านความ ปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	3.75 (มาก)	3.46 (มาก)	3.53 (มาก)	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
กฎหมายและระเบียบขั้นตอน ของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการ ส่งสินค้า	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการจำแนกตามมูลค่าการส่งออก (ต่อ)

กระบวนการให้บริการ	มูลค่าการส่งออก/ปี					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 5,000,000	5,000,001- 10,000,000	10,000,001- 15,000,000	มากกว่า 15,000,000	
ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำ สัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และ ตรงไปตรงมา	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)
การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่ กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.42 (มาก)	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)
ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการ ขนส่ง	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	3.52 (มาก)	3.88 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)
การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตาม ต้องการ	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.47 (มาก)	3.58 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.54 (มาก)
อุปกรณ์การให้บริการด้าน คลังสินค้าและด้านการจัด บรรจุทุกสินค้า (Container) มี เพียงพอ	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)	3.72 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
การให้บริการผ่านพิธีการทาง ศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information)	3.75 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (มาก)	3.51 (มาก)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)
มีพนักงานให้บริการที่ เพียงพอ	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 67 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามมูลค่าการส่งออก พบว่า กิจการที่มีมูลค่าส่งออก น้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง

(ค่าเฉลี่ย 3.92) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.88) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.83) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.75) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 1,000,000-5,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.75) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.64) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.54) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) ยกเว้น กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.36) ในความสำคัญระดับปานกลาง

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 5,000,001-10,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.54) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.52) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก 10,000,001-15,000,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.88) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย

3.72) อุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.65) การยืนยันพื้นที่ระวางสินค้าตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าและบริการอื่น ๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.56) กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.51)

กิจการที่มีมูลค่าส่งออก มากกว่า 15,000,000 ให้มีความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ กฎหมายและระเบียบขั้นตอนของศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) ขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ชัดเจน และตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีพนักงานในการบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งมอบสินค้าของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้บริการผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ EDI (Electronic Data Information) (ค่าเฉลี่ย 3.68) การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.66) มาตรการทางด้านความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการจองพื้นที่ระวางขนส่งสินค้า และบริการอื่นๆ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.61) ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.57) และอุปกรณ์การให้บริการด้านคลังสินค้าและด้านการจัดบรรจุทุกสินค้า (Container) มีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.57)