

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการตัวแทนขายระหว่างสินค้า บริษัท นอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนล คาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1-19)

2.1 ความคาดหวังก่อนรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 20-27)

2.2 ความพึงพอใจหลังรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 28-34)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 35-41)

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

4.1 ความคาดหวังก่อนรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง (ตารางที่ 42-48)

4.2 ความพึงพอใจหลังรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง (ตารางที่ 49-57)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	53.8
หญิง	86	46.2
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 53.8 และเป็นหญิง ร้อยละ 46.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	46	24.7
25-40 ปี	95	51.1
41-50 ปี	42	22.6
สูงกว่า 50 ปี	3	1.6
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-40 ปี ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ อายุ ต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 24.7 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 22.6 และอายุสูงกว่า 50 ปี ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	45.7
ปริญญาตรี	93	50.0
ปริญญาโท	8	4.3
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 45.7 และปริญญาโท ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45	24.2
พนักงานบริษัทเอกชน	82	44.0
เจ้าของธุรกิจ	59	31.8
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 31.8 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจด้านเกษตรกรรม	33	17.7
ธุรกิจด้านเสื้อผ้าสิ่งทอและเครื่องหนัง	14	7.5
ธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์/หัตถกรรม	18	9.7
ธุรกิจด้านชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	15	8.1
ธุรกิจด้านเซรามิก	20	10.8
ธุรกิจด้านบริการขนส่ง	49	26.3
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	9.7
ธุรกิจด้านธนาคาร/เงินทุนหลักทรัพย์	15	8.1
อื่นๆ	11	5.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 186 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ร้านอาหาร (1 ราย) ธุรกิจสัตว์เลี้ยง เช่น แมว หมา (10 ราย)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ประเภทธุรกิจของธุรกิจ เป็นธุรกิจด้านบริการขนส่ง ร้อยละ 26.3 รองลงมาคือธุรกิจด้านเกษตรกรรม ร้อยละ 17.7 ธุรกิจด้านเซรามิก ร้อยละ 10.8 ธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์/หัตถกรรม และ หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ เท่ากัน ร้อยละ 9.7 ธุรกิจด้านชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจด้านธนาคาร/เงินทุนหลักทรัพย์ เท่ากัน ร้อยละ 8.1 ธุรกิจด้านเสื้อผ้าสิ่งทอและเครื่องหนัง ร้อยละ 7.5 อื่น ๆ ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้

ประเภทบริการที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุหีบห่อ	29	15.6
ขนส่งสินค้าภายในประเทศ	154	82.8
บริการขนส่งจากบ้านถึงบ้าน	16	8.6
บริการรถบรรทุกสินค้าจากผู้ให้บริการ	5	2.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 186 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทบริการที่ใช้คือ ขนส่งสินค้าภายในประเทศ ร้อยละ 82.8 รองลงมาคือ บรรจุหีบห่อ ร้อยละ 15.6 บริการขนส่งจากบ้านถึงบ้าน ร้อยละ 8.6 และบริการรถบรรทุกสินค้าจากผู้ให้บริการ ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของที่ส่งมากที่สุด

ประเภทของสิ่งของที่ส่ง	จำนวน	ร้อยละ
เอกสาร	72	38.7
สิ่งของ/สินค้า	114	61.3
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของสิ่งที่ส่งคือ สิ่งของ/สินค้า ร้อยละ 61.3 และเป็นเอกสาร ร้อยละ 38.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนใบขนส่งสินค้า (Airway-Bill) ในแต่ละครั้ง

จำนวนใบขนส่งสินค้า (Airway -Bill) ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน 1-3 ฉบับ	49	26.3
จำนวน 4-6 ฉบับ	17	9.1
จำนวน 7-10 ฉบับ	3	1.6
จำนวนมากกว่า 10 ฉบับ	3	1.6
<b>รวม</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : จากผู้ตอบ จำนวน 72 รายที่ส่งเอกสาร

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวนใบขนส่งสินค้า (Airway-Bill) ในแต่ละครั้ง คือ จำนวน 1-3 ฉบับ ร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ จำนวน 4-6 ฉบับ ร้อยละ 9.1 จำนวน 7-10 ฉบับ และจำนวนมากกว่า 10 ฉบับ เท่ากัน ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสิ่งของ/สินค้าที่ส่ง

ประเภทของสิ่งของ/สินค้าที่ส่ง	จำนวน	ร้อยละ
สัตว์เลี้ยง	14	12.3
สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว	20	17.5
เซรามิค	22	19.3
เครื่องประดับและอัญมณี	4	3.5
อาหารแห้ง	16	14.0
เสื้อผ้าสิ่งทอและเครื่องหนัง	30	26.3
พืชผักผลไม้และอาหารสด	43	37.7
ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	18	15.8
ผลิตภัณฑ์/หัตถกรรม	17	14.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 114 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งเป็นประเภทสิ่งของ/สินค้า มากที่สุดคือ พืชผักผลไม้และอาหารสด ร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ เสื้อผ้าสิ่งทอและเครื่องหนัง ร้อยละ 26.3 เซรามิค ร้อยละ 19.3 สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว ร้อยละ 17.5 ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 15.8 ผลิตภัณฑ์/หัตถกรรม และอื่นๆ เท่ากัน ร้อยละ 14.9 อาหารแห้ง ร้อยละ 14.0 สัตว์เลี้ยง ร้อยละ 12.3 เครื่องประดับและอัญมณี ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ปลายที่ส่งสินค้า

สถานที่ปลายที่ส่งสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	127	68.3
ภูเก็ต	46	24.7
หาดใหญ่	44	23.7
สุราษฎร์ธานี	13	7.0
กระบี่	8	4.3
อุบลราชธานี	1	0.5
อุดรธานี	3	1.6
ขอนแก่น	3	1.6
พิษณุโลก	4	2.2
เชียงราย	12	6.5
แม่ฮ่องสอน	8	4.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 186 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปลายทางที่ส่งสินค้า คือ

กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ภูเก็ต ร้อยละ 24.7 หาดใหญ่ ร้อยละ 23.7 สุราษฎร์ธานี ร้อยละ 7.0 เชียงราย ร้อยละ 6.5 กระบี่ และแม่ฮ่องสอน ร้อยละ 6.5 อุดรธานี ขอนแก่น ร้อยละ 1.6 และ อุบลราชธานี ร้อยละ 0.5



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน 110 บาท	17	9.1
จำนวน 111-409 บาท	53	28.5
จำนวน 410-659 บาท	27	14.5
จำนวน 660-822 บาท	20	10.8
จำนวน 823-1230 บาท	25	13.4
มากกว่า 1,230 บาท	44	23.7
<b>รวม</b>	<b>186</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งมากที่สุดคือ จำนวน 111-409 บาท ร้อยละ 28.5 รองลงมาคือ มากกว่า 1,230 บาท ร้อยละ 23.7 จำนวน 410-659 บาท ร้อยละ 14.5 จำนวน 823-1230 บาท ร้อยละ 13.4 และจำนวน 660-822 บาท ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าสินค้าที่ส่งต่อครั้ง โดยเฉลี่ย

มูลค่าสินค้าที่ส่งต่อครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	31	16.7
จำนวนเงิน 500-1,000 บาท	86	46.2
จำนวนเงิน 1,001-5,000 บาท	7	3.7
จำนวนเงิน 5,001-10,000 บาท	20	10.8
จำนวนเงิน 10,001-20,000 บาท	10	5.4
มากกว่า 20,000 บาท	32	17.2
<b>รวม</b>	<b>186</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีมูลค่าสินค้าที่ส่งต่อครั้งโดยเฉลี่ย คือ จำนวนเงิน 500-1,000 บาท ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 17.2 น้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 16.7 จำนวนเงิน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 10.8 จำนวนเงิน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 5.4 จำนวนเงิน 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 3.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ

เหตุผลในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกรวดเร็ว	164	88.2
ประหยัดค่าใช้จ่าย	24	12.9
กำหนดระยะเวลาส่งแน่นอน	37	19.9
ไม่เกิดความเสียหายกับสิ่งของหรือสินค้า	32	17.2
ทำให้เกิดความมั่นใจกับผู้รับ/ผู้ส่ง	21	11.3
ได้รับการชดใช้เมื่อเกิดความเสียหาย	5	2.7
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 186 คน

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ คือ สะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 88.2 รองลงมาคือ กำหนดระยะเวลาส่งแน่นอน ร้อยละ 19.9 ไม่เกิดความเสียหายกับสิ่งของหรือสินค้า ร้อยละ 17.2 ประหยัดค่าใช้จ่าย ร้อยละ 12.9 ทำให้เกิดความมั่นใจกับผู้รับ/ผู้ส่ง ร้อยละ 11.3 และ ได้รับการชดใช้เมื่อเกิดความเสียหาย ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการอื่นที่ใช้ นอกจากบริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศที่ใช้บริการ

ประเภทบริการอื่นที่ใช้ นอกจากบริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีการใช้	77	41.4
ไม่มีการใช้	109	58.6
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการใช้บริการประเภทอื่น นอกจากบริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศที่ใช้บริการ ร้อยละ 58.6 และมีการใช้บริการประเภทอื่น ร้อยละ 41.4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการขนส่งที่ใช้

ประเภทบริการขนส่งที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
รถทัวร์	21	27.3
รถบรรทุก(ขนส่งเอกชน)	45	58.4
ทางรถไฟ	2	2.6
พัสดุไปรษณีย์ภัณฑ์	20	26.0
อื่นๆ	2	2.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 77 รายที่มีการใช้

อื่นๆ ได้แก่ รถส่วนบุคคล (2 ราย)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีการใช้บริการนอกจากที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ จะใช้บริการรถบรรทุก(ขนส่งเอกชน) ร้อยละ 58.4 รองลงมาคือ รถทัวร์ ร้อยละ 27.3 พัสดุไปรษณีย์ภัณฑ์ ร้อยละ 26.0 ทางรถไฟ และ อื่นๆ ร้อยละ 6.5 ร้อยละ 2.6 เท่ากัน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ

ช่วงเวลาที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลา 5.00-8.59 น.	38	20.4
ช่วงเวลา 9.00-12.00 น.	79	42.5
ช่วงเวลา 12.01-17.00 น.	23	12.4
ช่วงเวลา 17.01-22.00 น.	46	24.7
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 9.00-12.00 น. ร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 17.01-22.00 น ร้อยละ 24.7 ช่วงเวลา 5.00-8.59 น. ร้อยละ 20.4 และช่วงเวลา 12.01-17.00 น. ร้อยละ 12.4

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ

วันที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	23	12.4
วันอังคาร	23	12.4
วันพุธ	23	12.4
วันพฤหัสบดี	12	6.5
วันศุกร์	21	11.3
วันเสาร์และวันอาทิตย์	12	6.5
ไม่แน่นอน	72	38.7
<b>รวม</b>	<b>186</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วันที่ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศมากที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ วันจันทร์ วันอังคาร และวันพุธ เท่ากัน ร้อยละ 12.4 วันศุกร์ ร้อยละ 11.3 วันพฤหัสบดี และ วันเสาร์และวันอาทิตย์ เท่ากัน ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศของบริษัทเทอร์นอินเตอร์เนชันแนล คาร์โก้ จำกัด

ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศของบริษัทเทอร์นอินเตอร์เนชันแนล คาร์โก้ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 21-30 ครั้ง	44	23.7
เดือนละ 11-20 ครั้ง	59	31.7
เดือนละ 5-10 ครั้ง	47	25.3
เดือนละ 1-4 ครั้ง	22	11.8
ทุกๆ 3 เดือนต่อครั้ง	4	2.2
ทุกๆ 6 เดือนต่อครั้ง	5	2.7
อื่นๆ	5	2.7
<b>รวม</b>	<b>186</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ - ทุกวัน (5 ราย)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศภายในประเทศของบริษัทเทอร์นอินเตอร์เนชันแนล คาร์โก้ จำกัดมากที่สุด คือ เดือนละ 11-20 ครั้ง ร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ เดือนละ 5-10 ครั้ง ร้อยละ 25.3 เดือนละ 21-30 ครั้ง ร้อยละ 23.7 เดือนละ 1-4 ครั้ง ร้อยละ 11.8 ทุกๆ 6 เดือนต่อครั้ง และ อื่นๆ ร้อยละ 2.7 เท่ากัน ทุกๆ 3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบริษัทเทอร์ออนไลน์เนชั่นเนล คาร์โก้ จำกัด

การรู้จักบริษัทเทอร์ออนไลน์เนชั่นเนล คาร์โก้ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
มีผู้แนะนำ	48	25.8
ถูกค้าเป็นผู้กำหนด	11	5.9
ติดต่อด้วยตนเอง	121	65.1
สื่อสิ่งพิมพ์	5	2.7
เว็บไซต์อินเทอร์เน็ต	1	0.5
รวม	186	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบริษัทเทอร์ออนไลน์เนชั่นเนล คาร์โก้ จำกัด โดยการติดต่อด้วยตนเอง ร้อยละ 65.1 รองลงมาคือ มีผู้แนะนำ ร้อยละ 25.8 ถูกค้าเป็นผู้กำหนด ร้อยละ 25.8 สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 2.7 และ เว็บไซต์อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท  
นอร์ทเทรอน อินเตอร์เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

2.1 ความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทนอร์ทเทรอน อินเตอร์  
เนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความหลากหลายด้านบริการ รับส่งสินค้าทางอากาศ	22 (11.8)	71 (38.3)	89 (47.8)	1 (0.5)	3 (1.6)	3.58 (มาก)	1
ความหลากหลายของประเภท สินค้าทางอากาศที่ใช้บริการ รับส่ง	14 (7.5)	56 (30.1)	109 (58.6)	4 (2.2)	3 (1.6)	3.40 (ปานกลาง)	7
จำนวนจังหวัดปลายทางที่ สามารถส่งสินค้าทางอากาศ	25 (13.4)	54 (29.0)	99 (53.2)	5 (2.7)	3 (1.6)	3.50 (มาก)	4
มีการบริการแบบครบวงจร	16 (8.6)	61 (32.8)	89 (47.8)	6 (3.2)	14 (7.5)	3.32 (ปานกลาง)	8
มีการประกันความเสียหายของ สินค้านระหว่างขนส่งสินค้า	20 (10.8)	66 (35.5)	96 (51.6)	1 (0.5)	3 (1.6)	3.53 (มาก)	3
มีความปลอดภัยของสินค้า ระหว่างขนส่งสินค้า	24 (12.9)	53 (28.5)	102 (54.8)	4 (2.2)	3 (1.6)	3.49 (ปานกลาง)	5
มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือ ที่สถานประกอบการ (Door to Door)	26 (14.0)	64 (34.4)	89 (47.8)	1 (0.5)	6 (3.2)	3.55 (มาก)	2
มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	14 (7.5)	74 (39.8)	84 (45.2)	9 (4.8)	5 (2.7)	3.45 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.48 (ปานกลาง)	



จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความหลากหลายด้านบริการรับส่ง สินค้าทางอากาศ (3.58) รองลงมาคือ มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถานประกอบการ (Door to Door) (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มีความปลอดภัยของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีความปลอดภัยของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคาดหวัง						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้ บริการ		
อัตราค่าระหว่างทางขนส่ง สินค้าภายในประเทศ	22 (11.8)	50 (26.9)	92 (49.5)	5 (2.7)	17 (9.1)	-	3.30 (ปานกลาง)	7
อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge)	10 (5.4)	49 (26.3)	111 (59.7)	7 (3.8)	9 (4.8)	-	3.24 (ปานกลาง)	8
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents)	13 (7.0)	32 (17.2)	124 (66.7)	7 (3.8)	10 (5.4)	-	3.17 (ปานกลาง)	9
อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr)	9 (4.8)	32 (17.2)	57 (30.6)	5 (2.7)	1 (0.5)	82 (44.1)	3.41 (ปานกลาง)	3
ราคาพิเศษสำหรับสินค้า ผลิตภัณฑ์ไอทีหรือสินค้า ด้านเกษตร	4 (2.2)	41 (22.0)	56 (30.1)	6 (3.2)	1 (0.5)	78 (41.9)	3.38 (ปานกลาง)	4
ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ ส่งกลับคืน	6 (3.2)	34 (18.3)	52 (28.0)	6 (3.2)	3 (1.6)	85 (45.7)	3.34 (ปานกลาง)	5
อัตราค่าบริการรับและส่งถึง บ้านหรือสถานที่ประกอบการ	6 (3.2)	31 (16.7)	58 (30.1)	7 (3.8)	1 (0.5)	83 (44.6)	3.33 (ปานกลาง)	6
อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อ สิ่งของ	8 (4.3)	40 (21.5)	51 (27.4)	6 (3.2)	2 (1.1)	79 (42.5)	3.43 (ปานกลาง)	2
การให้ระยะเวลาชำระค่าระวาง กับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการ ขนส่งเป็นประจำ	15 (8.1)	50 (26.9)	79 (42.5)	4 (2.2)	1 (0.5)	37 (19.9)	3.50 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.34 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.43) อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr) (ค่าเฉลี่ย 3.41) ราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีหรือสินค้าด้านเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.38) ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งกลับคืน (ค่าเฉลี่ย 3.34) อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) อัตราค่าระหว่างการขนส่งสินค้าภายในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.30) อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge) (ค่าเฉลี่ย 3.24) อัตราค่าธรรมเนียม (Documents) (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ	33 (17.7)	83 (44.6)	64 (34.4)	1 (0.5)	5 (2.7)	3.74 (มาก)	1
ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด)	27 (14.5)	80 (43.0)	70 (37.6)	4 (2.2)	5 (2.7)	3.65 (มาก)	3
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์ ,แฟกซ์,อีเมล และอินเทอร์เน็ต	32 (17.2)	66 (35.5)	83 (44.6)	2 (1.1)	3 (1.6)	3.66 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ สถานที่ตั้งของบริษัท สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด) (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา	4 (2.2)	58 (21.2)	101 (54.3)	8 (4.3)	15 (8.1)	3.42 (ปานกลาง)	1
การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ใช้บริการทั่วไป	10 (5.4)	32 (17.2)	97 (52.1)	25 (13.4)	22 (11.8)	3.27 (ปานกลาง)	3
การให้บริการสอบถามราคา ระหว่างและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	13 (7.0)	53 (28.5)	94 (50.5)	7 (3.8)	19 (10.2)	3.40 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.37 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมา คือ การให้บริการสอบถามราคา ระหว่างและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ใช้บริการทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	20 (10.8)	77 (41.4)	76 (40.8)	5 (2.7)	8 (4.3)	3.62 (มาก)	4
พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง	13 (7.0)	75 (40.3)	85 (45.7)	3 (1.6)	10 (5.4)	3.60 (มาก)	5
พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง	22 (11.8)	86 (46.2)	66 (35.4)	4 (2.2)	8 (4.3)	3.67 (มาก)	3
พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	19 (10.2)	88 (47.3)	67 (36)	5 (2.7)	7 (3.8)	3.72 (มาก)	1
พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ	30 (16.1)	80 (43.0)	57 (35.4)	2 (1.1)	8 (4.3)	3.71 (มาก)	2
พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด	15 (8.1)	67 (36.0)	92 (49.4)	6 (3.2)	6 (3.2)	3.59 (มาก)	6
ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย	8 (4.3)	78 (41.9)	88 (47.3)	6 (3.2)	6 (3.2)	3.55 (มาก)	7
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้	10 (5.4)	70 (37.6)	97 (52.1)	3 (1.6)	6 (3.2)	3.42 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.61 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.60) พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ	8 (4.3)	81 (43.5)	87 (46.7)	3 (1.6)	7 (3.8)	3.51 (มาก)	1
อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	9 (4.8)	69 (37.1)	89 (47.8)	9 (4.8)	10 (5.4)	3.46 (ปานกลาง)	3
มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	13 (7.0)	46 (24.7)	98 (52.7)	10 (5.4)	19 (10.2)	3.31 (ปานกลาง)	5
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่ สะอาด และตู้น้ำดื่ม สำหรับผู้ใช้บริการ	6 (3.2)	46 (24.7)	99 (53.2)	22 (11.8)	13 (7.0)	3.22 (ปานกลาง)	6
มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็น ได้เด่นชัดทั้งระยะใกล้ และระยะไกล	3 (1.6)	63 (33.9)	78 (41.9)	25 (13.4)	17 (9.1)	3.41 (ปานกลาง)	4
มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความ ต้องการของการใช้งานของ ผู้ใช้บริการ	19 (10.2)	54 (29.0)	74 (39.7)	21 (11.3)	18 (9.7)	3.48 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.40 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความ ต้องการของการใช้งานของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็น ได้เด่นชัดทั้งระยะใกล้ และระยะไกล (ค่าเฉลี่ย 3.41) มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่ สะอาด และตู้น้ำดื่มสำหรับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวก ไม่ซับซ้อนต่อผู้ใช้บริการ	24 (12.9)	49 (26.3)	110 (59.1)		3 (1.6)	3.49 (ปานกลาง)	3
การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและ ผู้ส่งอย่างถูกต้องชัดเจน	19 (10.2)	66 (35.5)	92 (49.5)	5 (2.7)	4 (2.2)	3.49 (ปานกลาง)	3
ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความ ถูกต้อง	32 (17.2)	47 (25.3)	100 (53.8)	4 (2.2)	3 (1.6)	3.54 (มาก)	1
ออกเอกสารการขนส่งอย่าง ถูกต้องรวดเร็ว	23 (12.4)	61 (32.8)	92 (49.5)	7 (3.8)	3 (1.6)	3.51 (มาก)	2
ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความ รวดเร็ว	19 (10.2)	72 (38.7)	80 (43.0)	5 (2.7)	10 (5.4)	3.46 (ปานกลาง)	5
ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่ กำหนดถูกต้องตามความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	19 (10.2)	63 (33.9)	96 (51.6)	4 (2.2)	4 (2.2)	3.48 (ปานกลาง)	4
แจ้งผู้ใช้บริการเมื่อหากเกิดความ เสียหายหรือขนส่งไม่ตรงเวลา ของเที่ยวบินทันที	21 (11.3)	63 (33.9)	86 (46.2)	9 (4.8)	7 (3.8)	3.44 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.54) ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ซับซ้อนต่อผู้ใช้บริการ การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่งอย่างถูกต้องชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนดถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.46) แจ้งผู้ใช้บริการเมื่อหากเกิดความเสียหายหรือขนส่งไม่ตรงเวลาของเที่ยวบินทันที (ค่าเฉลี่ย 3.44)

2.2 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทอินเทอร์เน็ต  
เนชั่นเนตเวิร์ก จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
ความหลากหลายด้านบริการ รับส่งสินค้าทางอากาศ	9 (4.8)	69 (37.1)	100 (53.8)	8 (4.3)	7 (3.8)	3.38 (ปานกลาง)	1
ความหลากหลายของประเภท สินค้าทางอากาศที่ใช้บริการ รับส่ง	7 (3.8)	53 (28.5)	112 (60.2)	2 (1.1)	12 (6.5)	3.22 (ปานกลาง)	6
จำนวนจังหวัดปลายทางที่ สามารถส่งสินค้าทางอากาศ	4 (2.2)	62 (33.3)	103 (55.4)	7 (3.8)	10 (5.4)	3.23 (ปานกลาง)	5
มีการบริการแบบครบวงจร	8 (4.3)	53 (28.5)	98 (52.7)	7 (3.8)	20 (10.8)	3.12 (ปานกลาง)	8
มีการประกันความเสียหายของ สินค้าระหว่างขนส่งสินค้า	5 (2.7)	79 (42.5)	89 (47.8)	2 (1.1)	11 (5.9)	3.35 (ปานกลาง)	2
มีความปลอดภัยของสินค้า ระหว่างขนส่งสินค้า	10 (5.4)	65 (34.9)	91 (48.9)	7 (3.8)	13 (7.0)	3.28 (ปานกลาง)	3
มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือ ที่สถานประกอบการ (Door to door)	12 (6.5)	63 (33.9)	92 (49.5)	0 (0.0)	19 (10.2)	3.26 (ปานกลาง)	4
มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	9 (4.8)	56 (30.1)	96 (51.6)	7 (3.8)	18 (9.7)	3.17 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25 (ปานกลาง)	



จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีการประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีความปลอดภัยของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถานประกอบการ (Door to door) (ค่าเฉลี่ย 3.26) จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความหลากหลายของประเภทสินค้าทางอากาศที่ใช้บริการรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) และ มีการบริการแบบครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้ บริการ		
อัตราค่าระหว่างทางขนส่ง สินค้าภายในประเทศ	13 (7.0)	52 (28.0)	97 (52.1)	3 (1.6)	21 (11.3)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)	6
อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge)	9 (4.8)	48 (25.8)	110 (59.1)	6 (3.2)	13 (7.0)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)	6
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents)	7 (3.8)	25 (13.4)	132 (71)	4 (2.2)	18 (9.7)	0 (0.0)	2.99 (ปานกลาง)	7
อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr)	4 (2.2)	38 (20.4)	54 (29.0)	2 (1.1)	3 (1.6)	85 (45.7)	3.38 (ปานกลาง)	5
ราคาพิเศษสำหรับสินค้า ผลิตภัณฑ์ไอทีหรือสินค้า ด้านเกษตร	13 (7.0)	22 (11.8)	64 (34.4)	3 (1.6)	0 (0.0)	84 (45.2)	3.44 (ปานกลาง)	2
ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ ส่งกลับคืน	6 (3.2)	36 (19.4)	49 (26.3)	2 (1.1)	2 (1.1)	91 (48.9)	3.44 (ปานกลาง)	2
อัตราค่าบริการรับและส่งถึง บ้านหรือสถานที่ประกอบการ	6 (3.2)	31 (16.7)	59 (31.7)	2 (1.1)	0 (0.0)	88 (47.3)	3.42 (ปานกลาง)	3
อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อ สิ่งของ	6 (3.2)	32 (17.2)	61 (32.8)	2 (1.1)	1 (0.5)	84 (45.2)	3.39 (ปานกลาง)	4
การให้ระยะเวลาชำระค่าระวาง กับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการ ขนส่งเป็นประจำ	16 (8.6)	61 (32.8)	64 (34.4)	4 (2.2)	0 (0.0)	41 (22.2)	3.61 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.34 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การให้ระยะเวลาชำระ

ค่าระวางกับลูกค้ำรายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีอุปหรือสินค้าด้านเกษตร และราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งกลับคืน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.39) อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr) (ค่าเฉลี่ย 3.38) อัตราค่าระหว่างกรขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ	31 (16.7)	89 (47.8)	57 (30.6)	1 (0.5)	8 (4.3)	3.72 (มาก)	1
ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด)	30 (16.1)	71 (38.2)	77 (41.4)	0 (0.0)	8 (4.3)	3.62 (มาก)	2
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล และอินเทอร์เน็ต	12 (6.5)	62 (33.3)	106 (57)	0 (0.0)	6 (3.2)	3.40 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 (มาก)	

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือสถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด) (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา	16 (8.6)	59 (31.7)	102 (54.8)	5 (2.7)	4 (2.2)	3.15 (ปานกลาง)	2
การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ใช้บริการทั่วไป	10 (5.4)	56 (20.1)	98 (52.7)	19 (10.2)	3 (1.6)	2.91 (ปานกลาง)	3
การให้บริการสอบถามราคาระหว่างและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	16 (8.6)	57 (30.6)	102 (54.8)	8 (4.3)	3 (1.6)	3.18 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.08 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้บริการสอบถามราคาระหว่างและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.15) และการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ใช้บริการทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	35 (18.8)	60 (32.3)	80 (43.0)	7 (3.8)	4 (2.2)	3.52 (มาก)	4
พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง	27 (14.5)	75 (40.3)	73 (39.2)	5 (2.7)	6 (3.2)	3.42 (ปานกลาง)	6
พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง	31 (16.7)	76 (40.9)	70 (37.6)	4 (2.2)	5 (2.7)	3.59 (มาก)	2
พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	33 (17.7)	80 (43.0)	63 (33.9)	7 (3.8)	3 (1.6)	3.58 (มาก)	3
พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ	32 (17.2)	78 (41.9)	70 (37.6)	2 (1.1)	4 (2.2)	3.66 (มาก)	1
พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด	26 (14.0)	67 (36.0)	87 (46.8)	3 (1.6)	3 (1.6)	3.43 (ปานกลาง)	5
ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย	18 (9.7)	73 (39.2)	91 (48.9)	1 (0.5)	3 (1.6)	3.41 (ปานกลาง)	7
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้	20 (10.8)	49 (26.3)	110 (59.1)	4 (2.2)	3 (1.6)	3.41 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 (มาก)	

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือพนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.59) พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.58) พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.43) พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย และพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ	22 (11.8)	63 (33.9)	92 (49.5)	6 (3.2)	3 (1.6)	3.43 (ปานกลาง)	1
อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	22 (11.8)	58 (31.2)	92 (49.5)	11 (5.9)	3 (1.6)	3.31 (ปานกลาง)	2
มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	21 (11.3)	43 (23.1)	105 (56.5)	6 (3.2)	11 (5.9)	3.13 (ปานกลาง)	4
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่ สะอาด และตู้น้ำดื่ม สำหรับผู้ใช้บริการ	13 (7.0)	41 (22.0)	112 (60.2)	14 (7.5)	6 (3.2)	3.05 (ปานกลาง)	5
มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้เด่นชัดทั้งระยะใกล้ และระยะไกล	22 (11.8)	59 (31.7)	84 (45.2)	15 (8.1)	6 (3.2)	3.05 (ปานกลาง)	5
มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความ ต้องการของการ ใช้งานของ ผู้ใช้บริการ	31 (16.7)	52 (28.0)	82 (44.1)	18 (9.7)	3 (1.6)	3.19 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.20 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความ ต้องการของการ ใช้งานของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.13) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่ สะอาด และตู้น้ำดื่มสำหรับผู้ใช้บริการ และ มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้เด่นชัดทั้งระยะใกล้ และระยะไกล (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดข้อ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวก ไม่ซับซ้อนต่อผู้ใช้บริการ	12 (6.5)	50 (26.9)	112 (60.2)	2 (1.1)	10 (5.4)	3.28 (ปานกลาง)	6
การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและ ผู้ส่งอย่างถูกต้องชัดเจน	10 (5.4)	73 (39.2)	96 (51.6)	1 (0.5)	6 (3.2)	3.43 (ปานกลาง)	2
ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความ ถูกต้อง	20 (10.8)	61 (32.8)	95 (51)	2 (1.1)	8 (4.3)	3.45 (ปานกลาง)	1
ออกเอกสารการขนส่งอย่าง ถูกต้องรวดเร็ว	20 (10.8)	54 (259.0)	104 (55.9)	0 (0.0)	8 (4.3)	3.42 (ปานกลาง)	3
ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความ รวดเร็ว	8 (4.3)	76 (40.9)	84 (45.1)	3 (1.6)	15 (8.1)	3.32 (ปานกลาง)	5
ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่ กำหนดถูกต้องตามความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	15 (8.1)	69 (37.1)	81 (43.5)	5 (2.7)	16 (8.6)	3.34 (ปานกลาง)	4
แจ้งผู้ใช้บริการเมื่อหากเกิดความ เสียหายหรือขนส่งไม่ตรงเวลา ของเที่ยวบินทันที	14 (7.5)	53 (28.5)	93 (50)	12 (6.5)	14 (7.5)	3.22 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.35 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.45) การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่งอย่างถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.42) ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนดถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.32) ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ซับซ้อนต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และแจ้งผู้ใช้บริการเมื่อหากเกิดความเสียหายหรือขนส่งไม่ตรงเวลาของเที่ยวบินทันที (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		ผลต่าง
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.48	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	-0.23
ด้านราคา	3.34	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	0.00
ด้านสถานที่	3.68	มาก	3.58	มาก	-0.10
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	-0.29
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.61	มาก	3.50	มาก	-0.11
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.40	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	-0.20
ด้านกระบวนการ	3.49	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	-0.14

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ด้านสถานที่ และด้านบุคคลหรือพนักงาน และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ไม่ต่างจากความคาดหวังก่อนรับบริการ คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเหมือนกันในด้านสถานที่ และด้านบุคคลหรือพนักงาน และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกันในด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด

การเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของบริษัทเทอร์อนอินเตอร์เนชันแนลคาร์โก้จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจหลังรับบริการน้อยกว่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการ ยกเว้นในด้านราคา ที่มีระดับความพึงพอใจหลังการรับบริการเท่ากับระดับความคาดหวังก่อนรับบริการ



ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทเทอร์ออน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัด เชียงใหม่

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานีปลายทางที่ส่งสินค้าได้มีน้อยเกินไป	73	39.2
เกิดความเสียหายในการขนส่งสินค้าบ่อยครั้ง	39	21.0
จองที่ส่งสินค้าแล้วไม่สามารถส่งได้ตามที่จองไว้	42	22.6
ไม่ได้รับข้อมูลเมื่อสอบถามราคาขนส่งและรายละเอียดตารางเที่ยวบิน	26	14.0
สินค้าสูญหายในระหว่างการขนส่งสินค้า	31	16.7
ไม่เคยได้รับค่าชดเชยเมื่อเกิดความเสียหาย	22	11.8
ไม่ได้รับแจ้งเมื่อเกิดปัญหาไม่ได้รับสินค้าปลายทาง	4	2.2
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านผลิตภัณฑ์	50	26.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 35 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือ สถานีปลายทางที่ส่งสินค้าได้มีน้อยเกินไป ร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ จองที่ส่งสินค้าแล้วไม่สามารถส่งได้ตามที่จองไว้ ร้อยละ 22.6 และ เกิดความเสียหายในการขนส่งสินค้าบ่อยครั้งร้อยละ 21.0

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
อัตราค่าขนส่งสินค้าภายในประเทศเปลี่ยนแปลงบ่อย	26	14.0
อัตราค่าขนส่งสินค้าสูงกว่าการใช้บริการอื่นๆ	18	9.7
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents Charge) สูงเกินไป	20	10.8
การชำระเงินด้วยเงินสดไม่สะดวก	24	12.9
ไม่มีการบอกราคาที่ชัดเจน	29	15.6
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านราคา	96	51.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 36 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือ ไม่มีการบอกราคาที่ชัดเจน ร้อยละ 15.6 รองลงมาคือ อัตราค่าขนส่งสินค้าภายในประเทศเปลี่ยนแปลงบ่อย ร้อยละ 14.0 และการชำระเงินด้วยเงินสดไม่สะดวก ร้อยละ 12.9

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางเพื่อติดต่อส่งสินค้า	32	17.2
ข้อกำหนดระยะเวลาการส่งสินค้าแต่ละเที่ยวบินไม่สะดวกเพียงพอต่อการให้บริการ (เช่นต้องส่งล่วงหน้า 2 ชั่วโมง)	49	26.3
ไม่สะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทเทอร์เรียม อินเตอร์เนชันแนล การ์โก้ จำกัด ทั้งทางโทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และอินเทอร์เน็ต	43	23.1
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านสถานที่	86	46.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 37 พบว่าด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือ ข้อกำหนดระยะเวลาการส่งสินค้าแต่ละเที่ยวบินไม่สะดวกเพียงพอต่อการให้บริการ (เช่นต้องส่งล่วงหน้า 2 ชั่วโมง) ร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ไม่สะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัทเทอร์เรียม อินเตอร์เนชันแนล การ์โก้ จำกัด ทั้งทางโทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 23.1 และสถานที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางเพื่อติดต่อส่งสินค้า ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับข่าวสารหรือข้อมูลที่ยวบิน	46	24.7
ไม่ได้รับข่าวสารด้านราคาสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรและสินค้าโอท็อป	37	19.9
ไม่ได้รับแจ้งหรือได้รับข้อมูลค่าขนส่งล่าช้าเมื่อสอบถาม	35	18.8
ไม่ได้รับการพิจารณาระยะเวลาการชำระค่าขนส่ง	11	5.9
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านการส่งเสริมการตลาด	91	48.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือ ไม่ได้รับข่าวสารหรือข้อมูลที่ยวบิน ร้อยละ 24.7 รองลงมาคือ ไม่ได้รับข่าวสารด้านราคาสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรและสินค้าโอท็อป ร้อยละ 19.9 และไม่ได้รับแจ้งหรือได้รับข้อมูลค่าขนส่งล่าช้าเมื่อสอบถาม ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน

ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานให้บริการใช้วาจาไม่สุภาพในการให้บริการ	24	12.9
พนักงานให้บริการล่าช้าไม่สะดวก	33	17.7
เกิดความเสียหายจากการให้บริการของพนักงาน	14	7.5
ขาดการดูแลใส่ใจที่ดีจากเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	33	17.7
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านบุคคลหรือพนักงาน	103	55.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 39 พบว่าด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือพนักงานให้บริการล่าช้าไม่สะดวก และ ขาดการดูแลใส่ใจที่ดีจากเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ เท่ากัน ร้อยละ 17.7 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการใช้วาจาไม่สุภาพในการให้บริการ ร้อยละ 12.9 และเกิดความเสียหายจากการให้บริการของพนักงาน ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ให้บริการคับแคบไม่เพียงพอต่อการใช้งาน	19	10.2
ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	60	32.3
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	45	24.2
อุปกรณ์ตู้บรรจุสินค้า (container) ไม่เพียงพอ	21	11.3
ป้ายและสัญลักษณ์ไม่เห็นชัด	40	21.5
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	75	40.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 40 พบว่าด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือ ที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 32.3 รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ร้อยละ 24.2 และ ป้ายและสัญลักษณ์ไม่เห็นชัด ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นตอนการให้บริการ ไม่สะดวกและล่าช้า	15	8.1
สินค้าไม่ได้รับตามเวลาที่กำหนด	16	8.6
เกิดความเสียหายกับสินค้าเมื่อถึงผู้รับปลายทาง	27	14.5
ข่าวสารล่าช้าเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินตามตารางบิน	29	15.6
ไม่ทราบล่วงหน้าเมื่อมีการยกเลิกเที่ยวบิน	38	20.4
ได้รับล่าช้าเมื่อสอบถามข้อมูลประเมินราคากระหว่างและ รายละเอียดตารางเที่ยวบิน	18	9.7
ไม่พบปัญหาใดๆ ในด้านกระบวนการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	85	45.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 186 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่าด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 อันดับแรกคือไม่ทราบล่วงหน้าเมื่อมีการยกเลิกเที่ยวบิน ร้อยละ 20.4 รองลงมาคือ ข่าวสารล่าช้าเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินตามตารางบิน ร้อยละ 15.6 และ เกิดความเสียหายกับสินค้าเมื่อถึงผู้รับปลายทาง ร้อยละ 14.5

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท  
นอร์ทเทิร์น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

4.1 ความคาดหวังก่อนรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท

นอร์ทเทิร์น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)
ความหลากหลายของประเภทสินค้าทางอากาศที่ใช้ บริการรับส่ง	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ	3.30 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)
มีการบริการแบบครบวงจร	3.31 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
มีการประกันความเสียหายของสินค้านระหว่างขนส่ง สินค้า	3.44 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
มีความปลอดภัยของสินค้านระหว่างขนส่งสินค้า	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถาน ประกอบการ (Door to Door)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)
มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	3.44 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย	3.42 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)



จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นเอกสาร มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถานประกอบการ (Door to Door) (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมาคือ ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าระหว่างกาขนส่งสินค้าภายในประเทศ	3.18 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge)	3.31 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents)	3.17 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr)	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีหรือ สินค้าด้านเกษตร	3.26 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งกลับคืน	3.28 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ ประกอบการ	3.17 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30, 3.38)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมามีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมามีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีอุปหรือสินค้าด้านเกษตร และการให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทางโทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และ อินเทอร์เน็ต	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.71</b> (มาก)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.68</b> (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความคาดหวังก่อนรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.66)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทางโทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด) (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา	3.51 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ให้บริการทั่วไป	3.22 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
การให้บริการสอบถามราคาระวางและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบิน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39,3.35)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมา มีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้บริการสอบถามราคาระวางและสอบถามรายละเอียด ตารางเที่ยวบิน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ การให้บริการสอบถามราคาระวางและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบิน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.65 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)
พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)
พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)
พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)
ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย	3.64 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.61 (มาก)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท สิ่งของที่ส่ง มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60, 3.62)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ	3.58 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	3.24 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นห้องน้ำที่ สะอาด และ ตู้น้ำดื่มสำหรับผู้ใช้บริการ	3.13 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้เด่นชัด ทั้งระยะใกล้ และระยะไกล	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของการ ใช้งานของผู้ใช้บริการ	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.38</b> (ปานกลาง)	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.40</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38, 3.41)

ในปีจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของการใช้งานของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของการใช้งานของผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ และอุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.46)



ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ซับซ้อนต่อ ผู้ใช้บริการ	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่งอย่างถูกต้อง ชัดเจน	3.39 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของ ผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.51 (มาก)
ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนดถูกต้องตาม ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
แจ้งผู้ใช้บริการเมื่อหากเกิดความเสียหายหรือขนส่ง ไม่ตรงเวลาของเที่ยวบินทันที	3.32 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.44</b> (ปานกลาง)	<b>3.52</b> (มาก)	<b>3.49</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสาร มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ในปัจจุบันพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ ขั้นตอนในการให้บริการ สะดวก ไม่ซับซ้อนต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา คือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความคาดหวังก่อนรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาคือ การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่งอย่างถูกต้องชัดเจน และออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang). The emblem is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.2 ความพึงพอใจหลังรับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท  
นอร์ทเทรอน อินเทอร์เน็ตชั้นเนตคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของประเภทสินค้าทางอากาศที่ใช้ บริการรับส่ง	3.10 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ	3.04 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีการบริการแบบครบวงจร	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
มีการประกันความเสียหายของสินค้านระหว่างขนส่ง สินค้า	3.26 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีความปลอดภัยของสินค้านระหว่างขนส่งสินค้า	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถาน ประกอบการ (Door to Door)	3.32 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	3.21 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b> (ปานกลาง)	<b>3.29</b> (ปานกลาง)	<b>3.25</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท  
สิ่งของที่ส่ง มีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19,  
3.29)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความพึง  
พอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ มีรถไปรับ/ส่งสินค้า  
จากบ้านหรือที่สถานประกอบการ (Door to Door) (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาคือ ความหลากหลาย  
ด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความพึงพอใจหลังรับ  
บริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ ความหลากหลายด้านบริการรับส่ง  
สินค้าทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ มีการประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างขนส่ง  
สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าระหว่างกาขนส่งสินค้าภายในประเทศ	3.06 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents)	2.94 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr)	3.41 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีหรือสินค้า ด้านเกษตร	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งกลับคืน	3.32 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ ประกอบการ	3.36 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้ บริการขนส่งเป็นประจำ	3.56 (มาก)0	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งที่ส่งมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28, 3.38)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาคือความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคืออัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr) (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ ราคาพิเศษสำหรับบรรจุกัญหที่ส่งกลับคืน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)
ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ ของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และ อินเทอร์เน็ต	3.24 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.51</b> (มาก)	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51, 3.62)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่งมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.74) รองลงมาคือ ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด) (ค่าเฉลี่ย 3.61, 3.62)

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา	3.08 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขายระหว่างสินค้าและผู้ให้บริการทั่วไป	2.93 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
การให้บริการสอบถามราคากระวางและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.06</b> (ปานกลาง)	<b>3.09</b> (ปานกลาง)	<b>3.08</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06, 3.09)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ การให้บริการสอบถามราคากระวางและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.19) รองลงมาคือ การให้บริการสอบถามราคากระวางและสอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18)



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.52
พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนดของสายการบินให้บริการที่ถูกต้อง	3.46 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)
พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	3.44 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.58 (มาก)
พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการให้บริการและอธิบายในรายละเอียดข้อกำหนด	3.26 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับผู้ใช้บริการทุกราย	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภท  
สิ่งที่ส่งเป็นเอกสาร มีความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง  
(ค่าเฉลี่ย 3.44) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้ามีความพึงพอใจ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นเอกสารมีความพึง  
พอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความ  
สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาคือ พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความพึงพอใจหลังรับ  
บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความ  
รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	3.18 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่ สะอาด และ ตู้น้ำดื่มสำหรับผู้ใช้บริการ	2.89 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็น ได้เด่นชัดทั้ง ระยะใกล้ และระยะไกล	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของการใช้ งานของผู้ใช้บริการ	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19, 3.20)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการเหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43, 3.43) รองลงมาคือ อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.35, 3.29)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสิ่งของที่ส่ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง		
	เอกสาร	สิ่งของ/ สินค้า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ซับซ้อนต่อ ผู้ให้บริการ	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่งอย่างถูกต้อง ชัดเจน	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการ ด้วยความถูกต้อง	3.35 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนดถูกต้องตาม ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.18 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
แจ้งผู้ให้บริการเมื่อหากเกิดความเสียหายหรือขนส่ง ไม่ตรงเวลาของเที่ยวบินทันที	3.14 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง เป็นเอกสาร มีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28, 3.39)

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งของที่ส่งเป็นเอกสารมีความพึงพอใจหลังรับบริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 2 อันดับแรก คือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก

ขนาด ของสิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง และให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาคือ ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทสิ่งที่ส่งเป็นสิ่งของ/สินค้า มีความพึงพอใจหลังรับ บริการที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 2 อันดับแรก คือ ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของสิ่งของ ผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่ง อย่างถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทเทอร์นอินเตอร์เนชั่นแนลทาร์ จำกัด  
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	เอกสาร	สิ่งของ/สินค้า	ผลต่าง	เอกสาร	สิ่งของ/สินค้า	ผลต่าง
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.42	3.51	0.09	3.19	3.29	0.10
ด้านราคา	3.30	3.38	0.08	3.28	3.38	0.10
ด้านสถานที่	3.71	3.66	0.05	3.51	3.62	0.11
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	3.35	0.04	3.06	3.09	0.03
ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.60	3.62	0.02	3.44	3.54	0.10
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.38	3.41	0.03	3.19	3.20	0.01
ด้านกระบวนการ	3.44	3.52	0.08	3.28	3.39	0.11

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างระดับความคาดหวังก่อนรับบริการและระดับความพึงพอใจหลังรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทสิ่งของที่ส่ง มีระดับความพึงพอใจหลังรับบริการน้อยกว่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการในทุกด้าน

ตารางที่ 57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	สิ่งของที่ท่านส่งเป็นประเภทใด					
	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ</b>						
ความหลากหลายด้านบริการรับส่งสินค้าทางอากาศ	3.56	3.60	0.04	3.31	3.43	0.12
ความหลากหลายของประเภทสินค้าทางอากาศที่ใช้บริการรับส่ง	3.40	3.39	0.01	3.10	3.30	0.20
จำนวนจังหวัดปลายทางที่สามารถส่งสินค้าทางอากาศ	3.32	3.61	0.29	3.04	3.35	0.31
มีการบริการแบบครบวงจร	3.31	3.32	0.02	3.08	3.14	0.06
มีการประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า	3.44	3.59	0.14	3.26	3.40	0.14
มีความปลอดภัยของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า	3.33	3.59	0.25	3.19	3.33	0.14
มีรถไปรับ/ส่งสินค้าจากบ้านหรือที่สถานประกอบการ (Door to door)	3.58	3.54	0.05	3.32	3.23	0.09
มีบริการบรรจุหีบห่อสินค้า	3.44	3.45	0.00	3.21	3.14	0.07
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>						
อัตราค่าระหว่างการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	3.18	3.37	0.19	3.06	3.25	0.20
อัตราค่าบริการการคลังสินค้า (Terminal Charge)	3.31	3.19	0.11	3.18	3.18	0.00
อัตราค่าธรรมเนียม (Documents)	3.17	3.17	-	2.94	3.03	0.08

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สิ่งของที่ท่านส่งเป็นประเภทใด					
	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง
อัตราค่าระวางสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต (Avi) สิ่งของมีค่า (Val) สินค้าอัตรา (Dgr)	3.38	3.45	0.07	3.41	3.35	0.06
ราคาพิเศษสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ไอทีหรือสินค้าด้านเกษตร	3.26	3.49	0.23	3.33	3.55	0.22
ราคาพิเศษสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งกลับคืน	3.28	3.40	0.11	3.32	3.56	0.24
อัตราค่าบริการรับและส่งถึงบ้านหรือสถานที่ประกอบการ	3.17	3.51	0.34	3.36	3.48	0.12
อัตราค่าบริการบรรจุหีบห่อสิ่งของ	3.48	3.38	0.10	3.38	3.40	0.02
การให้ระยะเวลาชำระค่าระวางกับลูกค้า รายใหญ่ที่ใช้บริการขนส่งเป็นประจำ	3.50	3.49	0.01	3.56	3.65	0.09
สถานที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ	3.78	3.72	0.06	3.69	3.74	0.04
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>						
ระยะเวลาทำการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (เปิด/ปิด)	3.65	3.64	0.01	3.61	3.62	0.01
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับบริษัททั้งทาง โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และ อินเทอร์เน็ต	3.69	3.63	0.06	3.24	3.50	0.26
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
การประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์เมื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนเส้นทางบินและการปรับราคา	3.51	3.36	0.15	3.08	3.19	2.93



ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สิ่งของที่ท่านส่งเป็นประเภทใด					
	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง
การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ตัวแทนขาย ระหว่างสินค้าและผู้ให้บริการทั่วไป	3.22	3.31	0.08	2.93	2.89	3.02
การให้บริการสอบถามราคาและ สอบถามรายละเอียดตารางเที่ยวบิน โดย ไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.44	3.38	0.07	3.18	3.18	3.11
<b>ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน</b>						
พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.65	3.60	0.06	3.47	3.54	0.07
พนักงานมีการให้บริการตามข้อกำหนด ของสายการบิน ให้บริการที่ถูกต้อง	3.64	3.58	0.06	3.46	3.39	0.06
พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้อง	3.60	3.71	0.11	3.58	3.60	0.01
พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	3.58	3.80	0.21	3.44	3.66	0.21
พนักงานให้การบริการด้วยความสุภาพ	3.75	3.68	0.07	3.67	3.65	0.02
พนักงานมีการแนะนำข้อมูลในการ ให้บริการและอธิบายในรายละเอียด ข้อกำหนด	3.53	3.63	0.10	3.26	3.53	0.26
ให้บริการด้วยความเสมอภาคกับ ผู้ให้บริการทุกราย	3.64	3.49	0.15	3.40	3.41	0.01
พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการ ได้	3.38	3.46	0.08	3.25	3.50	0.25
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>						
การจัดผังบริเวณสถานที่ให้บริการ เหมาะสม ให้ความสะดวกสบายกับ ผู้ให้บริการ	3.58	3.46	0.12	3.43	3.43	0.00
อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าเพียงพอต่อ ความต้องการ	3.46	3.46	0.00	3.35	3.29	0.06
มีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย	3.24	3.35	0.11	3.18	3.10	0.08

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทสิ่งของที่ส่ง					
	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง	เอกสาร	เอกสาร/ สินค้า	ผลต่าง
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นห้องน้ำที่ สะอาด และตู้น้ำดื่มสำหรับผู้ให้บริการ	3.13	3.28	0.16	2.89	3.16	0.27
มีป้ายและสัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็น ได้เด่นชัดทั้งระยะใกล้ และระยะไกล	3.40	3.41	0.01	3.08	3.04	0.05
มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความ ต้องการของการ ใช้งานของผู้ให้บริการ	3.50	3.47	0.03	3.18	3.19	0.01
<b>ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</b>						
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกไม่ ซับซ้อนต่อผู้ให้บริการ	3.56	3.45	0.11	3.29	3.27	0.02
การตรวจสอบข้อมูลของผู้รับและผู้ส่ง อย่างถูกต้องชัดเจน	3.39	3.55	0.16	3.32	3.50	0.18
ตรวจสอบชนิด น้ำหนัก ขนาด ของ สิ่งของผู้ใช้บริการด้วยความถูกต้อง	3.50	3.57	0.07	3.35	3.51	0.16
ออกเอกสารการขนส่งอย่างถูกต้อง รวดเร็ว	3.43	3.55	0.12	3.33	3.47	0.14
ให้บริการบรรจุหีบห่อด้วยความรวดเร็ว	3.43	3.47	0.04	3.35	3.30	0.05
ขนถ่ายสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนด ถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.46	3.49	0.03	3.18	3.43	0.25
แจ้งผู้ให้บริการเมื่อหากเกิดความเสียหาย หรือขนส่งไม่ตรงเวลาของเที่ยวบินทันที	3.32	3.52	0.20	3.14	3.27	0.13

จากตารางที่ 57 พบว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึง  
พอใจ จำแนกตามประเภทของสิ่งของที่ส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจหลังรับบริการ  
น้อยกว่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการทุกปัจจัยย่อย

**ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจากการใช้บริการบริษัทนอร์ทเทิร์น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลคาร์โก้ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่**

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ และพบปัญหาในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ**

- บริษัทควรขยายการให้บริการในแต่ละจังหวัดที่มีเส้นทางการบิน และเพิ่มเที่ยวบินในการขนส่ง โดยไม่จำเป็นต้องผูกขาดเพียงการบินไทยเท่านั้น (7 ราย)
- คาร์โก้ ควรเพิ่มเที่ยวบินในการขนส่ง ภายในประเทศไทยเพื่อรองรับการขนส่งที่เพิ่มขึ้นในอนาคตที่ต้องใช้สนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งมีพื้นที่ที่กว้างขวางและการขนส่งจากสายการบินภายในประเทศไทยสู่เที่ยวบินต่างประเทศ ที่เพิ่มขึ้น (1 ราย)

**2. ด้านราคา**

- ควรปรับลดอัตราค่าขนส่ง ค่าระวาง ค่าธรรมเนียม ค่าบริการรับ-ส่ง ถึงบ้านและสถานประกอบการ ให้กับลูกค้าที่ใช้งานเป็นประจำ (3 ราย)

**3. ด้านการจัดจำหน่าย**

- เมื่อติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ต้องใช้เวลารอนาน (1 ราย)

**4. ด้านการส่งเสริมการตลาด**

- ควรมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เพื่อให้ลูกค้าแจ้งผู้รับปลายทางทราบ (1 ราย)
- ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าอย่างชัดเจนและรวดเร็ว (4 ราย)

**5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน**

- พนักงานทุกคนตั้งใจทำงานดี มีอะไรก็ช่วยเหลือกันได้ดี มีความกระตือรือร้นในการทำงาน แต่การตอบคำถามให้กับลูกค้าไม่ละเอียด และลูกค้าไม่เข้าใจ (4 ราย)

## 6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

- ควรจัดให้มีป้ายและสัญลักษณ์ให้มองเห็นชัดเจนกว่านี้ (2 ราย)
- ควรจัดช่องบริการรับ-ส่ง สินค้าเพิ่มขึ้น และจัดให้มีบริการน้ำดื่มให้แก่ลูกค้า (1 ราย)

## 7. ด้านกระบวนการ

- ขั้นตอนในการส่งของ ตราสัญลักษณ์ไม่ชัดเจน (1 ราย)
- ควรเพิ่มจำนวนพนักงานรับสินค้าให้เพียงพอกับการใช้บริการของลูกค้า (1 ราย)
- ควรปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการให้รวดเร็วขึ้น โดยที่ลูกค้าไม่ต้องรอนานเกินไป (1 ราย)
- ควรระมัดระวังการขนส่ง หรือขนย้ายสินค้าให้มีความปลอดภัยให้มากขึ้น (1 ราย)

ส่วนด้านปัญหาผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ /บริการ

- ปริมาณเที่ยวบินในการขนส่งสินค้าน้อยเกินไป (5 ราย)
- ระยะเวลาที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ (2 ราย)

### 2. ด้านราคา

- อัตราค่าบริการสูงเกินไป (1 ราย)

### 3. ด้านการจัดจำหน่าย

- ที่จอดรถไม่เพียงพอ (8 ราย)

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ไม่มีการแจ้งเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินหรือยกเลิกเที่ยวบินในการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าทราบ (1 ราย)
- การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าได้รับล่าช้า (3 ราย)

### 5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน

- พนักงานรับ-จ่ายสินค้าด้านหน้า พูดจาไม่สุภาพ และพนักงานตรวจเอกสารด้านในใช้กริยาไม่เหมาะสม (2 ราย)

### 6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

- ห้องน้ำไม่สะอาด (3 ราย)

### 7. ด้านกระบวนการ

- กระบวนการส่งสินค้าได้รับล่าช้า และไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (1 ราย)