

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ ปัญหาและข้อจำกัด

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้จำพวก ขี้เลื่อย ขี้กบ และเศษไม้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรมโรงเลื่อยในภาคกลาง โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือผู้ประกอบอุตสาหกรรมโรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 100 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55.0 และ เพศหญิงร้อยละ 45.0 ตำแหน่งผู้จัดการโรงงานร้อยละ 39.0 มีระยะเวลาดำรงตำแหน่ง 6-8 ปี ร้อยละ 41.0 ลักษณะของการจดทะเบียนนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 95.0 ลักษณะของการประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 44.0 เงินทุนจดทะเบียนของธุรกิจ ต่ำกว่า 10 ล้านบาทร้อยละ 61.0 มียอดขายต่อปี 51-100 ล้านบาท ร้อยละ 39.0 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี ร้อยละ 35.0 จำนวนพนักงานตั้งแต่ 101 - 150 คน ร้อยละ 31.0 รองลงมา มีจำนวนพนักงาน 50 - 100 คน ร้อยละ 23.0

1.2 พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม

โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัทจัดเก็บ แบบใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัทร้อยละ 85.0 มีวิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ คือ จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ร้อยละ 64.0 กำหนดวันให้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ คือ แล้วแต่จะกำหนดวัน โดยการโทรแจ้ง เวลาในการให้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ คือ เข้าได้เฉพาะเวลาเย็นร้อยละ 45.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง

ตารางที่ 37 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก	ปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย
● ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.88	ระดับมาก	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด (4.53)	- มีรถบรรทุกให้เลือกหลายขนาด (3.20)
● ปัจจัยด้านราคา	3.74	ระดับมาก	- การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ (4.45)	- การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า (3.30)
● ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.58	ระดับมาก	- การติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก (4.46)	- เรียกใช้บริการผ่าน web site (2.47)
● ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.25	ระดับปานกลาง	- การจัดหาเอกสารทางราชการเพื่อให้ทางลูกค้ายื่นต่ออายุโรงงาน (3.99)	- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ (2.83)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือ มีรถบรรทุกให้เลือกหลายขนาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือ การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ การติดต่อทาง

โทรศัพท์ ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือ การเรียกใช้บริการผ่าน web site มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายคือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ท่านพบจากการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้

ปัญหาโดยรวมที่พบจากการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.31 โดยปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ทำความสะอาดบริเวณที่เก็บเศษวัสดุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 รองลงมาคือพนักงานจัดเก็บช้าไม่ตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 และ ปล่อยให้เศษวัสดุเต็มสร้างความเดือดร้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บ

ตารางที่ 38 สรุปพฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง จำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมในการเลือกบริษัท จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการโรงงาน	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการแผนก	อื่นๆ
• การใช้บริการบริษัทจัดเก็บ	ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (100%)	ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (92%)	ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (88%)	ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (82%)	ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (61%)
(วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	การเสนอราคาซื้อจากบริษัทจัดเก็บทั่วไป(100%)	จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (86%)	จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (59%)	การเสนอราคาซื้อจากบริษัทจัดเก็บทั่วไป (46%)	จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (47%)

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลางจำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และตำแหน่งอื่น ๆ มีการใช้บริการบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ โดยใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญากับ 1 บริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100, 92.0, 88.0, 82.0 และ 61.0

ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่น ๆ ใช้วิธีค้นหาผู้จัดเก็บโดยจากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.0, 59.0 และ 47.0 ส่วนกรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการแผนก ใช้วิธีค้นหาผู้จัดเก็บจากการเสนอราคาซื้อของบริษัทจัดเก็บทั่วไป มากที่สุด ร้อยละ 100.0, 46.0

ตารางที่ 39 สรุปพฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง
จำแนกตามลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการประกอบธุรกิจ						
	โรงเลื่อยไม้	เฟอร์นิเจอร์	MDF	กรอบรูป	ของใช้ในครัว	ประตูกันน้ำต่าง	พาเลท
• การใช้บริการบริษัทจัดเก็บ	- ใช้บริการประจำ โดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (59%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (98%)	- ใช้บริการประจำ โดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (67%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (88%)	- ใช้บริการประจำ แต่ไม่เซ็นสัญญา (100%)	- ใช้บริการประจำ โดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (89%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็น สัญญากับ 1 บริษัท (100%)
(วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	- จากคำบอกเล่าและแนะนำ (59%)	- จากคำบอกเล่าและแนะนำ (82%)	- จากคำบอกเล่าและแนะนำ (67%)	- จากคำบอกเล่าและแนะนำ (44%)	- จากการเสนอราคาซื้อ (100%)	- จากคำบอกเล่าและแนะนำ (67%)	- จากการเสนอราคาซื้อ (100%)

โรงงานพาเลท โรงงานเฟอร์นิเจอร์ โรงงานประตูหน้าต่าง โรงงานกรอบรูป โรงงานเฟอร์นิเจอร์ MDF และโรงเลื่อย มีการใช้บริการบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ โดยการใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญากับ 1 บริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0, 98.0, 89.0, 88.0, 67.0, 59.0 ตามลำดับ ส่วนโรงงานเครื่องใช้ในครัว มีการใช้บริการบริษัทจัดเก็บเป็นประจำแต่ไม่เซ็นสัญญา คิดเป็นร้อยละ 100.0

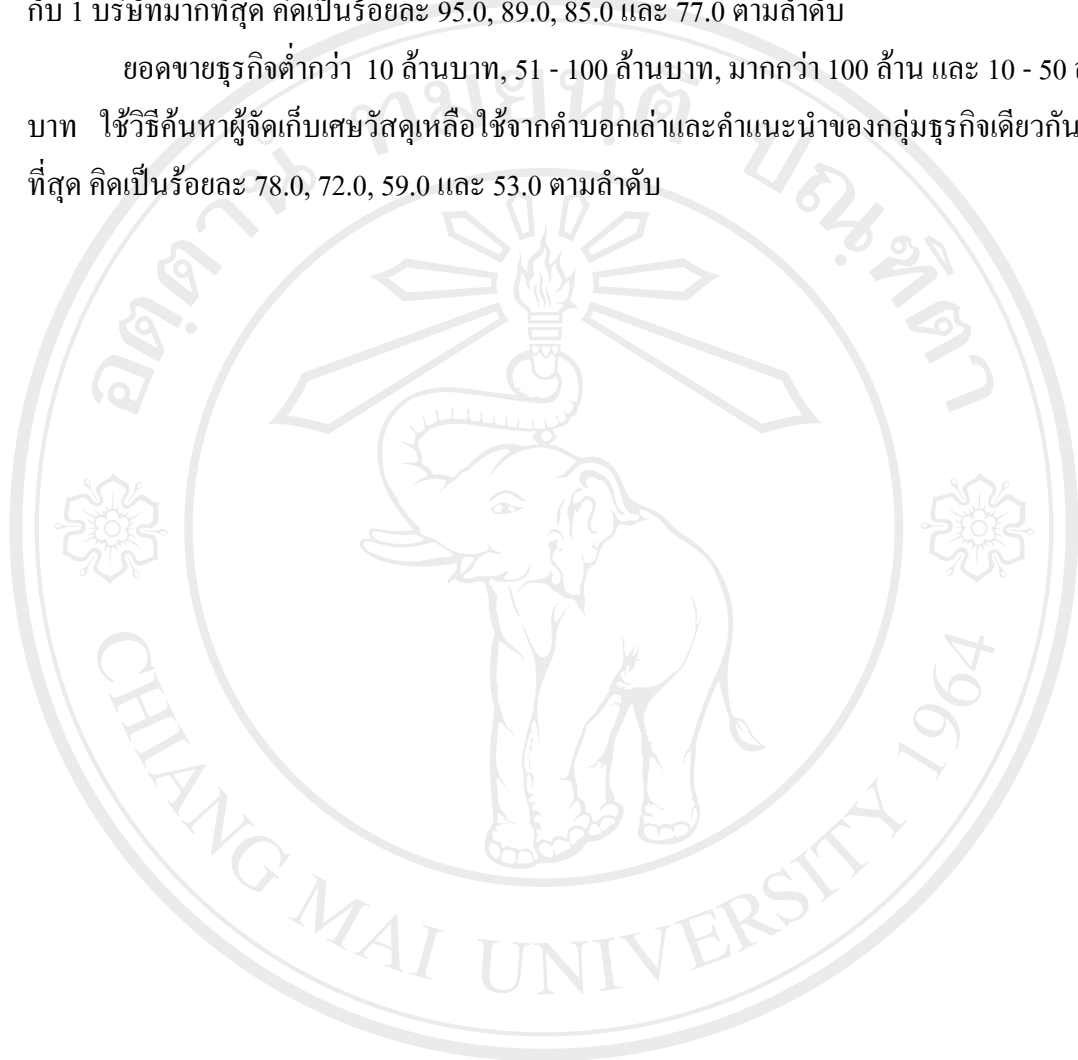
โรงงานเฟอร์นิเจอร์ โรงงานเฟอร์นิเจอร์ MDF โรงงานประตูหน้าต่าง โรงเลื่อยไม้ และโรงงานกรอบรูปใช้วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้จากจากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.0, 67.0, 67.0, 59.0 และ 44.0 ตามลำดับ ส่วนโรงงานผลิตเครื่องใช้ในครัว และ โรงงานผลิตพาเลท ใช้วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้จากการเสนอราคาซื้อของบริษัทจัดเก็บทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

ตารางที่ 40 สรุปพฤติกรรมเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง
จำแนกตามยอดขายของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมในการเลือกบริษัท จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
• การใช้บริการบริษัทจัดเก็บ	- ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (89%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (77%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (85%)	- ใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัท (95%)
• วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้	- จากคำบอกเล่าและแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (78%)	- จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (53%)	- ค้นหาจากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (72%)	- จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (59%)

ยอดขายของธุรกิจมากกว่า 100 ล้านบาท ต่ำกว่า 10 ล้านบาท, 51 - 100 ล้านบาท, 10 - 50 ล้านบาท และ มีการใช้บริการบริษัทจัดการกับเศษวัสดุเหลือใช้โดยใช้บริการประจำโดยเซ็นสัญญา กับ 1 บริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.0, 89.0, 85.0 และ 77.0 ตามลำดับ

ยอดขายธุรกิจต่ำกว่า 10 ล้านบาท, 51 - 100 ล้านบาท, มากกว่า 100 ล้านบาท และ 10 - 50 ล้านบาท ใช้วิธีค้นหาผู้จัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0, 72.0, 59.0 และ 53.0 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 41 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลางจำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการโรงงาน	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการแผนก	ตำแหน่งอื่นๆ
▪ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด(มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด (มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บได้ ทันเวลาที่กำหนด(มาก)	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด(มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บเรียบร้อย และสะอาด (มาก)
▪ ปัจจัยด้านราคา	- การกำหนดราคาสินค้าตาม น้ำหนักของสินค้า (มาก)	- การปรับราคาสินค้าตามภาวะ เศรษฐกิจ (มากที่สุด)	- การกำหนดราคาสินค้าตาม ขนาดรถ (มาก)	- การกำหนดราคาสินค้าตาม ขนาดรถ (มากที่สุด)	- การกำหนดราคาสินค้าตาม ขนาดรถ (มาก)
▪ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ สะดวก (มากที่สุด)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ สะดวก (มากที่สุด)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ สะดวก (มาก)	- การให้บริการตามคำ ร้องขอ (มาก)
▪ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	- การจัดหาเอกสารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มากที่สุด)	- การจัดหาเอกสารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจดทะเบียนเศรษฐกิจเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนประสมทางการตลาด สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด พนักงานจัดเก็บเรียบร้อย และสะอาด จำนวนรถบรรทุกที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีการประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นภายในโรงงาน การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง และระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วและทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานบัญชี พนักงานฝ่ายบุคคล และพนักงานดูแลการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด และการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานสำนักงานเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งกรรมการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามน้ำหนักสินค้า การปรับราคาสินค้าตามสถานะเศรษฐกิจ จำนวนเงินวางมัดจำ การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า การให้หักเงินประกันเมื่อทำผิดสัญญา การลดราคาเมื่อสินค้าได้ไม่เต็มจำนวน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานบัญชี พนักงานฝ่ายบุคคล และพนักงานดูแลการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก ให้บริการได้ทุกวันไม่เว้นเสาร์-อาทิตย์ ให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และการให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานบัญชี พนักงานฝ่ายบุคคล และ พนักงานดูแลการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานบัญชี พนักงานฝ่ายบุคคล และ พนักงานดูแลการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67)

ตารางที่ 42 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรมโรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง จำแนกตามลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงินจดทะเบียนบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม						
	โรงเลื่อยไม้	เฟอร์นิเจอร์	MDF	กรอบรูป	ของใช้	ประตูกุญแจต่าง	พาเลท
▪ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	- พนักงานจัดเก็บ ได้รวดเร็วทัน เวลาที่กำหนด (มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บ ได้รวดเร็วทัน เวลาที่กำหนด (มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บ ได้เรียบร้อยและ สะอาด (มาก)	- การดูแลเอาใจใส่ ของผู้บริหาร (มาก)	- พนักงานจัดเก็บได้ รวดเร็วทันเวลา (มาก)	- การดูแลเอาใจ ใส่ของผู้บริหาร (มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บ ได้รวดเร็วทัน เวลาที่กำหนด (มากที่สุด)
▪ ปัจจัยด้านราคา	- การกำหนดราคา สินค้าตามขนาด รถ (มาก)	- การกำหนดราคา สินค้าตามขนาด รถ (มากที่สุด)	- การกำหนดราคา สินค้าตามขนาด รถ (มากที่สุด)	- การปรับราคาสินค้า ตามภาวะเศรษฐกิจ (มากที่สุด)	- การกำหนดราคา สินค้าตามขนาด รถ (มาก)	- การปรับราคา สินค้าตามภาวะ เศรษฐกิจ (มาก)	- การกำหนดราคา สินค้าตามขนาด รถ (มาก)
▪ ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- การติดต่อทาง โทรศัพท์ได้ สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทร- ศัพท์ได้สะดวก (มากที่สุด)
▪ ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	- การจัดหาเอกสาร ทางราชการในการ ยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสาร ทางราชการในการ ยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสาร ทางราชการในการ ยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทาง ราชการในการยื่นต่อ อายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสาร ทางราชการในการ ยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอก- สารทางราชการ ในการยื่นต่ออายุ โรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสาร ทางราชการในการ ยื่นต่ออายุโรงงาน (ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจโรงเลื่อยไม้และแปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วและทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.59) รองลงมาคือ พนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วและทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์จาก MDF ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้เรียบร้อยและสะอาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตกรอบรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตของใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด พนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด มารยาทของพนักงานจัดเก็บ มารยาทของพนักงานขับรถ จำนวนรถบรรทุกที่เพียงพอในการให้บริการ มีรถบรรทุกให้เลือกหลายขนาด รถบรรทุกอยู่ในสภาพที่ดี มีการประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นในโรงงาน พนักงานสำนักงานให้ความสนใจในการติดต่อสอบถามและให้คำปรึกษา การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานสำนักงานเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง และระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตวงกบ ประตู หน้าต่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง และระบบการทำงานที่เป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (4.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตขาไม้รองสินค้า (พาเลท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด พนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด มารยาทของพนักงานจัดเก็บ มารยาทของพนักงานขับรถ จำนวนรถบรรทุกที่เพียงพอต่อการให้บริการ รถบรรทุกอยู่ในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจโรงเลื่อยไม้และแปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ และการปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์จาก MDF ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตกรอบรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การปรับราคาตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตของใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ การกำหนดราคาสินค้าตามน้ำหนักสินค้า การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ จำนวนเงินวางมัดจำสินค้า การจ่ายค่าสินค้าล่วงหน้า การจ่ายค่าสินค้าเงินสด ต่อเที่ยว และการลดราคาเมื่อสินค้าได้ไม่เต็มจำนวน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตวงกบ ประตู หน้าต่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตขาไม้รองสินค้า (พาเลท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ การกำหนดราคาสินค้าตามน้ำหนักสินค้า การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ การให้หักเงินประกันเมื่อทำผิดสัญญา และการลดราคาเมื่อสินค้าไม่เต็มจำนวน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจโรงเลื่อยไม้และแปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์จาก MDF ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตกรอบรูป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตของใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และการให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตวงกบ ประตู หน้าต่าง ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตขาไม้รองสินค้า (พาเลท) ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก การให้บริการได้ทุกวันไม่เว้นเสาร์-อาทิตย์ การให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (5.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจโรงเลื่อยไม้และแปรรูป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์จาก MDF ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 โดยปัจจัยย่อยที่ให้

ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน และ การมีของขวัญในโอกาสพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตกรอบรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตของใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน การเป็นผู้สนับสนุนตามบริษัทร้องขอ และการมีของขวัญในโอกาสพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับปานกลาง (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตวงกบ ประตู หน้าต่าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจผลิตขาไม้รองสินค้า (พาเลท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ การเป็นผู้สนับสนุนตามบริษัทร้องขอ และการมีของขวัญในโอกาสพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับปานกลาง (3.00)

ตารางที่ 43 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลางจำแนกตามยอดขายของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
▪ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด (มาก)	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด (มาก)	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด (มากที่สุด)	- พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด (มากที่สุด)
▪ ปัจจัยด้านราคา	- การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ (มาก)	- การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ (มาก)	- การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ (มากที่สุด)	- การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ (มาก)
▪ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก (มากที่สุด)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก (มาก)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก (มากที่สุด)	- ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก (มาก)
▪ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)	- การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน (มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.44) รองลงมาคือ พนักงานจัดเก็บได้เรียบร้อยและสะอาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด พนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก (4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด และพนักงานจัดเก็บเรียบร้อยและสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด (4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยมาก (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขาย มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.50)

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง ผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญในระดับมาก โดย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของ ทิพย์วรรณ อาจณรงค์ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2547 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถส่งรถบรรทุกตรงตามกำหนดเวลา

2. ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของ ทิพย์วรรณ อาจณรงค์ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2547 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาค่าบริการต่อเที่ยว

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การติดต่อทางโทรศัพท์ ได้สะดวก ซึ่งต่างไปจากผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของ ทิพย์วรรณ อาจณรงค์ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2547 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถส่งรถยนต์ได้ทุกแห่งตามที่บริษัทต้องการ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การจัดหาเอกสารทางราชการในการยื่นต่ออายุโรงงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อาจณรงค์ ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งโดยสารบรรทุก ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการเป็นผู้สนับสนุนงานตามที่บริษัทร้องขอ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง ผลการศึกษาได้ข้อค้นพบดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้จะมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการโรงงาน โดยส่วนมากจะดำรงตำแหน่งมาแล้ว 6-8 ปี ลักษณะการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด โดยประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์สูงสุด เงินทุนในการจดทะเบียนส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 10 ล้านบาท และมียอดขายอยู่ที่ 51-100 ล้านบาทต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี มีพนักงาน 101-150 คน

2. พฤติกรรมในการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบอุตสาหกรรม โรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ส่วนใหญ่โดยทำสัญญากับเพียง 1 บริษัทเท่านั้น วิธีการค้นหาบริษัทจัดเก็บส่วนมากได้มาจากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกัน โดยจะกำหนดวันให้เข้าจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้โดยการโทรแจ้ง และส่วนมากจะให้เข้าจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้เฉพาะเวลาเย็น

3. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดี โดยเน้นในเรื่องพนักงานจัดเก็บได้รวดเร็วทันเวลาที่กำหนด และ พนักงานจัดเก็บเรียบร้อย และสะอาดควบคู่กัน

- เรื่องรถบรรทุกไม่ว่าจะเป็นจำนวนรถบรรทุก ขนาดรถบรรทุก สภาพการใช้งานของรถบรรทุก และการมีกระบะเพื่อใส่เศษไม้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับสุดท้าย

- โรงงานประตู หน้าต่าง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง ต่างจากโรงงานอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากเท่านั้น

- โรงงานประตู หน้าต่าง และ โรงงานพาเลท (ผลิตขอรองสินค้า) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการทำงานที่เป็นมาตรฐาน ต่างจากโรงงานอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากเท่านั้น

3.2 ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ และการปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ
- การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับสุดท้าย
- โรงงานผลิตรอบรูปให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ และจำนวนเงินวางมัดจำสินค้า ต่างจากโรงงานอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากและปานกลางเท่านั้น
- โรงงานผลิตของใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุดกับการจ่ายค่าสินค้าเงินสดต่อเที่ยว และ การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า ต่างจาก โรงงานอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก และ ปานกลาง
- ธุรกิจที่มียอดขายต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมากกับการจ่ายค่าสินค้าเงินสดต่อเที่ยว การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า และการลดราคาเมื่อสินค้าได้ไม่เต็มจำนวน ต่างจาก ธุรกิจที่มียอดขายในระดับอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางเท่านั้น
- ธุรกิจที่มียอดขาย 10-50 ล้านบาท ยอดขาย 51-100 ล้านบาท และยอดขาย 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องการลดราคาเมื่อสินค้าได้ไม่เต็มจำนวน ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจที่มียอดขายต่ำกว่า 10 ล้านบาท ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับมาก

3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก
- การเรียกใช้บริการผ่านเว็บไซต์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับสุดท้าย
- โรงงานพาเลท (ผลิตขารองสินค้า) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการให้บริการทุกวันไม่เว้นเสาร์-อาทิตย์ และ การให้บริการได้ตามคำร้องขอของบริษัท ต่างจากโรงงานอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากและปานกลางเท่านั้น
- ธุรกิจที่มียอดขาย 51-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับการเรียกใช้บริการผ่านเว็บไซต์ ต่างจากธุรกิจที่มียอดขายในระดับอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดหาเอาสารทางราชการ เพื่อยื่นต่ออายุโรงงาน
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับสุดท้าย

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ท่านพบจากการเลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้

ปัญหาที่พบจากการให้บริการของบริษัทจัดเก็บ จะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับน้อย ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่จะเกิดจากการที่พนักงานจัดเก็บไม่ทำความสะอาดบริเวณที่เก็บเศษวัสดุ รองลงมาคือพนักงานจัดเก็บล่าช้าไม่ตรงเวลาที่กำหนด และ ปล่อยให้เศษวัสดุเต็มสร้างความเดือดร้อนกับทางโรงงานก่อนที่จะจัดรถเข้าจัดเก็บ

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ให้ความสำคัญกับ

- การจัดเก็บที่รวดเร็ว ทันเวลา สะอาด และเรียบร้อย รวมถึงมารยาทของพนักงาน ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรับผิดชอบในการทำงานและสร้างทักษะให้เกิดความชำนาญเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เช่น พนักงานจัดเก็บควรให้ความดูแลเรื่องความสะอาดหน้าตู้หลังจากจัดเก็บให้สะอาดเรียบร้อย และพนักงานขับรถจะต้องให้มีความระมัดระวังในการขับรถเข้าโรงงานของลูกค้า ไม่ขับรถเร็ว ไม่บีบแตรรด ในโรงงานและพนักงานทุกคนควรปฏิบัติตามกฎของโรงงานที่เข้าไปจัดเก็บอย่างเคร่งครัด
- เรื่องจำนวนรถบรรทุกที่เพียงพอในการให้บริการ มีหลายขนาดให้เลือกใช้ บริการ รถบรรทุกอยู่ในสภาพที่ดีต่อการใช้งาน และมีกระเบาะวางเพื่อจัดเก็บเศษไม้ บริษัทจะต้องมีความหลากหลายในขนาดของรถบรรทุก เช่น มีรถปิกอัพ รถ 6 ล้อเล็ก เพื่อจัดเก็บในโรงงานที่มีขนาดเล็ก เข้าออกได้สะดวก และใช้เวลาน้อยในการจัดเก็บ การให้ข้อเสนอแนะกับโรงงานที่มีพื้นที่ในการวางกระเบาะเพื่อเก็บเศษไม้ เพื่อเป็นการช่วยในการทำงานของโรงงานให้เบาลง และไม่ต้องสิ้นเปลืองด้านแรงงานและเวลาจัดเก็บ

- เรื่องการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้บริหารระดับสูง และ พนักงานสำนักงานให้ความสนใจในการติดต่อสอบถามและให้คำปรึกษา บริษัทจะต้องนำกลยุทธ์ Customer Relation Management (CRM) มาใช้ในการบริหารงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า เช่น ผู้บริหารควรออกพบลูกค้าตามโรงงานต่าง ๆ 3 เดือน/ ครั้ง มีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อทราบถึงความต้องการเรียกใช้บริการ และมี Call center เพื่อให้คำปรึกษา และติดต่อสอบถามลูกค้าถึงการให้บริการเป็นประจำ

- พนักงานสำนักงานที่เป็นผู้รับคำสั่งจากลูกค้า เพื่อทำการจัดรถเข้าจัดเก็บก่อนที่เศษวัสดุเหลือใช้เหล่านั้นจะเต็ม สร้างความเดือดร้อนให้กับลูกค้า และควรจัดรถให้ถึงโรงงานลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด เช่น หลังเลิกงาน หรือก่อนทำงานตอนเช้า เพื่อให้การส่งรถเข้าไปจัดเก็บแต่ละครั้งไม่ล่าช้า ควรมีการลงตารางงานนัดหมายไว้ล่วงหน้าก่อนคร่าว ๆ และให้มีการโทรสอบถามก่อนจะส่งรถไปรับเพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบว่า ทางบริษัทต้องการส่งรถเข้าไปรับเศษวัสดุเหลือใช้ในวันนี้ ทางลูกค้าจะตกลงหรือไม่ เพื่อไม่เป็นการรบกวนคำสั่งจากลูกค้าแล้วมีรายการคำสั่งที่พร้อมกันหลายบริษัท อาจทำให้จำนวนรถไม่เพียงพอต่อการใช้งาน

2. ด้านราคา บริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ควรให้ความสำคัญกับ

- การกำหนดราคาสินค้าตามขนาดรถ การกำหนดราคาสินค้าตามน้ำหนักสินค้า การปรับราคาสินค้าตามภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจะต้องทำการกำหนดราคาให้เป็นราคาตลาด ทั้งนี้ บริษัทจะต้องทราบข้อมูลด้านราคาจากคู่แข่ง และ ราคาตามภาวะเศรษฐกิจ เพื่อราคาซื้อจะได้ไม่ต่ำและไม่สูงเกินไป สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ บริษัทต้องนำกลยุทธ์ด้านราคาในเรื่องการลดต้นทุน (Low Cost) มาใช้ในองค์กร เพราะไม่สามารถจะกำหนดราคาได้ด้วยตัวเอง ต้องทำตามราคาของลูกค้าเสมอ

- การวางเงินวางมัดจำ การจ่ายค่าสินค้าล่วงหน้า และการให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า ในบางครั้งลูกค้าจะเสนอเงินวางมัดจำ และจ่ายค่าสินค้าล่วงหน้า เพื่อเป็นการค้าประกันสินค้าที่ทางบริษัทซื้อออกมา ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันฐานะทางการเงินของบริษัท บริษัทควรมีเงินวางมัดจำ หรือจ่ายค่าสินค้าล่วงหน้าเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งเท่านั้น และต้องดูความเหมาะสมของจำนวนเงินและสินค้าด้วยว่ามีความใกล้เคียงกันหรือไม่ ไม่ควรวางเงินมัดจำ และ จ่ายค่าสินค้าล่วงหน้าในจำนวนที่สูงเกินกว่าสินค้าที่ซื้อในแต่ละเดือน

3. ด้านการจัดจำหน่าย บริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ควรให้ความสำคัญกับ

- การติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก การจัดเก็บสินค้าได้ทุกวันไม่เว้นวันเสาร์-อาทิตย์ และ ให้บริการได้ตามคำร้องขอของลูกค้า บริษัทควรมีสายโทรศัพท์ที่ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่ติดต่อยาก ไม่รอสาหรายนานเกินไป มีคนรับโทรศัพท์ตลอดเวลาหากมีเหตุฉุกเฉินสามารถให้คำปรึกษาและประสานงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าได้ตามคำร้องขอ เช่น ยุ่งเก็บเศษวัสดุเกิดไฟไหม้ และต้องการให้ผู้จัดเก็บนำรถเข้าจัดเก็บเศษวัสดุที่เปียกน้ำจนไม่สามารถใช้งานได้ ด้วยการเป็นบริษัทที่ให้บริการ ควรทำให้ได้ตามความคาดหวังของลูกค้า พร้อมทั้งยังให้บริการได้ทุกวันไม่เว้นวันหยุดตามความต้องการที่ลูกค้าให้จัดเก็บ
- การมีสาขาให้บริการในต่างจังหวัด และการให้บริการทาง web site ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย แต่ให้ความสำคัญในด้านการรับรู้จากคำบอกเล่าและคำแนะนำของกลุ่มธุรกิจเดียวกันมากกว่า บริษัทจึงควรมีการให้บริการที่ดี สร้างความพึงพอใจเพื่อลูกค้าที่ใช้บริการอยู่จะได้มีการบอกต่อไปให้เราได้มีโอกาสในการขยายธุรกิจโดยมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด และยังไม่ควรเพิ่มสาขาในต่างจังหวัด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ควรให้ความสำคัญกับ

- การจัดหาเอกสารในการยื่นต่ออายุโรงงาน บริษัทควรจัดหาเอกสารให้พร้อมก่อนต่อสัญญากับลูกค้า ก่อนต่อสัญญาทุกครั้งควรแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า ได้จัดเตรียมเอกสารในการยื่นต่ออายุโรงงานให้แล้ว เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการดูแลและเอาใจใส่พร้อมที่จะช่วยเหลือ
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ การเป็นผู้สนับสนุนงานตามบริษัทร้องขอ และ การมีของขวัญในโอกาสพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง บริษัทควรพิจารณาตามความเหมาะสม อาจขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัท เช่น มีของขวัญให้ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ช่วยงานกีฬาประจำปี และให้ความร่วมมือกับชุมชนในกิจกรรมต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมโรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคกลาง พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 4 ปัจจัย ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษารั้งต่อไปในหัวข้อเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บ เพื่อให้ทราบความต้องการที่ชัดเจนและนำมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการ โดยละเอียด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจัดเก็บในระดับน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด น่าจะมีความจำเป็นและสำคัญต่อผู้จัดเก็บ เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการและเป็นการสร้างชื่อเสียงในอีกแนวทางหนึ่งให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษารั้งต่อไปในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดเก็บ เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดต่อไป

3. ควรศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกบริษัทจัดเก็บเศษวัสดุเหลือใช้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงเลื่อยและผลิตภัณฑ์จากไม้ในภาคอื่น ๆ ว่ามีความคิดเห็นสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง และมีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจ

4. ควรศึกษา ในเรื่องเชื้อเพลิงชีวมวล นอกจากจะนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทนแล้วสามารถนำไปทำอะไรได้อีกบ้าง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

5. ควรศึกษาว่า เชื้อเพลิงชีวมวลในรูปแบบอื่น ๆ ที่นอกเหนือจาก ขี้เลื่อย ขี้กบ เศษไม้ กะลาปาล์ม มีอะไรบ้าง และสามารถนำมาใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง