

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการส่งออกจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนตัวอย่าง 151 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผล การศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการของเป็นบริษัทจำกัด โดยมีระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี ตำแหน่งงานที่ตอบแบบสอบถามเป็นหัวหน้าแผนกจัดซื้อ ลักษณะของสินค้าส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นของประดับทำด้วยไม้ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอประเภทปลายทางที่ทำการส่งสินค้าออกจะอยู่ในประเทศแถบเอเชียเป็นหลัก รูปแบบการขนส่งจะเป็นการส่งออกทางเรือเป็นลำดับแรก และรองลงมาเป็นการส่งออกทางอากาศ ความถี่ในการส่งออกคือ 10 ครั้งต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กร

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อบัญชีพฤติกรรมการซื้อขององค์กรพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อบัญชีระหว่างบุคคลเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.11) และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.58) ตามลำดับ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านปัจจัย

สภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คืออัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน รองลงมาคือ แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน และสภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันตามลำดับ

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก วัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร รองลงมาคือกระบวนการในการปฏิบัติงาน และ โครงสร้างขององค์กรตามลำดับ

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ

มาก ในปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง รองลงมาคือ ตำแหน่ง และอำนาจในการตัดสินใจ และเงื่อนไขคุณภาพในการให้บริการตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.19) ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.12) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.08) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.95) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.85) และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การบริการด้านงานเอกสาร รองลงมาคือ มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ และมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ จัดทำใบเสนอทุกครั้งรวมถึงการแจ้งเปลี่ยนแปลงค่าบริการล่วงหน้าทุกครั้ง และอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account)

ปัจจัยช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อบริษัทตัวแทน

ฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล รองลงมาคือ ความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้าและคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons รองลงมาคือ หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหา และการใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออก

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก รองลงมาคือ ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันที่

ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า รองลงมาคือ ผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย และมียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้าไม่สูญหาย รองลงมาคือ สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบในการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ไม่ได้มาตรฐาน รองลงมาคือ วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน และเส้นทางการบิน/การเดินทางเรือมีจำกัด หรือไม่หลากหลาย

ปัจจัยราคา ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ อัตราค่า และค่าบริการทำเอกสารสูง รองลงมาคือ ไม่มีการจัดทำใบเสนอ และไม่มี การแจ้งเปลี่ยนแปลงค่าบริการล่วงหน้า และระยะเวลาในการชำระเงิน (Credit Term) สั้น

ปัจจัยช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ คลังสินค้าไม่สะอาดและไม่เพียงพอต่อการเก็บสินค้า และทางเข้าคลังสินค้าไม่สะดวก เท่ากัน รองลงมาทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าไม่สะดวกในการติดต่อ และไม่มีป้ายบอกสถานที่อย่างชัดเจน และรถบริการรับ-ส่งสินค้ามีไม่เพียงพอ เท่ากัน

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีการจัดทำรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งพิเศษ) รองลงมาคือ ไม่มีการให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons และ ไม่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออกผ่านทาง Web-Site

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ บุคลากรไม่มีติดตามและแก้ไขปัญหอย่างทันที่ทันที่ รองลงมาคือ บุคลากรไม่สามารถในแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้า และบุคลากรไม่มีความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี และบุคลากรไม่มีความกระตือรือร้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ บริษัทฯ ให้บริการไม่ได้ตามมาตรฐาน ISO9001-2000 รองลงมาคือ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าไม่ดี และชื่อเสียงด้านของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าไม่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ คือ สินค้าเสียหายเมื่อถึงปลายทาง รองลงมาคือ ไม่มียืนยันวันและเวลารับ-ส่งสินค้าเป็นลายลักษณ์อักษร และการจัดทำ / ส่งเอกสารส่งออกไม่ถูกต้องและไม่ทันเวลา

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กร จำแนกตามตำแหน่งงาน

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กร จำแนกตามตำแหน่งงาน

ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ หัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน ยกเว้นตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ผู้ประกอบการตำแหน่งกรรมการผู้จัดการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร กระบวนการปฏิบัติงาน และโครงสร้างขององค์กร

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร

ผู้ประกอบการตำแหน่งหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคือกระบวนการปฏิบัติงาน

ด้านระหว่างบุคคล ผู้ประกอบการทุกตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก หัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคืออำนาจการตัดสินใจในระดับสูง

ตารางที่ 76 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรณการซื้อขององค์กรลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรณการซื้อขององค์กร	ตำแหน่งงาน				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการแผนก	หัวหน้าแผนกจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ
สภาพแวดล้อมภายนอก	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.62: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.24: มาก)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.33: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.37: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.41: มากที่สุด)
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร กระบวนการปฏิบัติงาน และโครงสร้างขององค์กร (2.57: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.69: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.76: มาก)	กระบวนการปฏิบัติงาน (2.57: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.76: มาก)
ระหว่างบุคคล	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.57: มากที่สุด)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.45: มากที่สุด)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.73: มากที่สุด)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.00: มาก)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.75: มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 76 จากตารางพบว่าทุกตำแหน่งให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในลำดับแรกทุกด้านเหมือนกัน ยกเว้นกรรมการผู้จัดการที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ด้านกระบวนการในการปฏิบัติงาน และโครงสร้างขององค์กร เป็นลำดับแรก

All rights reserved

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายขององค์การ จำแนกตามรูปแบบกิจการ

ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการทุกรูปแบบกิจการ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน

ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์การ ผู้ประกอบการรูปแบบกิจการ เจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์การ

ผู้ประกอบการรูปแบบกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์การ และโครงสร้างขององค์การ

ผู้ประกอบการรูปแบบกิจการบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือกระบวนการในการปฏิบัติงาน

ด้านระหว่างบุคคล ผู้ประกอบการทุกรูปแบบกิจการ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคืออำนาจการตัดสินใจในระดับสูง

ตารางที่ 77 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อขององค์กรลำดับแรกจําแนกตามรูปแบบกิจการ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อขององค์กร	รูปแบบกิจการ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจํากัดจํากัด	บริษัทจํากัด
สภาพแวดล้อมภายนอก	อัตราดอกเบี้ยของประเทศและสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.42: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศและสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.52: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศและสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.31: มากที่สุด)
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.58: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และโครงสร้างขององค์กร (2.61: มาก)	กระบวนการในการปฏิบัติงาน (2.66: มาก)
ระหว่างบุคคล	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.52: มากที่สุด)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.67: มากที่สุด)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (3.52: มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 77 จากตารางพบว่าทุกรูปแบบกิจการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในทุกด้านเหมือนกัน ยกเว้นบริษัทจํากัดที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ด้านกระบวนการในการปฏิบัติงาน เป็นลำดับแรก

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายขององค์การ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก

ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการส่งออกของระดับทำด้วยไม้ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน ยกเว้นของระดับทำจากเซรามิค / ศิลาดล ให้ความสำคัญระดับมาก

ผู้ประกอบการส่งออกอาหารให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความต้องการการให้บริการของผู้ประกอบการส่งออก ยกเว้นของระดับทำด้วยกระดาษสาที่ให้ความสำคัญระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์การ ผู้ประกอบการส่งออกของระดับทำด้วยไม้ของระดับทำด้วยกระดาษสาให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์การ

ผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์การ และกระบวนการในการปฏิบัติงาน

ผู้ประกอบการส่งออกของระดับทำจากเซรามิค/ศิลาดลและอาหารให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือกระบวนการในการปฏิบัติงาน

ด้านระหว่างบุคคล ผู้ประกอบการส่งออกของระดับทำด้วยไม้ ของระดับทำด้วยกระดาษสา เสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอ และอาหารให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดคืออำนาจการตัดสินใจในระดับสูง

ผู้ประกอบการส่งออกของระดับทำจากเซรามิค/ศิลาดลให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คืออำนาจการตัดสินใจในระดับสูง และความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้า และผู้ประกอบการส่งออก

ตารางที่ 78 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อขององค์กร ลำดับแรก จำแนกตามประเภทสินค้าส่งออก

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อขององค์กร	ประเภทสินค้าที่ส่งออก				
	ของระดับทำด้วยไม้	ของระดับทำด้วยกระดาษสา	เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ	ของระดับทำจากเซรามิก / สีลาด	อาหาร
สภาพแวดล้อมภายนอก	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.51: มากที่สุด)	ความต้องการการให้บริการของผู้ประกอบการส่งออก (3.09: มาก)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.42: มากที่สุด)	อัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสภาวะการเงินในปัจจุบัน เช่นอัตราเงินเพื่อ อัตราแลกเปลี่ยน (3.17: มาก)	ความต้องการการให้บริการของผู้ประกอบการส่งออก (3.50: มากที่สุด)
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.66: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (2.64: มาก)	วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และกระบวนการในการปฏิบัติงาน (2.52: มาก)	กระบวนการในการปฏิบัติงาน (2.67: มาก)	กระบวนการในการปฏิบัติงาน (3.13: มาก)
ระหว่างบุคคล	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (2.64: มาก)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (2.64: มาก)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (2.64: มาก)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง และความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้าและผู้ประกอบการส่งออก (2.64: มาก)	อำนาจการตัดสินใจในระดับสูง (2.64: มาก)

สรุปตารางที่ 78 จากตารางพบว่าสินค้าทุกประเภทให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยลำดับแรก ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกเหมือนกันยกเว้นของระดับทำด้วยกระดาษสาและอาหารให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านความต้องการการให้บริการของผู้ประกอบการส่งออกเป็นลำดับแรก ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรสินค้าทุกประเภทให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยลำดับ

แรกเหมือนกันยกเว้นของประดับทำจากเซรามิก/ศิลาเคลและอาหารให้ความสำคัญด้านกระบวนการในการปฏิบัติงาน เป็นลำดับแรกปัจจัยด้านระหว่างบุคคลสินค้าทุกประเภทให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านอำนาจการตัดสินใจในระดับสูง ยกเว้นของประดับทำจากเซรามิก/ศิลาเคลให้ความสำคัญด้าน คืออำนาจการตัดสินใจในระดับสูง และความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้า และผู้ประกอบการส่งออก

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งงาน

6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ / บริการ ผู้ประกอบการทุกตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การบริการด้านเอกสาร

ปัจจัยราคา ผู้ประกอบการทุกตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คือสามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ทั้งทาง โทรศัพท์และทางอีเมล

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คือคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดทำรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons และการใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออกเท่ากัน

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดทำรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ประกอบการตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ บุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันทั่วทั้งที่

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ตำแหน่งผู้จัดการแผนก และเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสัมพันธ์ที่ระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก

ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ มียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย และภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามีค่าเท่ากัน

ผู้ประกอบการตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการให้บริการ และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัยมีค่าเท่ากัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการทุกตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา

ผู้ประกอบการตำแหน่งผู้จัดการแผนก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่สูญหาย

ผู้ประกอบการตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อไปถึงปลายทางมีค่าเท่ากัน

ตารางที่ 79 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งงาน ตามลำดับแรก

	ตำแหน่ง				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการแผนก	หัวหน้าแผนกจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ
ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ	การบริการด้านเอกสาร (3.43:มากที่สุด)	การบริการด้านเอกสาร (3.41:มากที่สุด)	การบริการด้านเอกสาร (3.43:มากที่สุด)	การบริการด้านเอกสาร (3.41:มากที่สุด)	การบริการด้านเอกสาร (3.59:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	กำหนดอัตรา และค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.57:มากที่สุด)	กำหนดอัตรา และค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.38:มากที่สุด)	กำหนดอัตรา และค่าบริการ ทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.48:มากที่สุด)	กำหนดอัตรา และค่าบริการ ทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.38:มากที่สุด)	กำหนดอัตรา และค่าบริการ ทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.59:มากที่สุด)
ปัจจัยช่องทางการให้บริการ	สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และอีเมล (2.95: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอ ต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้า สะดวกต่อการเข้าออก (2.93: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและ เพียงพอต่อการเก็บสินค้า สามารถติดต่อบริษัท ตัวแทนฯ ได้ทั้งทาง โทรศัพท์ และอีเมล (2.86: มาก)	สามารถติดต่อบริษัท ตัวแทนฯ ได้ทั้งทาง โทรศัพท์ และอีเมล (3.05: มาก)	สามารถติดต่อบริษัท ตัวแทนฯ ได้ทั้งทาง โทรศัพท์ และอีเมล (2.82: มาก)
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	พนักงานฝ่ายการตลาดออก พบปะลูกค้าหรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและ ข้อคิดเห็น (3.05: มาก)	พนักงานซื้อฝ่ายการตลาดออก พบปะลูกค้าหรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและ ข้อคิดเห็น (2.93: มาก)	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือ จัดรายการพิเศษให้กับลูกค้า ในช่วง Low Seasons (2.95: มาก)	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือ จัดรายการพิเศษให้กับลูกค้า ในช่วง Low Seasons (3.10: มาก)	พนักงานฝ่ายการตลาดออก พบปะลูกค้าหรือทาง โทรศัพท์เพื่อรับทราบ ปัญหาและข้อคิดเห็น (3.12: มาก)

ตารางที่ 78 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออก
ในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งงาน ตามลำดับแรก (ต่อ)

	ตำแหน่ง				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการแผนก	หัวหน้าแผนกจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ
ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.43:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.34:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.48:มากที่สุด)	ความสามารถในการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าของบุคคลกร และบุคคลกรติดตาม และแก้ไขปัญหาอย่าง ทันที (3.30:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.59: มากที่สุด)
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย (3.10: มาก)	มียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย (3.00: มาก)	มียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย (3.05: มาก)	ภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการขนส่งของ บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.08: มาก)	ภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการขนส่งของ บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย (3.06: มาก)
ด้านกระบวนการ	สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.52: มากที่สุด)	สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.38: มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย (3.48:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง (3.41:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง (3.71:มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 79 จากตารางพบว่าทุกตำแหน่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรกเหมือนกัน ยกเว้นตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการ ด้านคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า เป็นลำดับแรก ผู้จัดการแผนก และหัวหน้าแผนกจัดซื้อ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons ลำดับแรก หัวหน้าแผนกจัดซื้อให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล/พนักงานด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคคลกร และบุคคลกรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันที่ ลำดับแรก หัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

7.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ การบริการด้านงานเอกสารมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยราคา กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสมมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมลมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ พนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นมากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้
ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับ
ลูกค้าในช่วง Low Seasons มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียน
ของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับ
แรก คือ บุคลากรมีความชำนาญในการทำงานและน่าเชื่อถือ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร
ในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก มากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน
จำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง
บุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออกมากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นบริษัทจำกัดให้
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา
เฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงานและน่าเชื่อถือมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กิจการของผู้ประกอบการที่
ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัท
ตัวแทนขนส่งสินค้า มากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน
จำกัดให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ ภาพพจน์และชื่อเสียง
ด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย
มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการ กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของ
กิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก
คือ สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบให้กับผู้รับอย่างครบถ้วนมากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน
จำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ สินค้าไม่สูญหาย สินค้า
ไม่เสียหายเมื่อไปถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลามากกว่าด้านอื่น

กิจการของผู้ประกอบการที่ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการเป็นบริษัทจำกัดให้
ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือ สินค้าไม่สูญหายมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 80 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามรูปแบบกิจการ

	ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ปัจจัยผลิตภัณฑ์	การบริการด้านงานเอกสาร (3.55:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.48:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.38:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.45:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.36:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.47:มากที่สุด)
ปัจจัยช่องทางการให้บริการ	สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (3.00: มาก)	ความเพียงพอของรถรับ-ส่งสินค้า และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.97: มาก)	สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.92: มาก)
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (3.06: มาก)	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (3.00: มาก)	การให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (3.01: มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน	บุคลากรมีความชำนาญในการทำงานและน่าเชื่อถือ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.39:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.42:มากที่สุด)	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงานและน่าเชื่อถือ (3.33:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.09: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการ และผู้บรรจุสินค้าอุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย (3.09: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการ (3.01: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน (3.45:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อไปถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.45:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย (3.44:มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 80 จากตารางพบว่าทุกรูปแบบกิจการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรกเหมือนกัน ยกเว้นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดด้านให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้า ในช่วง Low Seasons เป็นลำดับแรก ปัจจัยย่อยด้านบุคคล/พนักงานด้านความสัมพันธ์ที่ระหว่างบุคลากรในบริษัทกับผู้ประกอบการส่งออก เป็นลำดับแรก ส่วนบริษัทจำกัดให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการด้านสินค้าไม่สูญหายเป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก

8.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการที่ส่งออกของระดับทำด้วยไม้ ของระดับทำด้วยกระดาษสา และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การบริการด้านงานเอกสาร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของระดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ มาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยราคา ผู้ประกอบการที่ส่งออกของระดับทำด้วยไม้ ของระดับทำด้วยกระดาษสา และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสมมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของระดับทำจากเซรามิก และอาหารให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม จัดทำใบเสนอราคาทุกครั้ง และอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไปมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม และจัดทำใบเสนอราคาทุกครั้งมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการที่ส่งออกของระดับทำด้วยไม้ และ ของระดับทำจากเซรามิก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมลมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยกระดาษทำให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมลมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก ความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า เวลาเปิดทำการของบริษัท และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมลมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยไม้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และการให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยกระดาษให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออกมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasonsมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารจากให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยไม้ ของประดับทำด้วยกระดาษ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือบุคคลากรติดตามแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารจากให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือบุคคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีความน่าเชื่อถือ บุคลิกของบุคคลากร ในทุกระดับ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก มีความเข้าใจในกฎระเบียบสากลของสายการบิน/สายเรือ ได้เป็นอย่างดี และบุคคลากรติดตามแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยไม้ เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยกระดาษสา และเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงการให้บริการของสายการบิน/สายเรือ ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์เอกสาร ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าและมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยไม้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่สูญหายมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำด้วยกระดาษสาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทางมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบให้กับผู้รับอย่างครบถ้วนมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารให้มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คือ สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลามากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 81 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ของระดับทำด้วยไม้	ของระดับทำด้วยกระดาษสา	เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ	ของระดับทำด้วยเซรามิก ศิลาดล	อาหาร
ปัจจัยผลิตภัณฑ์/ บริการ	การบริการด้านงานเอกสาร (3.45: มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.45:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.48:มากที่สุด)	มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) (3.08:มากที่สุด)	มาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) (3.50:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.51:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.41:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.39:มากที่สุด)	อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษ สำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) (4.42:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม และ จัดทำใบเสนอราคาทุกครั้ง (3.25:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการ ให้บริการ	สามารถติดต่อบริษัทฯ ตัวแทนได้ทั้งโทรศัพท์และ ทางอีเมล (2.99: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและ เพียงพอต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้าสะดวกต่อการเข้า ออก และสามารถติดต่อ บริษัทฯตัวแทนได้ทั้งทาง โทรศัพท์และทางอีเมล (2.91: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอ ต่อการเก็บสินค้า (2.94: มาก)	สามารถติดต่อบริษัทฯตัวแทน ได้ทั้งทางโทรศัพท์และทาง อีเมล (2.92: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอ ต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้า สะดวกต่อการเข้าออก ความ เพียงพอของรถบริการรับ-ส่ง สินค้า เวลาเปิดทำการของ บริษัท และสามารถติดต่อบริษัท ฯตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (3.00: มาก)

ตารางที่ 81 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก (ต่อ)

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ของประดับทำด้วยไม้	ของประดับทำด้วยกระดาษสา	เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ	ของประดับทำด้วยเซรามิค / ตีลาดล	อาหาร
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	พนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และการให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (3.03: มาก)	การใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก (2.95: มาก)	พนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (3.03: มาก)	การให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้า ในช่วง Low Seasons (3.08: มาก)	พนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (3.13: มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.43:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.23:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก (3.45:มากที่สุด)	บุคลากรติดตามแก้ไขปัญหาลักษณะอย่างทั่วถึง (3.50: มากที่สุด)	บุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีความน่าเชื่อถือ บุคลิกของบุคลากรในทุกระดับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบการส่งออก มีความเข้าใจในกฎระเบียบสากลของสายการบิน/สายเรือได้เป็นอย่างดี และบุคลากรติดตามแก้ไขปัญหาลักษณะอย่างทั่วถึง (3.38:มากที่สุด)

ตารางที่ 81 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกใน
จังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก (ต่อ)

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ของประดับทำด้วยไม้	ของประดับทำด้วย กระดาษสา	เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ	ของประดับทำด้วยเซรามิก/ศิลา ดล	อาหาร
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้าน การขนส่งของบริษัท ตัวแทนขนส่งสินค้า (3.07: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้าน การให้บริการ และมีผู้บรรจุ สินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย (2.95: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการ ขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่ง สินค้า (3.09: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการ ขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่ง สินค้าและมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย (3.00: มาก)	ชื่อเสียงการให้บริการของสาย การบิน/สายเรือ ความเป็น ระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร ภาพพจน์และชื่อเสียง ด้านการขนส่งของบริษัท ตัวแทนขนส่งสินค้า และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ ทันสมัย และปลอดภัย (3.00: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สินค้าไม่สูญหาย (3.49:มากที่สุด)	สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึง ปลายทาง และสินค้าถึงมือ ผู้รับตรงตามเวลา (3.41:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่ เสียหายเมื่อถึงปลายทาง (3.36:มากที่สุด)	สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึง ปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรง ตามเวลา และเอกสารส่งมอบ ให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน (3.58: มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่ เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และ สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.63: มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 8 จากตารางพบว่าทุกรูปแบบกิจการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยของ ส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรกเหมือนกัน ยกเว้นด้านช่องทางการให้บริการ การส่งเสริม การตลาด และปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยลำดับแรกแตกต่างกัน

ส่วนที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ ส่งออก

9.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ส่งออก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศแถบเอเชีย แถบ ยุโรป อเมริกา อเมริกาใต้ และประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านงานบริการด้านงานเอกสาร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศแถบเอเชีย แถบยุโรป อเมริกา และประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านกำหนดอัตรา ค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสมมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศแถบอเมริกาใต้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยใน ระดับมากที่สุดอัตราค่าขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไปอัตราค่าบริการขนส่งแบบพิเศษ (Premium Service) และปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าขนส่งแบบเร่งด่วน (Special Account) มากกว่าด้าน อื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศแถบเอเชีย แถบยุโรป อเมริกา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อบริษัทฯ ตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมลมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปอเมริกาใต้ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในปัจจัยย่อย ด้านทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศแถบ เอเชีย แถบยุโรป และอเมริกา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปัจจัยย่อยด้านพนักงานฝ่าย การตลาดออกพบปะลูกค้าหรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปอเมริกาใต้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากใน ปัจจัยย่อยด้านให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons มากกว่า ด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้านให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบเอเชีย ยุโรป และอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปีจ้อยด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทและผู้ประกอบการส่งออก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศอเมริกาได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปีจ้อยด้านบุคลากรมีความชำนาญและมีความน่าเชื่อถือ บุคลิกของบุคลากรทุกระดับ และความรู้ของบุคลากรที่มีต่อธุรกิจขนส่งสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร บุคลากรมีความชำนาญและมีความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทและผู้ประกอบการส่งออก มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบเอเชีย ยุโรป และอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปีจ้อยด้านภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศอเมริกาได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปีจ้อยด้านความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์เอกสารและภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้านชื่อเสียงด้านการให้บริการของสายการบิน/สายเรือ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าและมีผู้บรรจุสินค้าอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบเอเชีย และอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้านสินค้าไม่สูญหาย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบยุโรปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้าน และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลาสินค้าไม่สูญหายมากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบอเมริกาได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในปีจ้อยด้าน สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลามากกว่าด้านอื่น

ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบอื่น ๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับ
มากที่สุดในปัจจุบัน ด้าน การให้บริการจัดทำ/ส่งเอกสารส่งออกได้อย่างถูกต้อง และทันเวลา
สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสาร
ส่งออกมอบให้กับผู้รับอย่างครบถ้วนมากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 82 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกใน
จังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ส่งออก

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ประเทศแถบเอเชีย	ประเทศแถบยุโรป	ประเทศแถบอเมริกา	ประเทศแถบอเมริกาใต้	อื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	การบริการด้านงานเอกสาร (3.45:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.48:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.47:มากที่สุด)	มีรถบริการรับ-ส่งสินค้าจาก ผู้ประกอบการมายังคลังสินค้าของ บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)มาตรฐานของวัสดุ บรรจุภัณฑ์(Material) งานบริการด้านงานเอกสาร (3.50: มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.60: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสาร อย่างเหมาะสม (3.43:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.48:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำ เอกสารอย่างเหมาะสม (3.44:มากที่สุด)	อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับ สัญญาขายทั่วไป อัตราค่าบริการ ขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) (3.67: มากที่สุด)	อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษ สำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) (3.80: มากที่สุด)

ตารางที่ 82 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ส่งออก (ต่อ)

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ประเทศแถบเอเชีย	ประเทศแถบยุโรป	ประเทศแถบอเมริกา	ประเทศแถบอเมริกาใต้	อื่นๆ
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	สามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.92: มาก)	สามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.96: มาก)	สามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.96: มาก)	ทำเลที่ตั้งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า คลังสินค้าสะอาดต่อการเข้าออก และความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า (2.83: มาก)	คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า ความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า และสามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.80: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (2.99: มาก)	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (2.98: มาก)	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์ เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น (3.03: มาก)	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons และมีการจัดทำรายการพิเศษ (เช่น การกำหนดเป้าหมาย จำนวนการส่งด้วยอัตราค่าขนส่งพิเศษ) (2.83: มาก)	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (3.60: มากที่สุด)

ตารางที่ 82 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ส่งออก (ต่อ)

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ประเทศแถบเอเชีย	ประเทศแถบยุโรป	ประเทศแถบอเมริกา	ประเทศแถบอเมริกาใต้	อื่นๆ
ปัจจัยด้านบุคลากร / พนักงาน	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบ การส่งออก (3.35: มาก)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบ การส่งออก (3.39: มาก)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบ การส่งออก (4.41: มาก)	ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร บุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และนำเชือถือ บุคลิกของบุคลากรในทุกระดับ ความรู้ของบุคลากรที่มีต่อธุรกิจบริการขนส่งสินค้า และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที (3.17: มาก)	ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร บุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และนำเชือถือ และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที (3.80: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.03: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.08: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.03: มาก)	ความเป็นระเบียบในการจัดวาง อุปกรณ์ เอกสาร และภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.00: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าและมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย (3.20: มาก)

ตารางที่ 82 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรก จำแนกตามประเทศหรือทวีปที่ส่งออก (ต่อ)

	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	ประเทศแถบเอเชีย	ประเทศแถบยุโรป	ประเทศแถบอเมริกา	ประเทศแถบอเมริกาใต้	อื่นๆ
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.44: มาก)	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหาย และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.48: มาก)	สินค้าไม่สูญหาย (3.44: มาก)	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.33: มาก)	สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับสินค้าอย่างครบถ้วน (3.80: มากที่สุด)

สรุป ตารางที่ 82 จากตารางพบว่าทุกประเภทสินค้าส่งออกให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรก เหมือนกัน ยกเว้นประเทศแถบอเมริกาใต้ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยแต่ละด้านแตกต่างจากประเทศอื่น

**ส่วนที่ 10 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท
ตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบการส่งออก**

**10.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า
ของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบการส่งออก**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอากาศให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือการบริการด้านงานเอกสาร

ทางเรือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือการบริการด้านงานเอกสาร และมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material)

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกคือการบริการด้านงานเอกสารและมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์(Packaging)ให้ความสำคัญในระดับมากเท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอากาศให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม

ทางเรือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไปอัตราค่าบริการขนส่งแบบเร่งด่วน(Premium Service)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล

ทางเรือให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล

ส่วนทางรถยนต์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือ คลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

ทางเรือให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญในระดับมากปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้าหรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นและให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons เท่ากัน

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯกับผู้ประกอบการส่งออก

ทางเรือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯกับผู้ประกอบการส่งออก

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือ ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีความเชื่อถือเท่ากัน

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือ ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า

ทางเรือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าเท่ากัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือ สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง เท่ากัน รองลงมาสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน

ทางเรือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมากคือ สินค้าไม่สูญหาย รองลงมาสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลาเท่ากัน และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน

ทางรถยนต์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยลำดับแรกที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา

เท่ากัน รองลงมาสินค้าไม่สูญหายและการให้บริการจัดทำ / ส่งเอกสารส่งออกได้อย่างถูกต้องและทันเวลา ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรกจําแนกตามรูปแบบการส่งออกสินค้า

	รูปแบบการส่งออกสินค้า		
	ทางอากาศ	ทางเรือ	ทางรถยนต์
ปัจจัยผลิตภัณฑ์	การบริการด้านงานเอกสาร (3.41: มากที่สุด)	มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)มาตรฐานของวัสดุ และการบริการด้านงานเอกสาร (3.45:มากที่สุด)	การบริการด้านงานเอกสาร (3.22:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.43:มากที่สุด)	กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม (3.44:มากที่สุด)	อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไป และอัตราค่าบริการขนส่งแบบเร่งด่วน (Premium Service) (3.22:มากที่สุด)
ปัจจัยช่องทางการให้บริการ	สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.92: มาก)	สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล (2.95: มาก)	คลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก (2.94: มาก)
ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (2.97: มาก)	ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (3.01: มาก)	มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons (2.78: มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบ การส่งออก (3.34:มากที่สุด)	ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับผู้ประกอบ การส่งออก (3.36:มากที่สุด)	ความสามารถในการแก้ปัญหา โดยเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และนำเชื่อถือ (3.28:มากที่สุด)

ตารางที่ 83 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกบริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก จำแนกตามรูปแบบการส่งออกสินค้า (ต่อ)

	รูปแบบการส่งออกสินค้า		
	ทางอากาศ	ทางเรือ	ทางรถยนต์
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.02: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.06: มาก)	ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (3.06: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง (3.44:มากที่สุด)	สินค้าไม่สูญหาย (3.45:มากที่สุด)	สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา (3.39:มากที่สุด)

สรุปตารางที่ 83 จากตารางพบว่า การส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการลำดับแรกเหมือนกัน ยกเว้นทางรถยนต์ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยแตกต่างจากการขนส่งทางอากาศและทางเรือ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือด้านบุคคล ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการให้บริการ ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทร์ทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ และต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพตามลำดับ และต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการและด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับสี่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ได้แก่ การบริการด้านงานเอกสาร มาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) ซึ่งต่างจากการศึกษาของไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาส ปันศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับ จัดส่งถึงสถานประกอบการ ตู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย และมาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า ภาพพจน์และชื่อเสียงของคลังสินค้าทางอากาศ และต่างจากการศึกษาของสว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่างๆ และการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ แต่ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การบริการด้านงาน

เอกสาร เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) และมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับสามของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่สำคัญได้แก่ กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม จัดทำใบเสนอทุกครั้งรวมถึงการแจ้งเปลี่ยนแปลงค่าบริการล่วงหน้าทุกครั้งและอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปันศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการกำหนดราคาค่าบริการขนส่ง บริการชำระเงินด้วยการโอนเงิน และการแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าระวางพิเศษที่อนุมัติให้กับลูกค้าเฉพาะราย อัตราค่าระวางขนส่งในลักษณะการต่อรองเป็นรายกรณีและอัตราค่าระวางพิเศษแบบกำหนดเป้าหมายการขายโดยน้ำหนักต่อเดือนเฉพาะเส้นทาง และต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน)ท่าอากาศยานเชียงใหม่พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าเสี่ยงภัยสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การบริการดำเนินงานเอกสาร รองลงมามาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และ มาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการที่ผู้ประ

กอบการให้ความสำคัญ ได้แก่ สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล ความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้าและคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้าต่าง จากการศึกษานี้ของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการคมนาคมตัวแทนให้บริการในพื้นที่และสถานที่เก็บสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเพียงพอของภาชนะบรรจุทุกสินค้าของสายการบินเพื่อบริการให้กับบริษัทตัวแทนขายฯ สถานที่จอดบรรทุกสินค้าและความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง และ ต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไปและสินค้ามีค่าของคลังสินค้า ขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้าและสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทางFax ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน กำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสมรองลงมาจัดทำใบเสนอทุกครั้งรวมถึงการแจ้งเปลี่ยนแปลงค่าบริการล่วงหน้าทุกครั้ง และ อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากและมีความสำคัญเป็นลำดับหกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้าหรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นและการใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปั่นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการให้บริการด้านต่างๆที่ให้บริการ โฆษณาโดยการประกาศทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

ต่างจากการศึกษาของม.ร.ว.จิรัชศักดิ์ จันทรรัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การใช้ Website เสนอข้อมูลข่าวสารของสายการบิน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ การจัดทำเอกสาร วารสาร แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับตารางการบินและประเภทของบริการต่างๆที่มีและการประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวของผู้บริหารหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ของแต่ละสายการบิน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ และต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าและการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดเส้นทางใหม่ๆ ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล รองลงมาความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า และคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons รองลงมาหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และการใช้ Website เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับสองของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในบริษัทฯกับผู้ประกอบการส่งออกมีความสัมพันธ์ที่ดีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีความน่าเชื่อถือ ต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปั้นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่หัวหน้าแผนกจัดซื้อมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ หัวหน้าแผนกจัดซื้อขายและหัวหน้าแผนกจัดซื้อปฏิบัติการเต็มใจให้บริการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา และหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของ บริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความ ซำนานูของหัวหน้าแผนกจัดซื้อสายการบิน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความกระตือรือร้นของหัวหน้าแผนกจัดซื้อสายการบินในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ ความกระตือรือร้นของหัวหน้าแผนกจัดซื้อสายการบินในการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า และต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำ อากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ความ เข้าใจของหัวหน้าแผนกจัดซื้อในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบขนส่งทางอากาศ และสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความซำนานูของหัวหน้าแผนกจัดซื้อรวมถึงความสามารถใน การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทกับผู้ประกอบการส่งออก รองลงมาบุคลากรมี ความซำนานูในการทำงานและมีความเชื่อถือและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของ บุคลากร ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกบริษัท ตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับห้าของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ภาพพจน์ และชื่อเสียง ด้านการให้บริการ มีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัยและมียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปั้นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรม ไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายเป็น อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้องและไม่

เสียหาย ระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้าและให้บริการด้วยความรวดเร็วและส่งมอบสินค้าถึงลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการตามมาตรฐานสากล ISO9001 : 2000 และการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี และต่างจากการศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน ภาพพจน์และชื่อเสียงด้านการให้บริการ รองลงมาคือผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย มียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทางและสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา ซึ่งต่างจากการศึกษาของ ประภาส ปั้นศิริ (2548) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้การบริการที่เพียงพอ ไม่มีสินค้าสูญหายระหว่างการขนส่งและขั้นตอนและเงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยากชัดเจนและตรงไปตรงมา

ต่างจากการศึกษาของ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ กระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการเสนอขายบริการการจองระวางบรรทุกสินค้าและบริการเจ้าของกิจการให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ต่อบริษัทตัวแทนขายฯการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไปและสินค้ามีค่าของคลังสินค้าและต่างจาก

การศึกษาของ สว่าง มูลอินตะ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ เอกสารที่ใช้ประกอบในการ รับสินค้าเหมาะสม ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ผู้ตอบแบบถามที่ส่งออกสินค้าทางอากาศให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน สินค้าไม่สูญ หาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง เท่ากัน รองลงมาสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และ เอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของ ผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างจากรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากวรรณกรรมที่ เกี่ยวข้องได้ศึกษาในเฉพาะกลุ่ม เป็นต้นว่าศึกษาเฉพาะกลุ่มหัตถกรรมบ้านถวาย การศึกษาเฉพาะ ทางอากาศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เท่านั้น แต่การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ได้ศึกษาในภาพรวมของ การขนส่งทั้งหมด ทั้งทางเรือ ทางอากาศ และทางรถยนต์ รวมถึงพฤติกรรมการซื้อขององค์การ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของ ผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำ จากเซรามิค/ศิลาดลมีเพียง12 ราย และอาหารมีจำนวนน้อยมีเพียง8 ราย เท่านั้นถือเป็นสัดส่วนที่ น้อยมากเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ กระจาดสา เสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอ ประเทศปลายทางที่มีการส่งออกน้อยคือประเทศแถบอเมริกาใต้ และตะวันออกกลาง เมื่อเทียบกับ ประเทศแถบเอเชีย ยุโรป และอเมริกา รูปแบบการขนส่งที่ได้รับความนิยมน้อยคือการขนส่งทาง รถยนต์ เมื่อเทียบกับการขนส่งทางอากาศ และทางเรือ การส่งออกโดยมากจะส่งออกประมาณ 10 ครั้งต่อเดือน แหล่งข้อมูลที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการคือวิทยุท้องถิ่น และจาก Web-Site และเหตุผลที่ผู้ประกอบการไม่ค่อยนำมาใช้ในตัดสินใจในการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า คือมีสาขา หรือตัวแทนอยู่ที่กรุงเทพฯ และอุปกรณ์ที่ให้บริการทันสมัย เป็นต้น

ผลการศึกษาโดยรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ
ในลำดับสุดท้ายในแต่ละปัจจัย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก ดังนี้โครงสร้างของ
องค์กร(ค่าเฉลี่ย 2.52) รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย2.81) และ
ความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้ากับผู้ประกอบการส่งออก (ค่าเฉลี่ย3.11)

ลำดับ ที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของ องค์กร
3	โครงสร้างขององค์กร	2.52 ระดับมาก	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน องค์กร
2	การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การขนส่ง	2.81 ระดับมาก	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก
1	ความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่ง สินค้ากับผู้ประกอบการส่งออก	3.11 ระดับมาก	ปัจจัยระหว่างบุคคล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลการศึกษาโดยรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในลำดับสุดท้ายในแต่ละปัจจัย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก ดังนี้ การประชาสัมพันธ์หรือการเข้าร่วมกิจกรรมหรือนิทรรศการการส่งเสริมการส่งออกของหน่วยงานราชการ(ค่าเฉลี่ย 2.58) มีป้ายบอกสถานที่อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย2.68) จำนวนตู้ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย2.77) การเป็นบริษัทที่ให้บริการได้ตามมาตรฐาน ISO9001-2000 (ค่าเฉลี่ย2.79) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทตัวแทนขนส่งนำมาใช้ (ค่าเฉลี่ย2.85) มีอัตราค่าขนส่งสำหรับการขนส่งสินค้าแบบเร่งด่วน (ค่าเฉลี่ย2.86) และบุคลากรของบุคคลากรทุกระดับ (ค่าเฉลี่ย3.00)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
7	การประชาสัมพันธ์ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมหรือนิทรรศการการส่งเสริมการส่งออกของหน่วยงานราชการ	2.58 ระดับมาก	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด
6	มีป้ายบอกสถานที่อย่างชัดเจน	2.68 ระดับมาก	ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ
5	จำนวนตู้ของสินค้า	2.77 ระดับมาก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ
4	การเป็นบริษัทที่ให้บริการได้ตามมาตรฐาน ISO9001-2000	2.79 ระดับมาก	ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
3	ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่บริษัทตัวแทนขนส่งนำมาใช้	2.85 ระดับมาก	ปัจจัยด้านกระบวนการ
2	มีอัตราค่าขนส่งสำหรับการขนส่งสินค้าแบบเร่งด่วน	2.86 ระดับมาก	ปัจจัยด้านราคา
1	บุคลากรของบุคคลากรทุกระดับ	3.00 ระดับมาก	ปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน

แต่มื่อนำปัจจัยย่อยของทุกปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ทุกปัจจัยมาเรียงค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4 ลำดับขั้นแรก คือ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อขององค์กร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านระหว่างบุคคลผู้ประกอบการให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูงส่วนปัจจัยด้านกระบวนการเรื่องสินค้าไม่สูญหายสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าขององค์กร ได้แก่

ปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ขององค์กร	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ด้านระหว่างบุคคล	3.29	มาก	1
ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก	3.11	มาก	2
ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	3.03	มาก	3
ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร	2.58	มาก	4

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขององค์กรมาเรียงลำดับ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญลำดับแรกคือด้านระหว่างบุคคล รองมาด้านกระบวนการและด้านบุคคล ตามลำดับ

เมื่อจำแนก ตำแหน่งงาน รูปแบบกิจการ และประเภทสินค้าที่ส่งออก มีข้อค้นพบดังนี้

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกใน ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ประกอบการในทุกตำแหน่งให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในเรื่องอัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสถานะเงินในปัจจุบัน เช่น อัตราเงินเพื่ออัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.28) สภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.14) ความต้องการการใช้บริการของผู้ประกอบการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.09) กฎหมายและนโยบายการเมือง (ค่าเฉลี่ย 2.97) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ แต่ในตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ

ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสถานะเงินในปัจจุบัน เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสถานะเงินในปัจจุบัน เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญระดับมากเรียงลำดับดังนี้ แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.28) สภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.14) ความต้องการการใช้บริการของผู้ประกอบการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.09) กฎหมายและนโยบายการเมือง (ค่าเฉลี่ย 2.97) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยของประเทศ และสถานะเงินในปัจจุบัน เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ส่วนสินค้าประเภทของประดับทำด้วยกระดาษสา เสื้อผ้าและสิ่งทอ ของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านประเภทอาหาร ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องความต้องการการใช้บริการของผู้ประกอบการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญระดับมากเรียงลำดับดังนี้ แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.18) สภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.11) กฎหมายและนโยบายการเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการขนส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.93)ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ประกอบการในทุกตำแหน่งให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในเรื่องวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.62) กระบวนการในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 2.60) และ โครงสร้างขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.52)

จำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการในทุกกิจการให้ความสำคัญระดับที่มีค่าเฉลี่ยมากในเรื่องวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.62) กระบวนการในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 2.60) และ โครงสร้างขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.52)

จำแนกตามรูปประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่าผู้ประกอบการส่งออกในทุกประเภท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในเรื่อง กระบวนการในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 2.69) วัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.65) และ โครงสร้างขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 2.54)

ปัจจัยระหว่างบุคคล

พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยระหว่างบุคคลดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ประกอบการพบว่าทุกตำแหน่ง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการทุกกิจการ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ และอาหารให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.75) ของประดับทำด้วยกระดาษให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ส่วนของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.00) และความเข้าใจระหว่างตัวแทนขนส่งสินค้า และผู้ประกอบการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และหัวหน้าแผนกจัดซื้อ ให้ความสำคัญระดับที่มีค่าเฉลี่ยมากกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันในเรื่อง การบริการด้านงานเอกสาร เป็นอันดับแรก ยกเว้นเจ้าของกิจการ ที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด กว่าผู้ประกอบการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด ในเรื่องการบริการด้านงานเอกสารเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ ของประดับทำด้วยกระดาษ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ต่อการบริการด้านงานเอกสารเป็นอันดับแรก ส่วนของประดับทำจากเซรามิก ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อมาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ประกอบการด้านอาหาร ให้ความสำคัญระดับมาก ต่อมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดด้านมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) เป็นอันดับแรก ยกเว้นประเทศแถบเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนที่ส่งออกไปยังประเทศแถบอเมริกาใต้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่อง มีรถบริการรับ-ส่งสินค้าจากผู้ประกอบการมายังคลังสินค้าของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และการให้บริการด้านงานเอกสาร ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่าการส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในด้าน การบริการด้านงานเอกสาร มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และมาตรฐานของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และหัวหน้าแผนกจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อย เรื่องกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม เป็นอันดับแรก ยกเว้นกรรมการผู้จัดการและเจ้าของกิจการ ที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในเรื่องกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็น เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อย ในเรื่องกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม เป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ ของประดับทำด้วยกระดาษ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม ส่วนของประดับทำจากเซรามิก และอาหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากต่อกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม และอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไป

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปยังประเทศแถบอเมริกาใต้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดในเรื่องอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับสัญญาขายทั่วไป อัตราค่าบริการขนส่งแบบเร่งด่วน (Premium Service) อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) และ อัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับการขายเหมาต่อหน่วย ตามลำดับ ยกเว้นประเทศแถบเอเชีย ยุโรป อเมริกา และอื่น ๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนที่ส่งไปยังประเทศอื่น ๆ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่อง

เรื่องอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) ยกเว้นประเทศแถบเอเชีย ยุโรป อเมริกา ให้ความสำคัญในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่า การส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากใน ด้านกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสม จัดทำใบเสนอทุกครั้ง รวมถึงการแจ้งเปลี่ยนแปลงค่าบริการล่วงหน้าทุกครั้ง และอัตราค่าบริการขนส่งพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะราย (Special Account) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการ ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกรรมการผู้จัดการ หัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล ส่วนตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อย ในเรื่องคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า และคลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก ผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล ส่วนห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ และของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล ส่วนของประดับทำด้วยกระดาษให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า และคลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก เวลาเปิดทำการของบริษัทฯ และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล ส่วนสินค้าที่เป็นอาหารให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องคลังสินค้าสะอาดและเพียงพอต่อการเก็บสินค้า และคลังสินค้าสะดวกต่อการเข้าออก ความเพียงพอของรถบริการรับ-ส่งสินค้า เวลาเปิดทำการของบริษัทฯ และสามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯ ได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปทุกประเทศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านความเพียงพอของรถรับ-ส่งสินค้า คลังสินค้าสะอาด และเพียงพอต่อการเก็บสินค้า สามารถติดต่อบริษัทฯ ตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล และคลังสินค้าสะอาดสะดวกต่อการเข้าออก ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่าการส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในด้านสามารถติดต่อบริษัทฯ ตัวแทนได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางอีเมล คลังสินค้าสะอาด และเพียงพอต่อการเก็บสินค้า และความเพียงพอของรถรับ-ส่งสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยการส่งเสริมทางการตลาด ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่าตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนก และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น ส่วนหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น ส่วนบริษัทจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกพบว่าผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons สินค้าประเภทของประดับทำด้วยกระดาสาให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องการใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าว-สารที่เกี่ยวกับการส่งออก สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอ และอาหารให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น ส่วนสินค้าประเภทของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปทุกประเทศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในด้านในปัจจัยย่อยด้านให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons มีการจัดทำรายการพิเศษ (เช่นการกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราราคาค่าขนส่งพิเศษ) และมีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็นตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่า การส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญในระดับมากในด้านในปัจจัยย่อยด้านให้ส่วนลดค่าบริการหรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons มีพนักงานฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหาและข้อคิดเห็น และการใช้ Web-site เสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออกตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านบุคคล ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่า ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันที่ ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการแผนกและเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก ส่วนตำแหน่งหัวหน้าแผนกจัดซื้อให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันที่

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก ห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก ส่วนบริษัทจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร และบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือ

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกพบว่าผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ ของประดับทำด้วยกระดาษ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก ของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันที่ ส่วนอาหารให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อย

ในเรื่องบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือ บุคลิกของบุคลากรในทุกระดับ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก มีความเข้าใจในกฎระเบียบสากลของสายการบิน/สายเรือได้เป็นอย่างดี และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันทั่วทั้งที่

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปทุกประเทศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านบุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือ รองลงมา คือปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในบริษัทฯ กับ ผู้ประกอบการส่งออก และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันทั่วทั้งที่ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของบุคลากร ตามลำดับ ยกเว้นที่ส่งไปยังประเทศอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่าการส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากในปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของบุคลากร บุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน และมีน้ำเชื่อถือ และบุคลากรติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างทันทั่วทั้งที่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องมียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย ตำแหน่งผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องมียาม (Guard) รักษาความปลอดภัย และภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการให้บริการ ส่วนตำแหน่งหัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัท ตัวแทนส่งสินค้าและมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียวและบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องมียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย ส่วนห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกพบว่าผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัย

ย่อในเรื่องภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า ของระดับทำด้วยกระดาษสา และของระดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อในภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย ส่วนอาหารให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า ความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์เอกสาร ภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า และมีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปทุกประเทศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อด้านภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า มีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย และชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่าการส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยย่อด้านภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้า มีผู้บรรจุสินค้า อุปกรณ์ที่ทันสมัย และปลอดภัย และมียาม(Guard) รักษาความปลอดภัย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อด้านกระบวนการ ดังนี้

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา ตำแหน่งผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย ส่วนส่วนตำแหน่งหัวหน้าแผนกจัดซื้อ และเจ้าของกิจการให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย ห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา ส่วนบริษัทจำกัดให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออกพบว่าผู้ประกอบการที่ส่งออกลินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย ของประดับทำด้วยกระดาษสาให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา เสื้อผ้าสำเร็จรูป และสิ่งทอให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยย่อในเรื่องสินค้าไม่สูญหาย และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา

ของประดับทำจากเซรามิกให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่อง สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน ส่วนอาหารให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่อง สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา

เมื่อจำแนกตามทวีปหรือประเทศปลายทางที่ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งออกไปทุกประเทศให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านสินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง และสินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา ตามลำดับ ยกเว้นที่ส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ปัจจัยย่อยด้านการให้บริการจัดทำ / ส่งเอกสารส่งออกได้อย่างถูกต้องและทันเวลา สินค้าไม่สูญหาย สินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลา และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบการส่งออกพบว่า การส่งออกทุกรูปแบบให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยย่อยด้านสินค้าไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง สินค้าถึงมือผู้รับตรงตามเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากัน สินค้าไม่สูญหาย และเอกสารส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับอย่างครบถ้วน ตามลำดับ

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในแต่ละด้านดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก เรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ไม่ได้มาตรฐาน วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Material) ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีบริการประกันภัยสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยเรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ อัตราค่าบริการทำเอกสารสูง ไม่มีการจัดทำใบเสนอราคา และไม่มีการแจ้งเปลี่ยนค่าบริการล่วงหน้า และไม่สามารถต่อรองค่าบริการได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก เรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ ท่าเรือที่ตั้งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าไม่สะดวกในการติดต่อ คลังสินค้าไม่สะอาดและไม่เพียงพอต่อการเก็บสินค้า ทางเข้าคลังสินค้าไม่สะดวก และไม่มีตัวแทนให้บริการนอกพื้นที่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก เรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ ไม่มีการให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low

Seasons ไม่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการส่งออกผ่านทาง Web-Site และไม่มีการจัดทำรายการพิเศษ (เช่นการกำหนดเป้าหมายจำนวนการส่งด้วยอัตราราคาค่าขนส่งพิเศษ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก เรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ บุคคลากรไม่มีติดตามและแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงที บุคคลากรไม่สามารถในแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้า บุคคลากรไม่มีความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี และบุคคลากรไม่มีความกระตือรือร้นตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก เรียงตามปัญหาที่พบตามลำดับดังนี้ บริษัทฯ ให้บริการไม่ได้ตามมาตรฐาน ISO9001-2000 ชื่อเสียงด้านการขนส่งของบริษัทตัวแทนส่งสินค้าไม่ดี และภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนส่งสินค้าไม่ดี ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่ง อยู่ในระดับน้อยมาก ไม่มียื่นยันวันและเวลารับ-ส่งสินค้าเป็นลายลักษณ์อักษร สินค้าสูญหาย และสินค้าเสียหายเมื่อถึงปลายทาง ตามลำดับ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ โดยให้ความสนใจต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และปัญหาด้านต่างๆ ดังข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการบริการด้านงานเอกสารซึ่งเป็นลำดับแรก ดังนั้นบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าจึงควรให้ความสำคัญต่อการบริการด้านงานเอกสารให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ ครบถ้วนตามกฎระเบียบที่กฎหมายกำหนดไว้ และควรจัดหมวดหมู่ของเอกสารให้ง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้งมีรูปแบบการตรวจสอบเอกสารเพื่อป้องกันการผิดพลาดของเอกสาร รวมถึงการจัดส่งเอกสารต้องมีวิธีการที่สามารถจัดส่งให้ถึงมือผู้รับปลายทางทันเวลา

นอกจากนี้บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรให้ความสำคัญต่อมาตรฐานของการบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่มีลักษณะแตกหักหรือเสียหายง่าย ดังนั้นการบรรจุสินค้าควรมีวิธีการที่ทันสมัยหรือนำเทคโนโลยีที่ได้มาตรฐานมาใช้ในการบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สินค้าปลอดภัยไม่ให้เกิดความเสียหายในระหว่างการขนส่งสินค้า อีกทั้งบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าต้องใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นต้นว่าสินค้าประเภทของประดับทำด้วยไม้ เซรามิก เป็นสินค้าที่แตกหักเสียหายง่าย วัสดุและการบรรจุภัณฑ์ต้องทำอย่างระมัดระวัง เน้นในเรื่องของวัสดุกันกระแทกที่ควรทำการห่อให้แน่นหนาก่อนที่จะนำบรรจุลงกล่องหรือลังไม้ ส่วนสินค้าเสื้อผ้าและสิ่งทอ ของประดับที่ทำด้วยกระดาษ ควรบรรจุลงในกล่องที่ค่อนข้างหนาและสามารถกันความชื้นได้ดีในระดับหนึ่ง วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับสินค้าประเภทอาหารต้องเป็นวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยาต่ออาหาร เช่น ไม้ทำให้รสชาติของอาหารเปลี่ยน รูปทรงหรือสีของอาหารไม่เปลี่ยน และบริษัทควรมีบริการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบให้ครบวงจรเพื่อให้มีบริการที่สามารถตอบสนองตามความต้องการลูกค้า อีกทั้งควรเพิ่มบริการรับส่งสินค้าแบบ Door to Door, Express Service และควรมีเส้นทางการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลายช่องทาง รวมทั้งควรมีการบริการแบบครบวงจรเช่น ด้านประกันภัยสินค้า และจำนวนผู้สินค้าต้องมีให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านราคา

ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดถึงมากที่สุดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสารอย่างเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ในการกำหนดอัตราค่าบริการทำเอกสาร บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรพิจารณาถึงความเหมาะสมในด้านค่าบริการทำเอกสารโดยพิจารณาจากเงื่อนไขการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขายว่าเอกสารที่ต้องการนั้นมีความยากง่ายเพียงใด เนื่องจากการทำเอกสารส่งออกไปยังแต่ละประเทศ นั้นค่อนข้างที่จะแตกต่างกัน โดยเฉพาะทางด้านประเทศแถบตะวันออกกลางต้องมีการรับรองเอกสารจากสถานทูต ทำให้ต้องใช้เวลาในการทำเอกสาร นอกจากนี้จะพิจารณาในด้านค่าบริการทำเอกสาร แล้วอาจจะพิจารณาในเรื่องของการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้า เฉพาะราย หรือลูกค้าที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นต้นว่าการให้ส่วนลดในช่วง Low Seasons 5-10% ในกรณีที่ส่งออกในปริมาณที่มาก เช่นส่งออกทางเครื่องบิน หากส่งออกมากกว่า 1,000 กิโลกรัม อาจให้ส่วนลดค่าระวางเครื่องบิน 5-10 % ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับต้นทุนในการขาย สำหรับทางเรือ หากการส่งออกในแต่ละครั้งมีมากกว่า 3 ตู้คอนเทนเนอร์ อาจให้ส่วนลดค่าขนส่ง 5-10% ขึ้นอยู่กับปัจจัยของน้ำมัน หรือหากต้องมีการเปลี่ยนแปลงราคาค่าบริการต้องทำใบเสนอราคาต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 30 วันเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดทั้งสองฝ่าย

ด้านช่องทางการให้บริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมินส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่อง สามารถติดต่อบริษัทตัวแทนฯได้ทั้งทางโทรศัพท์และทางอีเมล ดังนั้นบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรพัฒนาในเรื่องของระบบสารสนเทศ เช่น ระบบ On-Line ระหว่างลูกค้ากับบริษัท ระบบE-Mail ,MMS,SMS ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ และคู่สายโทรศัพท์อย่างพอเพียง เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถติดต่อบริษัทได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในเรื่องของความเพียงพอของบริการรถรับ-ส่งสินค้าจากโรงงานมายังคลังเก็บสินค้า หรือท่าเรือ /สนามบินต้นทาง บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรตรวจสอบ เช็กระยะของรถรับ-ส่งสินค้าให้ตรงตามเวลา รวมทั้งควรมี Partner ไว้รองรับกรณีรถรับ-ส่งสินค้าไม่เพียงพอ ทางบริษัทสามารถเรียกใช้บริษัท Partner ได้ทันที เพื่อให้การรับ-ส่งสินค้าเป็นไปตามเวลาที่ตกลงกับทางลูกค้าไว้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการว่าสินค้าทั้งหมดถึงปลายทางตรงตามเวลาที่กำหนดและอย่างปลอดภัย ส่วนในด้านคลังสินค้าต้องสะอาด และเพียงพอต่อการเก็บสินค้า บริษัทควรมีระบบการควบคุมสินค้าเข้าออกอย่างเป็นระบบ โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารคลังสินค้าและควรมีเครื่องมือที่ทันสมัยเช่น Fork-lift Pallet เป็นต้น เพื่อให้สามารถบริหารพื้นที่การเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งบริษัทควรมีการจัดช่องทางการบริการรับ-ส่งสินค้าให้เป็นสัดส่วน รวมทั้งมีป้ายบอกอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ และในกรณีที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากควรมีห้องรับรองไว้บริการลูกค้าหรือหัวหน้าแผนกจัดซื้อขั้บรถรับ-ส่งสินค้าเพื่อนั่งรอ ส่วนในกรณีที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากบริษัทควรพิจารณาขยายระยะเวลาการให้บริการออกไปโดยอาจให้หัวหน้าแผนกจัดซื้อทำ OT เพิ่ม เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา อีกทั้งบริษัทควรมีการหาตัวแทนหรือตั้งสาขาย่อยเพิ่มในบางพื้นที่ที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทตั้งอยู่เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และควรมีการจัดทำป้ายบอกสถานที่ในบริเวณที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ส่วนลดค่าบริการ หรือจัดรายการพิเศษให้กับลูกค้าในช่วง Low Seasons บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการใช้บริการให้มากขึ้น เป็นต้นว่าการจัด โปร โมชันในการใช้บริการสำหรับการส่งออกไปยังท่าเรือ/สนามบินหลักของประเทศในแถบยุโรป หรืออเมริกา เป็นต้น หรือการปรับลดราคาค่าบริการใน

ด้านการขนส่ง เช่นการปรับลดราคาค่าทำเอกสาร5% เป็นต้น หรือใช้กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางหน่วยงานราชการเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัท ฯ หรือการโฆษณาผ่านทาง Web- Site ของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเดิม และลูกค้ารายใหม่ทราบข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยย่อยด้านมีพนักงานฝ่ายขายออกพบปะลูกค้า หรือทางโทรศัพท์เพื่อรับทราบปัญหา และข้อคิดเห็น ที่ให้ความสำคัญรองลงมา บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรมีให้แผนกฝ่ายขายออกพบปะลูกค้าเดือนละ 1 ครั้งนอกจากจะเป็นการรับทราบปัญหาแล้วยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างผู้ประกอบการและบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า

ด้านบุคคล/พนักงาน

ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากในเรื่องของความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า กับ ผู้ประกอบการส่งออก ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า กับ ผู้ประกอบการส่งออกนี้ถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการรักษาฐานกลุ่มลูกค้าเดิมให้มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หรือการความสัมพันธ์ที่ดีสำหรับผู้ประกอบการส่งออกรายใหม่เพื่อเป็นการขยายฐานไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอาจทำได้โดยการออกพบปะลูกค้าประจำเดือนละ 1 ครั้ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีในเรื่องของความชำนาญ และความน่าเชื่อถือของบุคลากรของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า การทำงานด้วยความชำนาญและมีประสิทธิภาพของบุคลากรนี้ผู้บริหารควรมีการฝึกอบรมหัวหน้าแผนกจัดซื้อในเรื่องของการทำเอกสาร การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก หรือแม้แต่การอบรมหัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายบริการไม่ว่าจะเป็นหัวหน้าแผนกจัดซื้อขี้นรถ หัวหน้าแผนกจัดซื้อฝ่ายบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการส่งออกนอกจากนี้การติดตาม และแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีก็เป็นส่วนสำคัญกล่าวคือ หากผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือหรือคำปรึกษาในเรื่องการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นด้านงานเอกสาร หรือแม้แต่การติดต่อหาสายการบิน/สายเรือ บุคลากรควรตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอย่างทันที กล่าวคือหากเอกสารด้านการส่งออกมีปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานราชการ บุคลากรของบริษัทตัวแทนส่งออกสินค้าต้องประสานกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมากในเรื่องภาพพจน์ และชื่อเสียงด้านการ

ขนส่งของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า ดังนั้นบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าควรรักษามาตรฐานการบริการให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล ISO9001-2000 โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในเรื่องของอุปกรณ์ที่ให้การให้บริการไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ด้านการให้บริการงานเอกสาร ทั้งในด้านของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้บริการด้านเอกสาร รถรับ-ส่งสินค้าควรตรวจสอบดูแลในเรื่องของการความปลอดภัย และความสะอาด

ด้านกระบวนการ

กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนมากให้ความสำคัญกับการประเมินส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่อง สินค้าไม่สูญหาย และสินค้าไม่เสียหายเมื่อไปถึงปลายทาง ดังนั้นบริษัทควรมีฝ่ายตรวจสอบในการรับสินค้าจากโรงงานของผู้ประกอบการส่งออกมายังคลังสินค้าของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า หรือท่าเรือ/สนามบิน ว่าได้มีการส่งมอบครบถ้วนหรือไม่ ภายหลังจากที่มีการตรวจสอบสินค้าและบรรจุสินค้าเรียบร้อยแล้วควรมีระบบป้องกันการเปิดหรือขโมยสินค้าระหว่างการขนส่ง เช่น มีระบบการล็อกสินค้า มีสายตะกั่วกันการเปิดสินค้า และควรมีพยานทั้งสามฝ่ายทั้งลูกค้า บริษัทตัวแทนและศุลกากรลงลายมือชื่อเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่จัดส่งไปนั้นครบถ้วนตามเอกสาร บริษัทควรมีแผนการการจัดส่งที่ชัดเจนและควรมีแผนการสำรองกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น เพื่อให้กระบวนการจัดส่งสินค้าสามารถสินค้าได้ตรงตามเวลารวมทั้งการนำเครื่องมือที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ในด้านของสื่อ และสิ่งพิมพ์ที่จะต้องสอดคล้อง และชัดเจนกับลักษณะบริการ หรือบริการพิเศษที่จัดให้แก่ผู้ประกอบการ

ส่วนใหญ่ปัญหาที่พบ ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย และน้อยมาก บริษัทฯ ควรจะมีการแก้ไขด้วย เนื่องจากอาจกลายเป็นปัญหาที่รุนแรงได้

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าของแต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกัน ได้แก่กลุ่มที่แยกตามตำแหน่งงาน รูปแบบกิจการ ประเภทสินค้าที่ส่งออก ประเทศหรือทวีปปลายทางที่ส่งออก และรูปแบบการส่งออก ดังนั้นการนำเสนอบริการขนส่งสินค้าควรพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของแต่ละกลุ่ม