

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ตอบแบบสอบถามของการศึกษานี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าธุรกิจที่เป็นร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งในย่านธุรกิจของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 304 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปผลอภิปรายผล มีข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งเจ้าของกิจการ มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีร้านค้าประเภทร้านค้าปลีกและส่ง มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป มีจำนวนพนักงาน น้อยกว่า 5 คน ใช้บริการขนส่งสินค้า 6 – 10 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 1,001 – 5,000 บาทต่อเดือน รายได้โดยเฉลี่ยของกิจการ 100,001 – 500,000 บาทต่อเดือน ลักษณะการใช้บริการเป็นแบบรับสินค้าเพียงอย่างเดียว มีเส้นทางที่ใช้บริการระหว่างจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางและกรุงเทพมหานคร มีบริษัทขนส่งที่ใช้บริการเป็นประจำ จำนวน 2 บริษัท ผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ เจ้าของกิจการ รู้จักบริษัทขนส่งสินค้าต่างๆ จากการแนะนำต่อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกจ้างธุรกิจ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกจ้างธุรกิจอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน ความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของพนักงาน และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดยาสุขภาพ

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยภายในองค์กรในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน รองลงมาคือ โครงสร้างการบริหารงาน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง การให้บริการบรรจุหีบห่อสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง การส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ ไม่เสียหาย และการรับประกันสินค้าชำรุดหรือสูญหายระหว่างการขนส่ง

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยระหว่างบุคคลในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อย เรื่องการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการออกเอกสารและจัดการข้อมูล ที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า การออกเอกสารถูกต้อง ชัดเจน และการรับ-ส่งมอบสินค้าตรงเวลา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง บริษัทขนส่งมีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับและส่งสินค้า และทำเลที่ตั้งของบริษัทขนส่งสะดวกต่อการรับและส่งสินค้า

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อย เรื่อง การชำระค่าบริการได้หลายวิธี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ อัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผล การกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน และสามารถต่อรองราคาได้

ปัจจัยสภาพแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน การแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ และภาวะเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า การจัดสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม สะดวกสบาย และความสะอาดและเป็นระเบียบของอาคารเก็บสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง การแจ้งวันหยุดทำการล่วงหน้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ
 ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย ระยะเวลาในการดำเนินงาน
 และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้า

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของ
 ลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย สรุปได้ดังนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 69 แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย

ปัจจัย	ประเภทสินค้า							
	สินค้าบริโภค อุปโภคทั่วไป	หนังสือ/ เครื่องเขียน/ อุปกรณ์การเรียน	อะไหล่/ เครื่องจักร/ เครื่องยนต์/ ชิ้นส่วนรถ	วัสดุอุปกรณ์ การเกษตร/ ปศุสัตว์	วัสดุอุปกรณ์ ก่อสร้าง	อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์/ คอมพิวเตอร์/ไฟฟ้า	เวชภัณฑ์/ เครื่องสำอาง	เฟอร์นิเจอร์/ เครื่องใช้ ในครัวเรือน
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ และบริการ	-ส่งมอบสินค้าใน สภาพสมบูรณ์ไม่ เสียหาย -ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ ของบริษัทขนส่ง	การรับประกัน สินค้าชำรุด/สูญ หายระหว่างการ ขนส่ง	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท ขนส่ง	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท ขนส่ง	ส่งมอบสินค้า ในสภาพ สมบูรณ์ไม่ เสียหาย	-ความหลากหลาย ของการให้บริการ -ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ ของบริษัทขนส่ง	ส่งมอบสินค้า ในสภาพ สมบูรณ์ไม่ เสียหาย	ส่งมอบสินค้า ในสภาพ สมบูรณ์ไม่ เสียหาย
	(4.21, มาก)	(4.34, มาก)	(4.50, มากที่สุด)	(4.05, มาก)	(4.08, มาก)	(3.92, มาก)	(4.26, มาก)	(4.21, มาก)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	การกำหนดอัตรา ค่าขนส่งไว้เป็น มาตรฐาน	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล	อัตราค่าขนส่ง สมเหตุสมผล
	(4.11, มาก)	(4.29, มาก)	(4.37, มาก)	(4.05, มาก)	(4.05, มาก)	(3.63, มาก)	(3.87, มาก)	(4.11, มาก)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย

ปัจจัย	ประเภทสินค้า							
	สินค้าบริโภคอุปโภคทั่วไป	หนังสือ/เครื่องเขียน/อุปกรณ์การเรียน	อะไหล่/เครื่องจักร/เครื่องยนต์/ชิ้นส่วนรถ	วัสดุอุปกรณ์การเกษตร/ปศุสัตว์	วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/คอมพิวเตอร์/ไฟฟ้า	เวชภัณฑ์/เครื่องสำอาง	เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ในครัวเรือน
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง -ที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้า (3.95, มาก)	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (4.08, มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการรับส่งสินค้า (4.11, มาก)	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (3.84, มาก)	ที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้า (3.79, มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการรับส่งสินค้า (3.84, มาก)	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (4.08, มาก)	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (3.71, มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.53, มาก)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.55, มาก)	การแจ้งวันหยุดทำการล่วงหน้า (3.34, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.32, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.47, ปานกลาง)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (3.26, ปานกลาง)	การแจ้งวันหยุดทำการล่วงหน้า (3.50, มาก)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.50, มาก)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย

ปัจจัย	ประเภทสินค้า							
	สินค้าบริโภคอุปโภคทั่วไป	หนังสือ/เครื่องเขียน/อุปกรณ์การเรียน	อะไหล่/เครื่องจักร/เครื่องยนต์/ชิ้นส่วนรถ	วัสดุอุปกรณ์การเกษตร/ปศุสัตว์	วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/คอมพิวเตอร์/ไฟฟ้า	เวชภัณฑ์/เครื่องสำอาง	เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ในครัวเรือน
ปัจจัยด้านบุคลากร	-ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน -พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ -พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.11, มาก)	ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของพนักงาน (4.32, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.39, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.18, มาก)	ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของพนักงาน (3.89, มาก)	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ (3.95, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.29, มาก)	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.11, มาก)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย

ปัจจัย	ประเภทสินค้า							
	สินค้าบริโภคอุปโภคทั่วไป	หนังสือ/เครื่องเขียน/อุปกรณ์การเรียน	อะไหล่/เครื่องจักร/เครื่องยนต์/ชิ้นส่วนรถ	วัสดุอุปกรณ์การเกษตร/ปศุสัตว์	วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/คอมพิวเตอร์/ไฟฟ้า	เวชภัณฑ์/เครื่องสำอาง	เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ในครัวเรือน
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การให้ความร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุด/สูญหาย (4.24, มาก)	การรับและส่งมอบสินค้าตรงเวลา (4.37, มาก)	การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน (4.58, มากที่สุด)	-การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน -การให้ความร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุด/สูญหาย (4.13, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.00, มาก)	การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน (3.89, มาก)	-การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน -ตรวจสอบสถานะสินค้าได้ว่าอยู่จุดใด (4.05, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.24, มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.97, มาก)	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า (4.03, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.89, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.68, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.68, มาก)	-บริษัทขนส่งและรถบรรทุกมีป้าย/สัญลักษณ์มองเห็นได้เด่นชัด -ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.79, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.95, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.66, มาก)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามประเภทสินค้าที่จัดจำหน่าย

ปัจจัย	ประเภทสินค้า							
	สินค้าบริโภคอุปโภคทั่วไป	หนังสือ/เครื่องเขียน/อุปกรณ์การเรียน	อะไหล่/เครื่องจักร/เครื่องยนต์/ชิ้นส่วนรถ	วัสดุอุปกรณ์การเกษตร/ปศุสัตว์	วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/คอมพิวเตอร์/ไฟฟ้า	เวชภัณฑ์/เครื่องสำอาง	เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ในครัวเรือน
ปัจจัยสภาพแวดล้อม	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.71, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (4.29, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.97, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.95, มาก)	การแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ (3.84, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.79, มาก)	การแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ (3.74, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.82, มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.08, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.21, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.00, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.95, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.11, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.68, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.00, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.03, มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.08, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.11, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.18, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.79, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.68, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.87, มาก)	คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ (3.95, มาก)	คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ (3.87, มาก)

จากตารางที่ 69 สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าบริโภครูปโภคทั่วไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง การส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ไม่เสียหาย และภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของ บริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการรับประกันสินค้าชำรุดหรือสูญหายระหว่างการขนส่งเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์เพื่อการเกษตรและปศุสัตว์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง สินค้าประเภทเวชภัณฑ์ และเครื่องสำอางและสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในครัวเรือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ไม่เสียหายเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความหลากหลายของการให้บริการและภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าขนส่งสมเหตุสมผล เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียนและ อุปกรณ์การเรียนที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐานเป็น อันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าบริโภครูปโภคทั่วไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง และที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้าเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน สินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์เพื่อการเกษตรและปศุสัตว์ สินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง และสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในครัวเรือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความสามารถในการติดต่อได้หลายช่องทางเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการรับส่งสินค้าเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องที่อยู่อาศัยที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้าเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องการให้ส่วนลดตามปริมาณ การขนส่งเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอางซึ่งให้ความสำคัญต่อการแจ้งวันหยุดทำการล่วงหน้า

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าบริโภครูปโภคทั่วไปให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน และสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงานเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ สินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง และสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอางซึ่งให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงานเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในครัวเรือนให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าบริโภครูปโภคทั่วไปให้ความสำคัญต่อยกย่องเรื่องการให้ความร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหายเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการรับและส่งมอบสินค้าตรงเวลาเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถและสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการออกเอกสารถูกต้องชัดเจนเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์เพื่อการเกษตรและปศุสัตว์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการออกเอกสารถูกต้องชัดเจน และการให้ความร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหายเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในครัวเรือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการออกเอกสารถูกต้องชัดเจนและตรวจสอบสถานะสินค้าได้ว่าอยู่ ณ จุดใดระหว่างการขนส่งเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียน และอุปกรณ์การเรียนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสมในการเคลื่อนย้ายสินค้าเป็นอันดับแรก

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องบริษัทขนส่งและรถบรรทุกมีป้ายและสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้เด่นชัดและความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าเป็นอันดับแรก

ปัจจัยสภาพแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอางที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ เป็นอันดับแรก

ปัจจัยภายในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องวัตถุประสงค์ในการบริหารงานเป็นอันดับแรก

ปัจจัยระหว่างบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสัมพันธ์อันดีกับ
บริษัทขนส่ง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง ซึ่งให้
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการเป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ปัจจัย	ระยะเวลาดำเนินกิจการ			
	น้อยกว่า 6 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	การรับประกันสินค้าชำรุด หรือสูญหายระหว่างการ ขนส่ง (4.20, มาก)	การรับประกันสินค้าชำรุด หรือสูญหายระหว่างการ ขนส่ง (4.21, มาก)	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ขนส่ง (3.97, มาก)	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ขนส่ง (4.39, มาก)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าขนส่งมีความ สมเหตุสมผล (4.16, มาก)	อัตราค่าขนส่งมีความ สมเหตุสมผล (4.09, มาก)	อัตราค่าขนส่งมีความ สมเหตุสมผล (3.75, มาก)	อัตราค่าขนส่งมีความ สมเหตุสมผล (4.16, มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	สามารถติดต่อได้หลาย ช่องทาง (3.94, มาก)	สามารถติดต่อได้หลาย ช่องทาง (3.87, มาก)	สามารถติดต่อได้หลาย ช่องทาง (3.68, มาก)	ที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้า (4.01, มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดตาม ปริมาณการขนส่ง (3.45, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตาม ปริมาณการขนส่ง (3.27, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตาม ปริมาณการขนส่ง (3.28, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตาม ปริมาณการขนส่ง (3.59, มาก)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ปัจจัย	ระยะเวลาดำเนินกิจการ			
	น้อยกว่า 6 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.17, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.07, มาก)	ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของพนักงาน (3.89, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.19, มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน (4.10, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.12, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (3.88, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.26, มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.93, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.82, มาก)	บริษัทขนส่งและรถบรรทุกมีป้ายและสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้เด่นชัด -ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.54, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.91, มาก)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ปัจจัย	ระยะเวลาดำเนินกิจการ			
	น้อยกว่า 6 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ปัจจัยสภาพแวดล้อม	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.83, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.69, มาก)	การแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ (3.91, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (4.10, มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.84, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.94, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.95, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.19, มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.03, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.70, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.85, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.01, มาก)

จากตารางที่ 70 สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินงานน้อยกว่า 6 ปี และกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินงาน 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการรับประกันสินค้าชำรุดหรือสูญหาย ระหว่างการขนส่ง เป็นอันดับแรก ส่วนกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินงาน 11 – 20 ปี และกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผลเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสามารถในการติดต่อได้หลายช่องทางเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่งเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องที่จอตกรกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้าเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการน้อยกว่า 6 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี และระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงานเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 11 – 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงานเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการน้อยกว่า 6 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการออกเอกสารถูกต้องชัดเจนเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าเป็นอันดับแรก

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 11 – 20 ปีซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องบริษัทขนส่งและรถบรรทุกมีป้ายและสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้เด่นชัด ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า

ปัจจัยสภาพแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 11 – 20 ปีซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการแข่งขันกับร้านค้าอื่นๆ เป็นอันดับแรก

ปัจจัยภายในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องวัตถุประสงค์ในการบริหารงานเป็นอันดับแรก

ปัจจัยระหว่างบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 71 แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้า

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการ			
	น้อยกว่า 1,000 บาท	1,001-5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	มากกว่า 10,000 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ไม่เสียหาย (4.08, มาก)	ความหลากหลายของการให้บริการ (4.07)	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง (4.30)	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง (4.29)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผล (3.97, มาก)	อัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผล (4.08)	การกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน (4.04)	อัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผล (4.19)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (3.70, มาก)	สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (4.01)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการรับส่งสินค้า (4.04)	ที่จอดรถกว้างขวางสะดวกต่อการรับส่งสินค้า (3.98)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.28, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.36)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.58)	การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (3.64)

ตารางที่ 71 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้า

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการ			
	น้อยกว่า 1,000 บาท	1,001-5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	มากกว่า 10,000 บาท
ปัจจัยด้านบุคลากร	-ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน -พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (3.93, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.15, มาก)	-ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน -พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดยาสุภาพ -พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (4.10, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน (4.31, มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน (4.00, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.11, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.12, มาก)	การให้ความร่วมมือกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหาย (4.40, มาก)

ตารางที่ 71 (ต่อ) แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้า

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการ			
	น้อยกว่า 1,000 บาท	1,001-5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	มากกว่า 10,000 บาท
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.71, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.84, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.90, มาก)	ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า (3.88, มาก)
ปัจจัยสภาพแวดล้อม	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.59, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (3.94, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (4.06, มาก)	การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน (4.12, มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (3.69, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.04, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.44, มาก)	วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน (4.12, มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่งเท่ากับคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ (3.78, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.91, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (3.88, มาก)	ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง (4.17, มาก)

จากตารางที่ 71 สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า น้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ไม่เสียหายเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 1,001-5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความหลากหลายของการให้บริการเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 5,001-10,000 บาทต่อเดือนและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องภาพพจน์ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผลเป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 5,001-10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้าน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 1,001-5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสามารถในการติดต่อได้หลายช่องทางเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 5,001-10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการรับส่งสินค้าเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้ามากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกต่อการรับส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่งเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้าน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 1,001-5,000 บาท ต่อเดือนและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงานเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 5,001-10,000 บาท ต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้าน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการออกเอกสารถูกต้องชัดเจนเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้า 1,001-5,000 บาท และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 5,001-10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้ามากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการให้ความร่วมมือกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหายเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าเป็นอันดับแรก

ปัจจัยสภาพแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเป็นอันดับแรก

ปัจจัยภายในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องวัตถุประสงค์ในการบริหารงานเป็นอันดับแรก

ปัจจัยระหว่างบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการขนส่งสินค้าน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่งเท่ากับคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ สินค้าชำรุดหรือสูญหายระหว่างการขนส่ง จำนวนที่ขอรถบรรทุกมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และจำนวนรถบรรทุกมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

ปัญหาด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ การไม่กำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน อัตราค่าขนส่งไม่สมเหตุสมผล และการไม่แจ้งการประเมินอัตราค่าขนส่งล่วงหน้า

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ บริษัทขนส่งมีสาขาน้อย การติดต่อสื่อสารกับบริษัทขนส่งไม่สะดวก และทำเลที่ตั้งของบริษัทขนส่งไม่สะดวกต่อการรับส่งสินค้า

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ การไม่มีส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง การไม่โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการไม่แจกของขวัญให้แก่ลูกค้าเนื่องในโอกาสพิเศษ

ปัญหาด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากรใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ พูดจาไม่สุภาพ และพนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ การจัดส่งล่าช้า รับและส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา และการติดต่อประสานงานล่าช้า ชับซ้อน

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพใน 3 ลำดับแรก เรียงลำดับดังนี้ คือ รถบรรทุกสภาพเก่า ทรุดโทรม พนักงานไม่มีเครื่องแบบและแต่งกายไม่สุภาพ และไม่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ แนวคิดพฤติกรรมตลาดองค์กร และแนวคิดประสิทธิภาพในการจัดการขนส่ง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุณีย์ เตชประสพชัย (2549) ซึ่งศึกษาปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศจีน และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นปัจจัยแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นปัจจัยแรก คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารรถบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่ง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุณีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การส่งสินค้าถึงที่หมายตามเวลาที่กำหนด ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของเกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การส่งมอบสินค้าในสภาพสมบูรณ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การส่งสินค้าในสภาพสมบูรณ์ ไม่เสียหาย รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ บริการรับและส่งสินค้าถึงที่

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ อัตราค่าขนส่ง มีความสมเหตุสมผล สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของเกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ อัตราค่าบริการที่เหมาะสม และ

สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การกำหนดอัตราค่าขนส่ง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การแจ้งค่าขนส่งอย่างชัดเจนเป็นเอกสาร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การส่งรถยนต์ได้ทุกแห่งตามที่บริษัทต้องการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สายเคเบิล/ตัวแทนมีเครือข่ายที่กว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การมีตัวแทนให้บริการในพื้นที่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การให้ส่วนลดเพื่อจูงใจตามปริมาณการขนส่ง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การเป็นผู้สนับสนุนงานตามที่บริษัทร้องขอ

ปัจจัยด้านบุคลากร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงาน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความชำนาญของพนักงาน และความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว

(2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อาจณรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การบริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การติดต่อประสานงาน สะดวกรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดหรือความเสียหายจากการขนส่ง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เป็นสายการบินเร็ว/ตัวแทนที่มีความน่าเชื่อถือและมั่นคง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลา สินค้าไม่เสียหาย

ปัจจัยสภาพแวดล้อม จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันและแก๊ส สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อาจณรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน

ปัจจัยภายในองค์กร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในองค์กรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ วัตถุประสงค์ในการบริหารงาน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์วรรณ อาจณรงค์ (2547) ที่

พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็ว

ปัจจัยระหว่างบุคคล จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยระหว่างบุคคลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของเกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้บริหารของบริษัทขนส่ง และสอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของดวงสมร ดวงแก้ว (2550) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสัมพันธ์กับบริษัทขนส่งสินค้า แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาศึกษาของทิพย์วรรณ อาจนรงค์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ข้อค้นพบดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นผู้รับสินค้าเพียงอย่างเดียว จากผู้ส่งสินค้าต้นทางซึ่งอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่ภาคใต้ และมีบริษัทขนส่งสินค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ 2 บริษัท รองลงมาคือ 3 – 5 บริษัท นั้นหมายถึงผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงบริษัทขนส่งที่ใช้บริการมากกว่าการใช้บริการจากบริษัทขนส่งเพียงบริษัทเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดตั้งกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งโดยปกติมักเป็นผู้บริหารกิจการเอง จึงเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักธุรกิจขนส่งต่างๆ เนื่องจากรู้จักกับเจ้าของธุรกิจเป็นการส่วนตัวถึง 21 ราย รองลงมาจากการได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยเรื่องภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งมากที่สุด เนื่องจากมูลค่าของสินค้าค่อนข้างสูง จึงต้องการความน่าเชื่อถือในการเก็บรักษาสินค้าจนถึงมือของลูกค้าได้อย่างปลอดภัยมากกว่าผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่น

กิจการที่มีระยะเวลาดำเนินงานนาน ยิ่งให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากยิ่งขึ้น โดยกิจการที่เพิ่งเปิดดำเนินงานให้ความสำคัญต่อการรับประกันสินค้าชำรุดหรือสูญหายเป็นอันดับแรก ส่วนกิจการที่เปิดดำเนินงานมานานและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการ

ขนส่งสินค้าค่อนข้างสูง ให้ความสำคัญต่อภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียน และอุปกรณ์การเรียนให้ความสำคัญกับการกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐานเป็นอันดับแรก แตกต่างจากผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่น และกิจการที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้าสูง จะให้ความสำคัญต่ออัตราค่าขนส่งที่สมเหตุสมผลมากกว่ากิจการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกต่อการรับส่งสินค้า ส่วนผู้จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ให้ความสำคัญกับที่จอดรถสะดวกต่อการรับและส่งสินค้า มากกว่าผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง ให้ความสำคัญกับการแจ้งวันหยุดล่วงหน้ามากกว่าผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ ให้ความสำคัญต่อความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงานมากกว่าผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ เมื่อพิจารณาตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในการใช้บริการขนส่งสินค้า พบว่า กิจการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการขนส่งมาก จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ และกิจการที่มีระยะดำเนินงานน้อยกว่า 6 ปี ให้ความสำคัญกับการออกเอกสารถูกต้อง ชัดเจน ต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ กิจการที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อการให้ความร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหายมากกว่าปัจจัยย่อยอื่นๆ

ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการออกเอกสารและจัดการข้อมูล ผู้จำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทหนังสือ เครื่องเขียน และอุปกรณ์การเรียน ให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า แตกต่างจากผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง และผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง ให้ความสำคัญกับการแข่งขันระหว่างร้านค้าแตกต่างจากผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน และเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่า กิจกรรมที่เพิ่งเปิดดำเนินงานให้ความสำคัญกับปัจจัยสภาพแวดล้อม มากกว่ากิจกรรมที่เปิดดำเนินงานมานาน

ปัจจัยภายในองค์กร

กิจกรรมที่มีระยะเวลาดำเนินงานนาน และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสูงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยภายในองค์กรมากกว่ากิจกรรมที่เพิ่งเปิดดำเนินงาน และกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำ

ปัจจัยระหว่างบุคคล

ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง และผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในครัวเรือน ให้ความสำคัญต่อคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ แตกต่างจากผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นที่ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทขนส่ง

ตารางที่ 72 แสดงปัจจัยอันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ		ปัญหาที่พบ จากการใช้บริการ
	ปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ปัญหาที่สอดคล้อง กับปัจจัยย่อย	ปัญหาที่พบ มากที่สุด
1) ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ (3.85, มาก)	ภาพพจน์ ชื่อเสียง และ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ขนส่ง (4.13, มาก)	บริษัทขนส่งขาดความ น่าเชื่อถือ (15.46%)	สินค้าชำรุด/สูญหาย ระหว่างการขนส่ง (44.41%)
2) ด้านราคา (3.69, มาก)	อัตราค่าขนส่งมีความ สมเหตุสมผล (4.06, มาก)	อัตราค่าขนส่งไม่ สมเหตุสมผล (40.46%)	ไม่กำหนดอัตราค่าขนส่ง ไว้เป็นมาตรฐาน (47.04%)
3) ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย (3.77, มาก)	สามารถติดต่อได้หลาย ช่องทาง (3.86, มาก)	การติดต่อสื่อสารกับ บริษัทขนส่งไม่สะดวก (22.04%)	บริษัทขนส่งมีสาขาน้อย (23.03%)
4) ด้านการส่งเสริม การตลาด (2.98, ปานกลาง)	การให้ส่วนลดตามปริมาณ การขนส่ง (3.42, ปานกลาง)	ไม่มีส่วนลดตามปริมาณ การขนส่ง (28.29%)	ไม่มีส่วนลดตามปริมาณ การขนส่ง (28.29%)
5) ด้านบุคลากร (3.93, มาก)	ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือ ของพนักงาน (4.08, มาก)	พนักงานขาดความซื่อสัตย์ และน่าเชื่อถือ (13.82%)	พนักงานขาดความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ (27.63%)
6) ด้านกระบวนการ ให้บริการ (3.81, มาก)	ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.10, มาก)	การจัดส่งล่าช้า (39.47%)	การจัดส่งล่าช้า (39.47%)
7) ด้านลักษณะทาง กายภาพ (3.53, มาก)	ความปลอดภัยของอาคาร เก็บสินค้า (3.82, มาก)	อาคารเก็บสินค้าไม่ ปลอดภัย (6.58%)	รถบรรทุกสภาพเก่า ทรุด โทรม (27.63%)

จากตารางที่ 72 มีข้อค้นพบดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ บริษัทขนส่งขาดความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 15.46) และปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ สินค้าชำรุด/สูญหายระหว่างการขนส่ง (ร้อยละ 44.41)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง อัตราค่าขนส่งมีความสมเหตุสมผลเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ อัตราค่าขนส่งไม่สมเหตุสมผล (ร้อยละ 40.46) และปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ ไม่กำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน (ร้อยละ 47.04)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความสามารถในการติดต่อได้หลายช่องทางเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ อัตราค่าขนส่งไม่สมเหตุสมผล (ร้อยละ 22.04) และปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ บริษัทขนส่งมีสาขาน้อย (ร้อยละ 23.03)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง การให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่งเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ การไม่มีส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง (ร้อยละ 28.29) ซึ่งปัญหาดังกล่าวพบได้มากที่สุดจากการใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือของพนักงานเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ พนักงานขาดความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 13.82) และปัญหาที่พบบมากที่สุด คือ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ร้อยละ 27.63)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความรวดเร็วในการจัดส่งเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ การจัดส่งล่าช้า (ร้อยละ 39.47) ซึ่งปัญหาดังกล่าวพบได้มากที่สุดจากการใช้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยพบว่า ปัญหาที่สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว คือ อาคารเก็บสินค้าไม่ปลอดภัย (ร้อยละ 6.58) และปัญหาที่พบมากที่สุดคือ รถบรรทุกสภาพเก่า ทรุดโทรม (ร้อยละ 27.63)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของลูกค้าธุรกิจในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้า ในการวางแผนดำเนินงานและผู้สนใจทั่วไปดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ประกอบการขนส่งควรสร้างภาพพจน์ ชื่อเสียง และสร้างความน่าเชื่อถือให้บริษัทขนส่ง ด้วยการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค อาทิ การประชาสัมพันธ์ถึงบริการและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ หรือ ป้ายโฆษณาต่างๆ และการสร้างเอกลักษณ์แสดงจุดเด่นของบริษัทด้วยการเลือกใช้สี โลโก้ หรือเครื่องหมายของพนักงานที่เหมือนกันเพื่อให้เกิดการรับรู้ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยตรง โดยเฉพาะผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์และชิ้นส่วนรถที่ให้ความสำคัญต่อภาพพจน์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทขนส่งมากที่สุด

จากปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด คือ สินค้าชำรุดหรือสูญหายระหว่างการขนส่ง ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนระหว่างขนส่ง ตั้งแต่การจัดวางสินค้าในรถบรรทุก การจัดวางสินค้าในคลังเก็บสินค้า รวมถึงการเคลื่อนย้าย โดยการเพิ่มความระมัดระวังเป็นพิเศษต่อสินค้าที่ชำรุดเสียหายง่าย การจัดวางควรแยกออกจากสินค้าปกติ ใช้การบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการสามารถนำมาตรฐานสากล เช่นระบบการบริหารจัดการด้านคุณภาพ ISO 9001:2000 มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อเน้นย้ำถึงระบบการบริหารจัดการด้านคุณภาพที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นในการป้องกันมลพิษ (Prevention of Pollution) ก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจในการลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ พลังงาน และการบำบัดมลพิษ ซึ่งการดำเนินงานภายใต้มาตรฐานเหล่านี้

สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุด พร้อมแสดงความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม
นำไปสู่การบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านราคา

การกำหนดอัตราค่าขนส่งควรมีความสมเหตุสมผล และกำหนดไว้เป็นมาตรฐาน โดยการพิจารณาลักษณะทางกายภาพของสินค้า เช่น ปริมาตร ความหนาแน่น มูลค่าของสินค้า ความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย ความสามารถในการจัดเรียงสินค้า การจำกัดเวลา และความยากง่ายต่อการชำรุดเสียหาย เนื่องจากบริษัทขนส่งหลายแห่งกำหนดอัตราค่าขนส่งเป็นขั้น หรือพิจารณาขนาดเพียงอย่างเดียว อาจทำให้อัตราค่าขนส่งไม่สมเหตุสมผล และเมื่อไม่มีการกำหนดอัตราค่าขนส่งไว้เป็นมาตรฐาน ลูกค้าอาจชำระค่าขนส่งในแต่ละครั้งแตกต่างกัน แม้จะเป็นสินค้าชนิดเดียวกัน เกิดความสับสนตามมาได้ นอกจากนี้ หากผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับอัตราค่าขนส่ง ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า โดยจัดทำเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษร การโทรศัพท์ หรือวิธีอื่นๆ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การติดต่อประสานงานกับบริษัทขนส่งควรติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ ควรมีหลายคู่สาย และใช้การติดต่อผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และคล่องตัวในการสื่อสาร

หากผู้ประกอบการขนส่งให้บริการลูกค้าซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าต่อไปนี้ คือ สินค้าประเภทอะไหล่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนรถ สินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ควรกำหนดทำเลที่ตั้งและที่จอดรถของบริษัทให้มีความสะดวกต่อการรับส่งสินค้า

จากปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด คือ บริษัทขนส่งมีจำนวนสาขาน้อย ทางผู้ประกอบการขนส่งควรเพิ่มจุดรับ-ส่งสินค้าเพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่บริการ โดยเลือกทำเลที่ตั้งซึ่งสามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเชิงต้นทุนต่ำสุด โดยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเขตที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจเป็นจำนวนมาก และเส้นทางการคมนาคมขนส่งสะดวก และเพิ่มการบริการรับ-ส่งสินค้าถึงกิจการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการขนส่งควรใช้การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่งแก่ลูกค้าประจำหรือลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งอาจใช้บริการขนส่งสินค้าครั้งละไม่มาก แต่บ่อยครั้ง หรือใช้บริการส่งสินค้าแต่ละครั้งในปริมาณมาก เพื่อจูงใจให้เกิดการใช้บริการมากยิ่งขึ้น และแจ้งวันหยุดทำการล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าวางแผนการส่งสินค้าจากผู้ส่งสินค้าต้นทางได้อย่างเหมาะสม

ปัจจัยด้านการบุคลากร

ผู้ประกอบการขนส่งควรให้ความสำคัญต่อการสรรหาพนักงานและการฝึกอบรมพนักงานให้มีคุณสมบัติในการให้บริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ โดยตระหนักถึงความซื่อสัตย์สุจริต ความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ และการให้บริการลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น ซึ่งเป็นปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด นอกจากนี้พนักงานควรมีความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร สามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าได้ หากลูกค้าพบปัญหาจากการบริการของพนักงาน สามารถร้องเรียนต่อผู้บริหารได้โดยตรง เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการขนส่งจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการให้บริการ โดยคำนึงถึงความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญและเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานต้องสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ตั้งแต่การรับสินค้า มีการตรวจสอบ นับจำนวนสินค้า ตรวจสอบรายละเอียดของผู้ส่งและผู้รับ การออกเอกสารถูกต้องชัดเจน การจัดเรียงสินค้าเหมาะสม เรียงลำดับการจัดส่งตามเส้นทางได้อย่างถูกต้อง กำหนดเวลาเดินทางไว้อย่างชัดเจน เพื่อการขนส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา การติดต่อระหว่างสำนักงานกับฝ่ายจัดส่งสินค้าสามารถติดต่อได้ง่าย อาจใช้เทคโนโลยีในการติดตามสถานะของรถบรรทุก เช่นระบบติดตามพาหนะซึ่งสามารถติดตามที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ได้ด้วยระบบ GPS (Global Positioning System) ซึ่งมีประโยชน์หลายด้าน เช่น การทราบสถานะของสินค้าว่าอยู่ ณ จุดใดระหว่างการขนส่ง ความปลอดภัยของรถบรรทุก สินค้า และพนักงานขับรถ สามารถกำหนดระยะเวลาในการจัดส่งได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น การใช้ป้าย RFID (การระบุลักษณะด้วยคลื่นความถี่วิทยุ) และบาร์โค้ดในการติดตามสินค้าตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียนสินค้าโดยระบุผู้ส่ง ผู้รับ สถานที่ปลายทาง แล้วทำการสแกนบาร์โค้ดอีกครั้งเมื่อจัดการนำสินค้าขึ้นหรือลงจากรถ เพื่อแจ้งสถานะสินค้าว่าสินค้าออกจากจุดรับสินค้าและถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย ซึ่งการทำงานในแต่ละขั้นตอนควรจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อให้แน่ใจในประสิทธิภาพที่ต่อเนื่องของระบบปฏิบัติงาน หากพบปัญหาในกระบวนการบริการขั้นตอนใด สามารถแก้ไขปรับปรุงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญร่วมมือในกรณีสินค้าชำรุดหรือสูญหายโดยสามารถลดความเสี่ยงต่อการเกิดความเสียหายแก่สินค้าด้วยการทำประกันภัยสินค้าที่บรรทุก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ประกอบการขนส่งควรให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้า โดยการจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ใช้โทรทัศน์วงจรปิดในบริเวณสำนักงานและอาคารเก็บ

สินค้า สัญญาเตือนภัยผู้บริโภค และอาจจ้างเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงของแต่ละกิจการ

ส่วนความปลอดภัยภายในอาคารเก็บสินค้า ควรจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุจากการขนถ่ายสินค้า และความเสียหายที่อาจเกิดกับตัวสินค้า ดังนี้คือ

การให้แสงสว่างในอาคารเก็บสินค้าต้องเพียงพอ สินค้าบางชนิดห้ามโดนแสงแดด ทางผู้ประกอบการต้องจัดพื้นที่รองรับสินค้าประเภทนี้ด้วย

การให้ความระมัดระวังเมื่อต้องเคลื่อนย้ายยานพาหนะ หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ

โครงสร้างของอาคารเก็บสินค้าต้องมีความมั่นคง แข็งแรง ถ่ายเทอากาศได้ดี ใช้พื้นที่ราบในการจัดวางสินค้า

การจัดวางสินค้าต้องเป็นระเบียบ หากใช้ชั้นวางแพลเล็ต ควรใช้แพลเล็ตที่มีความมั่นคง แข็งแรง วางซ้อนกันอย่างเป็นระเบียบ เหมาะสมกับลักษณะสินค้าเพื่อลดความเสี่ยงจากการพังทลายของชั้นวาง

การติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยต่างๆ ในสภาพพร้อมใช้งาน เช่น อุปกรณ์ดับเพลิง โดยพนักงานต้องเรียนรู้วิธีการใช้งานที่ถูกต้อง เพื่อเตรียมพร้อมหากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน

นอกจากความปลอดภัยของอาคารเก็บสินค้าแล้ว ผู้ประกอบการขนส่งต้องหมั่นตรวจสอบและซ่อมแซมรถบรรทุกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานเสมอ เพื่อลดปัญหาหารถเสียระหว่างขนส่ง นอกจากนี้ควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า เช่น แพลเล็ต รถยก สายพานลำเลียง และเครน เพื่อให้การเคลื่อนย้ายสินค้าสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น