

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสอบถาม ผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 50 ราย โดยการใช้การเลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ซึ่งผล การศึกษามีดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- 4.4 ผลการวิเคราะห์และทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

##### 4.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	44	88
หญิง	6	12
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย เป็นเพศชาย 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 และเป็นเพศหญิง 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12

#### 4.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	5	10
26-35 ปี	38	76
36-50 ปี	6	12
มากกว่า 50ปี	1	2
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย ช่วงอายุ 26-35 ปี มีการบริการมากที่สุด มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาอันดับสองคือ ช่วงอายุระหว่าง 35-50 ปี มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 อันดับสามคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสี่คือ ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2

#### 4.1.3 รูปแบบการซื้อสินค้า

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกรูปแบบการซื้อสินค้า

รูปแบบการซื้อสินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยว	3	6
นักธุรกิจ	47	94
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเข้ามาซื้อสินค้าในหมู่บ้านถวาย ในรูปแบบของนักธุรกิจ กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย เป็นผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าในรูปแบบของนักธุรกิจ จำนวน

47 ราย คิดเป็นร้อยละ 94 และเข้ามาซื้อสินค้าในรูปแบบของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6

#### 4.1.4 การใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

การให้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคย	47	94
ไม่เคย	3	6
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 94 และ ผู้ที่ไม่เคยใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6

#### 4.1.5 จุดหมายปลายทางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของจุดหมายปลายทางในการขนส่งสินค้า

จุดหมายปลายทาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ทวีปอเมริกา	5	10
ทวีปแอฟริกา	1	2
ทวีปยุโรป	33	66
ทวีปเอเชีย	7	14
ทวีปออสเตรเลีย	4	8
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จุดหมายปลายทางในการขนส่งคือ ทวีปยุโรป กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ราย โดยจุดหมายปลายทางในการขนส่งสินค้าคือทวีปยุโรปมากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาอันดับสอง คือทวีปเอเชีย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 14

อันดับสาม คือทวีปอเมริกา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสี่ คือทวีปออสเตรเลียจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 8 อันดับห้า คือทวีปแอฟริกา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2

#### 4.1.6 ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	7	14
1-5 ปี	36	72
6-10 ปี	5	10
มากกว่า 10 ปี	2	4
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในมาแล้ว 1-5 ปี กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่าง 50 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว 1-5 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาอันดับสองเป็นผู้ที่เคยใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 14 อันดับสามคือผู้ที่ใช้บริการ 6-10 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสี่คือผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 10 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4

#### 4.1.7 ความถี่ในการใช้บริการแต่ละปี

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของความถี่ในการใช้บริการแต่ละปี

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 ครั้ง	6	12
2-6 ครั้ง	41	82
7 ครั้งขึ้นไป	3	6
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้บริการ 2-6 ครั้งต่อปี กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 50 ราย เป็นผู้ที่ใช้บริการ 2-6 ครั้งต่อปีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาอันดับสองเป็นผู้ที่ใช้

บริการ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 อันดับสามเป็นผู้ที่ใช้บริการ 7 ครั้งขึ้นไปต่อปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6

#### 4.1.8 รูปแบบการบริการการขนส่งที่ใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของรูปแบบการบริการการขนส่งที่ใช้

รูปแบบการบริการการขนส่ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทางทะเล	49	83
ทางอากาศ	10	17
รวม	59	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการการขนส่งทางทะเล กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 50 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้บริการการขนส่งทางทะเล จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 83 และ เป็นผู้ที่ใช้บริการการขนส่งทางอากาศจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 17

#### 4.1.9 เอมการขนส่งที่ใช้บริการ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนร้อยละของเอมการขนส่งที่ใช้บริการ

เอมการขนส่ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ส่งถึงท่าเรือ/ท่าอากาศยานต้นทาง	5	10
ส่งตรงถึงบ้านลูกค้า	3	6
ส่งถึงท่าเรือ/ท่าอากาศยานปลายทาง	42	84
รวม	50	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการขนส่งแบบ ส่งถึงท่าเรือ/ท่าอากาศยานปลายทาง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่าง 50 ราย เป็นผู้ที่เลือกใช้เอมการขนส่งแบบส่งถึงท่าเรือ/ท่าอากาศยานปลายทางจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาอันดับสอง เลือกใช้เอมการขนส่งแบบ การส่งถึงท่าเรือ/ท่าอากาศยานต้นทาง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับสามเลือกเอมการขนส่งแบบ การส่งตรงถึงบ้านลูกค้า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6

#### 4.1.10 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลที่ใช้บริการ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลที่ใช้บริการ

ปริมาณการขนส่งทางทะเล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สินค้าไม่เต็มตู้	30	35.3
ตู้ 20 ฟุต	35	41.2
ตู้ 40 ฟุต	15	17.6
ตู้ 40 ฟุตไฮคิว	5	5.9
รวม	85	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภครที่ใช้งานขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เลือกปริมาณการขนส่งสินค้าแบบตู้ 20 ฟุต กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 85 ราย เป็นผู้ที่เลือกใช้ปริมาณการขนส่งสินค้าแบบตู้ 20 มากที่สุดจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาอันดับสองเลือกปริมาณการขนส่งสินค้าแบบไม่เต็มตู้จำนวน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับสามเลือกใช้ปริมาณการขนส่งสินค้าแบบตู้ 40 ฟุตจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.6 อันดับสี่ เลือกปริมาณการขนส่งสินค้าแบบตู้ 40 ฟุตไฮคิวจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.9

#### 4.1.11 ปริมาณการขนส่งสินค้าทางทะเลที่ใช้บริการ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศที่ใช้บริการ

ปริมาณการขนส่งทางทะเล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 กิโลกรัม	0	0
11-50 กิโลกรัม	0	0
51-100 กิโลกรัม	5	33.3
มากกว่า 100 กิโลกรัม	10	66.7
รวม	15	100

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภครที่ใช้งานขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศมากกว่า 100 กิโลกรัม กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 15 ราย เป็นผู้ที่เลือกใช้ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศมากกว่า 100

กิโลกรัมมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเลือกใช้ปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศ 51-100 กิโลกรัมจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.12 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยด้านราคา	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ปัจจัยด้านการบริการ (Product)	4.57	1
ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.21	2
ปัจจัยด้านบริษัท (Place)	4.12	3
ปัจจัยด้านบริการเสริม (Promotion)	3.42	4

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.12 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นปัจจัยด้านการบริการมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็น 4.57 รองลงมาอันดับสองได้แก่ปัจจัยด้านราคา ที่มีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็น 4.21 อันดับสามได้แก่ปัจจัยด้านบริษัท โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็น 4.12 และอันดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านบริการเสริม โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็น 3.42

#### 4.2.1 ปัจจัยด้านการบริการ (Product)

ตารางที่ 4.13 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการบริการ (Product) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านบริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ความรวดเร็วในการบริการ	35 (35x5)	15 (15x4)	0	0	0	4.7	1
ความรู้ความสามารถพนักงานขาย	30 (30x5)	18 (18x4)	2 (2x3)	0	0	4.56	2
บริการครบวงจร	30 (30x5)	20 (20x4)	0	0	0	4.6	3
มีโกดังสินค้า	30 (30x5)	20 (20x4)	0	0	0	4.6	3
ความปลอดภัยของโกดัง	30 (30x5)	20 (20x4)	0	0	0	4.6	3
คุณภาพการบรรจุหีบห่อ	25 (25x5)	25 (25x4)	0	0	0	4.5	4
มีบริการหลังการขาย	25 (25x5)	25 (25x4)	0	0	0	4.5	4
การประกันความเสียหาย	25 (25x5)	25 (25x4)	0	0	0	4.5	4
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านการบริการ						4.57	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตาราง 4.13 ปัจจัยด้านการบริการ (Product) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับรูปแบบการบริการด้านความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุด กล่าวคือ ความรวดเร็วในการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.7 รองลงมาอันดับสองคือ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.56 อันดับสามคือ การบริการครบวงจร ,การมีโกดังสินค้า และความปลอดภัยของโกดังสินค้า โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.6 และอันดับสี่คือ คุณภาพการบรรจุหีบห่อ, การมีบริการหลังการขายและการประกันความเสียหาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.5



#### 4.2.2 ปัจจัยด้านปัจจัยด้านราคา (Price)

ตารางที่ 4.14 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ราคาถูกกว่าบริษัทอื่น	27 (27x5)	23 (23x4)	0	0	0	4.54	1
ราคาเหมาะสม	25 (25x5)	20 (24x4)	5 (5x3)	0	0	4.4	2
ราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง	25 (25x5)	15 (15x4)	5 (5x3)	5 (5x2)	0	4.2	3
การมีส่วนลด	5 (5x5)	25 (25x4)	20 (20x3)	0	0	3.7	4
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านราคา						4.21	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตาราง 4.14 ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการเลือกใช้นั่งรถรับส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีความสำคัญกับรูปแบบการบริการด้านราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่น ในการเลือกใช้บริการมากที่สุด กล่าวคือ ราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่นมีความสำคัญมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.54 รองลงมาอันดับสองคือ ราคาเหมาะสมมีคะแนนเฉลี่ย 4.4 อันดับสามคือราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงมีคะแนนเฉลี่ย 4.2 และอันดับสี่คือ การมีส่วนลด มีคะแนนเฉลี่ย 3.7

#### 4.2.3 ปัจจัยด้านบริษัท (Place)

ตารางที่ 4.15 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยด้านบริษัท (Place) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านบริษัท	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	20 (20x5)	25 (25x4)	5 (25x3)	0	0	4.30	1
ระยะเวลาการดำเนินงาน	15 (15x5)	34 (34x4)	1 (1x3)	0	0	4.28	2
ความสะอาด	15 (15x5)	34 (34x4)	1 (1x3)	0	0	4.22	3
ความทันสมัยของบริษัท	15 (15x5)	30 (30x4)	5 (5x3)	0	0	4.20	4
ขนาดของบริษัท	14 (15x5)	30 (30x4)	6 (6x3)	0	0	4.16	5
มีร้านค้าแนะนำบริษัท	10 (10x5)	30 (30x4)	10 (10x3)	0	0	4.00	6
การมีเว็บไซต์	5 (5x5)	40 (40x4)	5 (5x3)	0	0	4.00	6
มีที่จอดรถ	5 (5x5)	30 (30x4)	15 (15x3)	0	0	3.80	7
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านราคา						4.12	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตาราง 4.15 ปัจจัยด้านการบริษัท (Place) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับรูปแบบ ด้านบริษัทในด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทในการเลือกใช้บริการมากที่สุด กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือของบริษัทมีความสำคัญมากที่สุดโดย มีคะแนนเฉลี่ย 4.3 รองลงมาคือ ระยะเวลาการดำเนินงาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.28 อันดับสามคือ ความสะอาดของบริษัท มีคะแนนเฉลี่ย 4.22 และอันดับสี่คือ ความทันสมัยของบริษัท มีคะแนนเฉลี่ย 4.20 อันดับห้าคือ ขนาดของบริษัท มีคะแนนเฉลี่ย 4.16 อันดับหกคือมีร้านค้าแนะนำบริษัทและการมีเว็บไซต์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 และอันดับเจ็ดมีที่จอดรถมีคะแนนเฉลี่ย 3.8

#### 4.2.4 ปัจจัยด้านบริการเสริม (Promotion)

ตารางที่ 4.16 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบริการเสริม (Promotion) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านบริการเสริม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
มีรถบริการ	20 (20x5)	15 (15x4)	10 (10x3)	5 (5x2)	0	4	1
มีบริการอินเทอร์เน็ต	10 (10x5)	29 (29x4)	11 (10x3)	0	0	3.98	2
สามารถติดต่อได้ 24 ชั่วโมง	15 (15x5)	19 (19x4)	16 (16x3)	0	0	3.98	2
มีพนักงานขับรถและแนะนำสินค้า	15 (15x5)	15 (15x4)	15 (15x3)	5 (5x2)	0	3.8	3
มีบ้านพักรับรอง	10 (10x5)	20 (20x4)	10 (10x3)	5 (5x2)	5 (5x1)	3.5	4
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	0	15 (15x4)	10 (10x3)	25 (25x2)	0	2.8	5
มีบริการโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต	0	0	10 (10x3)	25 (25x2)	15 (15x1)	1.9	6
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านบริการเสริม						3.42	

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตาราง 4.16 ปัจจัยด้านการบริการเสริม (Promotion) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับรูปแบบการบริการเสริมในด้านการมีรถบริการ ในการเลือกใช้บริการมากที่สุด กล่าวคือ การมีรถบริการมีความสำคัญมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4 รองลงมาอันดับสองคือ สามารถติดต่อได้ 24 ชั่วโมงและมีบริการอินเทอร์เน็ต มีคะแนนเฉลี่ย 3.98 อันดับสามคือ มีพนักงานขับรถและแนะนำสินค้า มีคะแนนเฉลี่ย 3.8 และอันดับสี่คือ มีบ้านพักรับรองมีคะแนนเฉลี่ย 3.5 อันดับห้าคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมีคะแนนเฉลี่ย 3.5 อันดับหกมีบริการโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต มีคะแนนเฉลี่ย 1.9

#### 4.3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.17 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้า	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ช่วงเวลาหรือเทศกาลต่างๆ	35 (35x5)	5 (5x4)	10 (10x3)	0	0	4.5	1
อัตราแลกเปลี่ยน	25 (25x5)	10 (10x4)	10 (10x3)	0	5 (5x1)	4	2
ภาวะเศรษฐกิจโลก	25 (25x5)	5 (5x4)	15 (15x3)	0	5 (5x1)	3.9	3
การเมืองของประเทศลูกค้า	10 (10x5)	25 (25x4)	10 (10x3)	5 (5x2)	0	3.8	4
การเมืองภายในประเทศไทย	10 (10x5)	25 (25x4)	5 (5x3)	5 (5x2)	5 (5x1)	3.6	5

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.17 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านฉวาง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึง ช่วงเวลาหรือเทศกาลต่างๆ เป็นสำคัญ กล่าวคือ จากกลุ่มตัวอย่าง 50 รายส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึง ช่วงเวลาหรือเทศกาลต่างๆ เป็นสำคัญที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.5 รองลงมาอันดับสอง เป็นการคำนึงถึงอัตราแลกเปลี่ยน มีคะแนนเฉลี่ย 4 อันดับสามคือ ภาวะเศรษฐกิจโลก มีคะแนนเฉลี่ย 3.9 อันดับสี่คือ การเมืองของประเทศลูกค้า มีคะแนนเฉลี่ย 3.8 และสุดท้ายคือการเมืองภายในประเทศไทย มีคะแนนเฉลี่ย 3.6

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ และทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ กับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค โดยใช้ Chi – Square Test ที่ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.05 ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

#### 4.4.1 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆกับจุดหมายปลายทางการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการบริการจำแนกตามจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จุดหมายปลายทาง	ปัจจัยด้านการบริการ- ความรวดเร็วในการบริการ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
อเมริกา	5 (10)	0	0	0	0	5 (10)
แอฟริกา	1 (2)	0	0	0	0	1 (2)
ยุโรป	18 (36)	15 (30)	0	0	0	33 (66)
เอเชีย	7 (14)	0	0	0	0	7 (14)
ออสเตรเลีย	4 (8)	0	0	0	0	4 (8)
รวม	35 (70)	15 (30)	0	0	0	50 (100)

Chi – Square Test = 11.036      Significant = 0.026      ระดับนัยสำคัญ = 0.05

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมุติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านบริการไม่มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

**H1 :** ปัจจัยด้านบริการมีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ กับจุดหมายปลายทางการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 11.036 และค่า Significant เท่ากับ 0.026 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ ปัจจัยด้านการบริการด้านความรวดเร็วในการบริการ มีความสัมพันธ์ กับจุดหมายปลายทางการขนส่งของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง จุดหมายปลายทางการขนส่งที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านการบริการด้านความรวดเร็วในการบริการ ในระดับที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จุดหมาย ปลายทาง	ปัจจัยด้านราคา- ราคาถูกกว่าบริษัทอื่น					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
อเมริกา	5 (10)	0	0	0	0	5 (10)
แอฟริกา	1 (2)	0	0	0	0	1 (2)
ยุโรป	14 (28)	19 (38)	0	0	0	33 (66)
เอเชีย	4 (8)	3 (6)	0	0	0	7 (14)
ออสเตรเลีย	4 (8)	0	0	0	0	4 (8)
รวม	27 (54)	23 (46)	0	0	0	50 (100)
Chi – Square Test = 10.649      Significant = 0.031      ระดับนัยสำคัญ = 0.05						

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมติฐาน

**H<sub>0</sub>** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

**H<sub>1</sub>** : ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ กับจุดหมายปลายทางการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 10.649 และค่า Significant เท่ากับ 0.031 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ ปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่น มีความสัมพันธ์ กับจุดหมายปลายทางการขนส่งของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง จุดหมายปลายทางการขนส่งที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่น ในระดับที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริษัทจำแนกตามจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จุดหมาย ปลายทาง	ปัจจัยด้านการบริการ- ความน่าเชื่อถือของบริษัท					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
อเมริกา	5 (10)	0	0	0	0	5 (10)
แอฟริกา	0	1 (2)	0	0	0	1 (2)
ยุโรป	9 (18)	19 (38)	5 (10)	0	0	33 (66)
เอเชีย	1 (2)	6 (12)	0	0	0	7 (14)
ออสเตรเลีย	0	3 (6)	1 (2)	0	0	4 (8)
รวม	15 (30)	29 (58)	6 (12)	0	0	50 (100)
Chi – Square Test = 17.053      Significant = 0.030      ระดับนัยสำคัญ = 0.05						

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมติฐาน

**H<sub>0</sub>** : ปัจจัยด้านบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

**H<sub>1</sub>** : ปัจจัยด้านบริษัทมีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่ง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ กับจุดหมายปลายทางการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 17.053 และค่า Significant เท่ากับ 0.030 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H<sub>0</sub> และยอมรับ H<sub>1</sub> กล่าวคือ ปัจจัยด้านบริษัทด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางการขนส่งของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง จุดหมายปลายทางการขนส่งที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญ ในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ในระดับที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริการเสริมจำแนกตามจุดหมายปลายทาง  
ขนส่ง

จุดหมาย ปลายทาง	ปัจจัยด้านการบริการเสริม- มีรถบริการ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
อเมริกา	0	0	5 (10)	0	0	5 (10)
แอฟริกา	0	0	1 (2)	0	0	1 (2)
ยุโรป	18 (36)	13 (26)	2 (4)	0	0	33 (66)
เอเชีย	0	0	2 (4)	5 (10)	0	7 (14)
ออสเตรเลีย	2 (4)	2 (4)	0	0	0	4 (8)
รวม	20 (40)	15 (30)	10 (20)	5 (10)	0	50 (100)
Chi – Square Test = 66.627      Significant = 0.000      ระดับนัยสำคัญ = 0.05						

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมุติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านบริการเสริมไม่มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางขนส่ง

**H1 :** ปัจจัยด้านบริการเสริมมีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางขนส่ง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ กับ  
จุดหมายปลายทางขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square  
เท่ากับ 66.627 และค่า Significant เท่ากับ 0.000 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ  
ปัจจัยด้านการบริการเสริม การมีรถให้บริการ มีความสัมพันธ์กับจุดหมายปลายทางขนส่งของ  
ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง จุดหมายปลายทางขนส่งที่แตกต่างกัน จะให้  
ความสำคัญในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านการ  
เสริมในการมีรถให้บริการ ในระดับที่แตกต่างกัน



#### 4.4.2 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริการจำแนกตาม ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ระยะเวลา ที่เคยใช้	ปัจจัยด้านการบริการ- ความรวดเร็วในการบริการ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
น้อยกว่า 1 ปี	7 (14)	0	0	0	0	7 (14)
1 ปี – 5 ปี	26 (52)	10 (20)	0	0	0	36 (72)
6 ปี- 10 ปี	1 (2)	4 (8)	0	0	0	5 (10)
มากกว่า 10 ปี	1 (2)	1 (2)	0	0	0	2 (4)
รวม	35 (70)	15 (30)	0	0	0	50 (100)
Chi – Square Test = 9.418      Significant = 0.024      ระดับนัยสำคัญ = 0.05						

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านบริการไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

**H1 :** ปัจจัยด้านบริการมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการ กับ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 9.418 และค่า Significant เท่ากับ 0.024 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ ปัจจัยด้านการบริการด้านความรวดเร็วในการบริการ มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน จะให้ความ สำคัญในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านบริการด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ในระดับที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคาจำแนกตาม ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ระยะเวลา ที่เคยใช้	ปัจจัยด้านราคา- ราคาถูกกว่าบริษัทอื่น					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
น้อยกว่า 1 ปี	6 (12)	1 (2)	0	0	0	7 (14)
1 ปี – 5 ปี	19 (38)	17 (34)	0	0	0	36 (72)
6 ปี- 10 ปี	0	5 (10)	0	0	0	5 (10)
มากกว่า 10 ปี	2 (4)	0	0	0	0	2 (4)
รวม	27 (54)	23 (46)	0	0	0	50 (100)
<b>Chi – Square Test = 10.429                      Significant = 0.015                      ระดับนัยสำคัญ = 0.05</b>						

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมุติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

**H1 :** ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคา กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 10.429 และค่า Significant เท่ากับ 0.015 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ ปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่น มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าบริษัทอื่น ในระดับที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริษัทจำแนกตาม ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ระยะเวลา ที่เคยใช้	ปัจจัยด้านบริษัท- ความน่าเชื่อถือของบริษัท					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
น้อยกว่า 1 ปี	0	7 (14)	0	0	0	7 (14)
1 ปี – 5 ปี	15 (30)	17 (34)	4 (8)	0	0	36 (72)
6 ปี- 10 ปี	0	5 (10)	0	0	0	5 (10)
มากกว่า 10 ปี	0	0	2 (4)	0	0	2 (4)
รวม	15 (70)	29 (30)	6	0	0	50 (100)

Chi – Square Test = 25.734      Significant = 0.000      ระดับนัยสำคัญ = 0.05

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมุติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

**H1 :** ปัจจัยด้านบริษัทมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริษัทกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 25.734 และค่า Significant เท่ากับ 0.000 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ ปัจจัยด้านบริษัทด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึงระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ในระดับที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริการเสริมจำแนกตาม ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ  
ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ระยะเวลา ที่เคยใช้	ปัจจัยด้านการบริการเสริม- มีรถบริการ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	
น้อยกว่า 1 ปี	0	3 (6)	0	4 (8)	0	7 (14)
1 ปี – 5 ปี	15 (30)	11 (22)	9 (18)	1 (2)	0	36 (72)
6 ปี- 10 ปี	3 (6)	1 (2)	1 (2)	0	0	5 (10)
มากกว่า 10 ปี	2 (4)	0	0	0	0	2 (4)
รวม	20 (40)	15 (30)	10 (20)	5 (10)	0	50 (100)
Chi – Square Test = 26.666      Significant = 0.002      ระดับนัยสำคัญ = 0.05						

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

#### สมมุติฐาน

**Ho :** ปัจจัยด้านบริการเสริมไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

**H1 :** ปัจจัยด้านบริการเสริมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยด้านการบริการเสริม กับ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Chi – Square เท่ากับ 26.666 และค่า Significant เท่ากับ 0.002 ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho และยอมรับ H1 กล่าวคือ ปัจจัยด้านการบริการเสริมการ มีรถบริการ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ เคยใช้บริการ ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หมายถึง ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญในการ เลือกรับบริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านบริการเสริมด้านการมีรถ ให้บริการ ในระดับที่แตกต่างกัน

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการใช้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.ปัญหาจากการสื่อสารผิดพลาด	42	12.5
2.ปัญหาการตกลงราคาค่าขนส่ง	5	1.5
3.ปัญหาความล่าช้าในการขนส่ง	35	10.4
4.ปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อสินค้า	44	13.1
5.ปัญหาสินค้าแตกหักเสียหาย	41	12.2
6.ปัญหาด้านการโหลดสินค้า	40	11.9
7.ปัญหาเอกสารล่าช้า	37	11
8.ปัญหาเอกสารเกิดความผิดพลาด	26	7.7
9.ปัญหาสินค้าสูญหายขณะขนส่ง	11	3.3
10.ปัญหาด้านการชำระเงิน	14	4.2
11.ปัญหาการเรียกร้องเงินประกันความเสียหาย	42	12.5
<b>รวม</b>	<b>337</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ในหมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะมีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุดในด้านการบรรจุหีบห่อสินค้า จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1 รองลงมาอันดับสอง ปัญหาการสื่อสารผิดพลาด และปัญหาการเรียกร้องเงินประกันความเสียหาย จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 อันดับสาม ปัญหาสินค้าแตกหักเสียหาย จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.2 อันดับสี่ ปัญหาด้านการโหลดสินค้า จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.9 อันดับห้า ปัญหาเอกสารล่าช้า จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 11 อันดับหก ปัญหาด้านความล่าช้าในการขนส่ง จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.4 อันดับเจ็ด ปัญหาเอกสารผิดพลาดจำนวน 26รายคิดเป็นร้อยละ 7.7 อันดับแปด ปัญหาด้านการชำระเงิน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 อันดับเก้า ปัญหาสินค้าสูญหายขณะขนส่ง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 และสุดท้าย ปัญหาการตกลงราคาค่าขนส่ง จำนวน 5ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5