

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหาของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 140 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ 30-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานในกิจการที่จดทะเบียนก่อตั้งในลักษณะบริษัทจำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการคลังสินค้าฯ เป็นพนักงานของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ นำหนักโดยเฉลี่ยของสินค้าที่ขนส่งต่อครั้ง อยู่ในช่วง 301-500 กิโลกรัม และส่วนใหญ่เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยสายการบินไทยเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สายการบินซิลค์แอร์ ธุรกิจที่มาใช้บริการคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจขนส่งสินค้า รองลงมา คือ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งสินค้าภายในประเทศมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานอยู่ในระดับน้อย โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ การบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ และชนิดของเครื่องบินที่เหมาะสมซึ่งนำมาให้บริการในเส้นทางที่ต้องการ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อัตราค่าธรรมเนียมส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า อัตราค่าธรรมเนียมในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ อัตราค่าน้ำมันสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไปและสินค้าเกษตร

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ การจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่าของคลังสินค้าฯ ขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าฯ เพื่อการขนส่ง และสามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง Fax ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถจองระวางพื้นที่ผ่านทาง E-mail

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปี

ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ (IATA Regulations) ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงานรวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเป็นสายการบินที่มี

ภาพลักษณ์ดี การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง และความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การบริการด้วยความรวดเร็ว รับและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนและขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยรายละเอียดของแต่ละปัจจัยจำแนกตามระดับการศึกษา มีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด โดยปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการเป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้ง

ของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการลำดับต่อมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยของด้านราคาเรื่องอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยย่อยของด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เอกสารที่ใช้ประกอบการรับสินค้าเหมาะสม และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการจัด

จำหน่าย โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับต่อมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการทำเครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ได้แก่ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง เดือนละ 1-3 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านกระบวนการมากที่สุด โดยรายละเอียดของแต่ละปัจจัยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยด้านราคาเรื่องอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องการเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับ

ถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการเป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับต่อมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด โดยปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการเป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องเอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

คือ เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับต่อมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลหรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาและด้านกระบวนการมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยด้านราคาเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการขนส่งสินค้าพิเศษมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการเรื่องมาตรการรักษาความปลอดภัยของคลังสินค้าฯ ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาที่ใช้บริการของลูกค้า ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารที่ใช้ประกอบในการส่งสินค้าเหมาะสม ความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการส่งสินค้า ขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารที่ใช้ประกอบในการรับสินค้าเหมาะสม และความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การบริการด้วยความรวดเร็ว รับและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรงเวลา การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี และภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับถัดมา โดยปัจจัยย่อยเรื่องการแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับถัดมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ การติดตั้งห้องเย็น (Cool Room) ในคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทของสดเน่าเสียง่าย และการจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่า (Valuable Cargo) ของคลังสินค้าฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัทการบินไทย (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรื่องพนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานคลังสินค้าบริการไม่สุภาพ และอุปกรณ์การบริการด้านคลังสินค้ามีไม่เพียงพอ ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบน้อยที่สุด คือ พนักงานขาดความรู้ปฏิบัติงานผิดพลาด

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อคลังสินค้า ได้แก่ คลังสินค้าฯ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในด้านความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ลูกค้า และทางคลังสินค้าฯ ควรจัดพนักงานรองรับในกรณีลูกค้ามาติดต่อในช่วงเวลาหลังเลิกงานปกติ นอกจากนี้คลังสินค้าฯ ควรจัดให้มีแบบสำรวจภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อใช้สำหรับประเมินการทำงานของเจ้าหน้าที่ และคลังสินค้าฯ ควรจัดเตรียมพลาสติกสำหรับคลุมตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าได้รับความเสียหาย ขณะรอบรรทุกสินค้าขึ้นเครื่อง ในกรณีที่ฝนตก

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการคลังสินค้าฯ รวมทั้งสิ้น 140 คน สามารถนำแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ จำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์ เส้นทางการบินไปยังท่าอากาศยานต่าง ๆ และการบริการรักษาความปลอดภัยสินค้าพิเศษ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่า เส้นทางการบินที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศ และการให้บริการรักษาความปลอดภัยสินค้าก็มีส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชวนพิศ แจ่มดี (2545) ที่พบว่า การให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสินค้าอย่างดีไม่ให้เกิดความเสียหายของแผนกปฏิบัติการคลังสินค้าภายในประเทศของบริษัทการบินไทย ทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในบริการที่ได้รับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ อัตราค่าระวางขนส่งสินค้าพิเศษ เช่น สัตว์มีชีวิต สิ่งของมีค่า อัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ และอัตราค่าเสียหายสำหรับการขนส่งสินค้าทั่วไป โดยอัตราค่าระวางนี้จะมีราคาที่แตกต่างกันไปตามชนิดสินค้า และสถานที่ปลายทาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชวนพิศ แจ่มดี (2545) ที่กล่าวถึง การมุ่งใจต้องพยายามตอบสนองความต้องการสำคัญที่แตกต่างกันไป เมื่อตอบสนองได้มากเท่าใด ความพึงพอใจที่ได้ก็จะเพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ การจัดระบบรักษาความปลอดภัยต่อสินค้าทั่วไป และสินค้ามีค่าของคลังสินค้าฯ และขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าฯ แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ ในปัจจุบัน รวมถึงขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าฯ เพื่อการขนส่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทร์ทัต (2547) ที่พบว่า สถานที่จอดรถบรรทุกเพื่อใช้สำหรับขนถ่ายสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศของลูกค้า ในขณะที่การจัดระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้าก็พบว่ามีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ การให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน การให้ส่วนลดค่าระวางแก่บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า และการให้ส่วนลดค่าระวางขนส่งพิเศษในช่วงส่งเสริมการตลาดในเส้นทางใหม่ ๆ หรือเฉพาะฤดูกาลของสินค้าบางประเภท การขนส่งทางอากาศถือเป็นการขนส่งที่มีอัตราค่าระวางค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับการขนส่งวิธีอื่น การให้เครดิตการชำระเงิน และส่วนลดจึงถือเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทร์ทัต (2547) ที่พบว่า การให้ส่วนลดค่าระวางมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ และถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ ความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงานรวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และพนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส มีบุคลิกภาพดี ซึ่งสอดคล้องกับผล

การศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่า ความสามารถในแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงานสายการบินและความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ แต่ทั้งนี้ คลังสินค้าฯ ก็ต้องพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลมากขึ้น ดังที่ ชวนพิศ แจ่มดี (2545) กล่าวว่า แผนกปฏิบัติการสินค้าฯ จะต้องจัดให้พนักงานมีการอบรม มีความรู้ เพื่อเพิ่มทักษะ และประสิทธิภาพในการบริการ ซึ่งจะส่งผลให้ทัศนคติของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ การเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ดี การสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง และความสามารถในการส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างถูกต้องและไม่เสียหาย ปัจจัยย่อยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่าปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าของลูกค้า คือ การส่งสินค้าถึงปลายทางถูกต้อง ไม่เสียหาย ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าปลายทางตรงต่อเวลา ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพจะช่วยให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อคลังสินค้าฯ ซึ่งจะสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชวนพิศ แจ่มดี (2545) ที่ได้กล่าวถึง การให้บริการที่ดี มีประสิทธิภาพเป็นระบบที่ง่าย มีความรวดเร็วถูกต้องแม่นยำ และมีมาตรฐานในการบริการจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก คือ เอกสารที่ใช้ประกอบการรับสินค้าเหมาะสม ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และขั้นตอนในการรับสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่า กระบวนการบริการลูกค้าที่สะดวก และรวดเร็ว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทรบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ ทั้งหมด 140 คน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานน้อยที่สุด

ตารางที่ 36 แสดงปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ เรียงลำดับจากน้อยไปหามาก 10 ลำดับ

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
1	สามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง E-mail	1.85
2	ความกระตือรือร้นของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	1.89
3	ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	1.98
4	พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ลูกค้า	1.99
5	ความรู้ความสามารถในการเสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก	2.02
6	ความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door-to-Door Service ฯลฯ	2.04
7	คุณภาพของการให้บริการ	2.08
8	การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า	2.19
9	พนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	2.24
10	อุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า	2.31

จากตารางที่ 36 แสดงปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ เรียงลำดับจากน้อยไปหามาก 10 ลำดับ คือ สามารถจองพื้นที่ระวางผ่านทาง E-mail (1.85) ความกระตือรือร้นของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (1.89) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ ได้แก่ Internet System เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า (1.98) พนักงานสุภาพและเอาใจใส่ลูกค้า (1.99) ความรู้ความสามารถในการเสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก (2.02) ความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ (2.04) คุณภาพของการให้บริการ (2.08) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า (2.19) พนักงานออกไปเยี่ยมให้ข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (2.24) และอุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า (2.31) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยมีข้อค้นพบ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์มากที่สุด แต่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านความหลากหลายของประเภทการให้บริการ เช่น Express Services, Door-to-Door Services ฯลฯ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านคุณภาพน้อยที่สุด

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวันต่อสัปดาห์มากที่สุด แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง กลับมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้ค่อนข้างน้อย นอกจากนี้ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้งมีความพึงพอใจเป็นลำดับต้น ๆ คือ ปัจจัยย่อยด้านการบริการประกันภัยสินค้าของสายการบิน แต่ปัจจัยย่อยด้านเดียวกันนี้กลับอยู่ในลำดับท้าย ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี

ปัจจัยด้านราคา เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศค่อนข้างน้อย ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านเดียวกันนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรีกลับมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก นอกจากนี้ ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย แม้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจเป็นอันดับที่ 4 แต่กลับพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้เป็นลำดับท้าย ๆ

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าระวางในการขนส่งสินค้าภายในประเทศเป็นลำดับแรก และเป็นลำดับที่ 2 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง กลับมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 6 นอกจากนี้ปัจจัยย่อยด้านอัตราค่าประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้งมีความพึงพอใจเป็นลำดับต้น ๆ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี กลับมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้เป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้าน้อยที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยย่อยด้านขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้าเพื่อการขนส่งสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจค่อนข้างน้อย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลับมีความพึงพอใจเป็นลำดับต้น ๆ

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง เดือนละ 1-3 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งของอาคารคลังสินค้าฯ สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อเป็นลำดับแรก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์ประจำคลังสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการขนถ่ายสินค้า และปัจจัยด้านการสามารถของพื้นที่ระหว่างผ่านทาง E-mail เป็นลำดับท้าย ๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทน เป็นลำดับแรก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการแจกของที่ระลึก และปฏิทินประจำปี เป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต มากที่สุด แต่ปัจจัยย่อยด้านนี้ กลับอยู่ในลำดับท้าย ๆ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี นอกจากนี้ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง และเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้เครดิตการชำระเงินแก่บริษัทตัวแทนเป็นลำดับต้น ๆ แต่สำหรับผู้มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี กลับมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อยด้านบุคคล หรือพนักงาน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศ และปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยความชำนาญของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร เป็นลำดับต้น ๆ ในขณะที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความกระตือรือร้นของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับท้าย ๆ

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง และเดือนละ 1-3 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเข้าใจของพนักงานในกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของระบบการขนส่งทางอากาศในระดับปานกลาง แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี กลับอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ปัจจัยด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้า แม้จะอยู่ในระดับปานกลางสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี แต่กลับอยู่ในระดับน้อย สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง และเดือนละ 1-3 ครั้ง

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านภายในคลังสินค้าฯ มีบรรยากาศที่ดี เป็นระเบียบ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี กลับมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้เป็นลำดับท้าย ๆ นอกจากนี้ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เป็นปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจ สูงสุด แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกลับมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้เป็นลำดับที่ 4

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการบริการด้วยความรวดเร็วรับและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก แต่กลับเป็นลำดับที่ 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง และเป็นลำดับสุดท้าย สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องในระเบียบปฏิบัติของการรับสินค้า มากที่สุด แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี กลับอยู่ในลำดับท้าย ๆ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้เป็นลำดับที่ 2 แต่กลับเป็นลำดับที่ 6 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

เมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้งมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้เป็นลำดับที่ 2 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง กลับมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้เป็นลำดับที่ 7

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้า รองลงมา คือ พนักงานคลังสินค้าฯ บริการไม่สุภาพ ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบน้อยที่สุด คือ พนักงานขาดความรู้ปฏิบัติงานผิดพลาด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีข้อค้นพบในแต่ละปัจจัย โดยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรเพิ่มรูปแบบการให้บริการการขนส่ง ให้มีความหลากหลายนอกเหนือจากการให้บริการ Airport to Airport service แบบปกติ เช่น Airport to door , Door to Door service, Multimodal Transport หรือ การบริหารจัดการในระบบลอจิสติกส์แบบครบวงจรซึ่งประกอบไปด้วยระบบการขนส่ง การบริหารสินค้าคงคลังให้กับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม อิเลคทรอนิกส์ เป็นต้น จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบก็คือ บริการการรับขนส่งสินค้าทางอากาศของสายการบินต่าง ๆ ที่ผ่านคลังสินค้าฯ มีรูปแบบการให้บริการเป็นทางเลือกให้ลูกค้าน้อยมาก ตลอดจนมีจำนวนเที่ยวบิน และชนิดของเครื่องบินสำหรับการบรรทุกสินค้าไม่สอดคล้องกับปริมาณกับความต้องการ ดังนั้น คลังสินค้า ซึ่งดำเนินการโดย บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จะต้องเร่งสร้างเครือข่ายและขยายพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนเพิ่มเส้นทางบิน เพื่อเชื่อมวงจรการขนส่งสินค้าให้ครบสมบูรณ์ ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการที่ตรงกับประเภทของธุรกิจและชนิดของสินค้า ในส่วนของ Priority Cargo และ THAI Express Service (TG-Force) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์บริการของคลังสินค้าฯ ที่จัดส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์โดยมีการกำหนดกรอบเวลาในการส่งมอบให้กับผู้รับสินค้า ณ ประเทศปลายทางที่ได้ดำเนินการไปในระยะหนึ่งแล้วนั้น ควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการให้อยู่ในมาตรฐาน และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบในทุก ๆ สถานีเพื่อให้ทิศทางในการปฏิบัติการเป็นแนวทางเดียวทั้งระบบ และชัดเจน ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและรับรู้ถึงความแตกต่างของการให้บริการในการรับ-ส่งสินค้าในแต่ละประเภท และเลือกใช้ให้ตรงกับความต้องการ ในส่วนของการให้บริการขนส่งหลายรูปแบบ หรือ Multimodal Transport ซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการ โดยใช้ความหลากหลายของการขนส่งสินค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศ เช่น การขนส่งทางเรือ เชื่อมต่อการขนส่งทางอากาศ และอาจจะมีการส่งต่อโดยการขนส่งทางบก ณ สถานีปลายทาง จนถึงมือผู้รับ ซึ่งการขนส่งในลักษณะดังกล่าว ปัจจุบันกระทรวงคมนาคมได้ผ่านกฎหมายที่เกี่ยวกับการให้บริการการขนส่งหลายรูปแบบ เพื่อให้ความคุ้มครอง กับผู้ใช้บริการ หากคลังสินค้าฯ สามารถให้บริการลูกค้าดำเนินการด้านพิธีการศุลกากร การจัดการขนส่ง และส่งมอบให้ผู้รับปลายทาง โดยอาศัยโอกาสที่กฎหมายให้ความคุ้มครองผู้ใช้บริการ ก็จะเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์บริการของคลังสินค้าฯ ได้อีกทางหนึ่ง

2. เร่งสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพของการให้บริการ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของกรอบเวลาในการรับและส่งมอบสินค้า จากการศึกษาปัญหาพบว่า กระบวนการรับและส่งมอบสินค้าใช้เวลาในการให้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละเที่ยวบินอาจมีจำนวนรายการสินค้าและปริมาณมากหรือน้อยไม่เท่ากัน ทำให้เกิดการพิจารณาตัดสินใจของเจ้าหน้าที่คลังสินค้าฯ โดยมักมีการผ่อนปรนในการรับ-ส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าใช้มาตรฐานเวลาที่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้การบริการขนส่งสินค้าไม่มีความแตกต่างกันมากจนเกินไป แผนกปฏิบัติการคลังสินค้าฯ ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ ถึงเงื่อนไขของกรอบเวลาในการรับ-ส่งสินค้า อีกทั้งพนักงานที่เกี่ยวข้องจะต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวัง โดยกำหนดเวลารับ-ส่งสินค้าเพื่อให้กระบวนการส่งมอบคุณค่าการให้บริการลูกค้าอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ เพื่อเป็นลดข้อร้องเรียนของลูกค้า เนื่องจากความเสียหาย สูญหายของสินค้าในระหว่างการขนส่ง หรือเกิดข้อผิดพลาดที่มีอาจนำส่งสินค้าในเที่ยวบินที่ได้รับบริการขึ้นชั้นหรือจองระวางบรรทุกเอาไว้แล้ว พนักงานของคลังสินค้าฯ จะต้องมีการตรวจสอบติดตามและใช้ความระมัดระวังในการจัดบรรทุกสินค้าในเที่ยวบินที่กำหนด ขณะเดียวกันการส่งมอบเอกสารประกอบการขนส่งทุกประเภทที่จะต้องคู่ให้กับหน่วยที่เกี่ยวข้อง เช่น Cargo manifest, customs transshipment entry, Delivery order form ฯลฯ จะต้องดำเนินการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว

3. เน้นให้พนักงานปฏิบัติการทุกแผนกที่เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญและถือปฏิบัติตามมาตรการในการดูแลรักษาสินค้า พิเศษประเภทต่าง ๆ เช่น สินค้าที่ต้องเก็บรักษาในห้องเย็น พืชผักผลไม้ สัตว์ สิ่งมีชีวิต สินค้าอันตราย ตลอดจนสินค้าที่มีมูลค่าสูง จะต้องถูกจัดเก็บในสถานที่ที่เหมาะสมกับชนิดและประเภทของสินค้านั้น ๆ

4. ให้ความสำคัญ และบริหารจัดการในการพิจารณารับจองระวางบรรทุกสินค้า และการจัดการบรรจุสินค้าใน Containers ประเภทต่าง ๆ ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากบางเที่ยวบินอาจประสบปัญหาเรื่องพื้นที่ระวางและน้ำหนักบรรทุกสินค้าไม่สมดุล เช่น บางเที่ยวบินมีน้ำหนักบรรทุกสินค้าเหลืออยู่ในขณะที่พื้นที่ระวางบรรทุกเต็ม หรือบางเที่ยวบินอาจมีน้ำหนักบรรทุกสินค้าเกิน ในขณะที่พื้นที่ระวางบรรทุกยังคงเหลืออยู่ ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการใช้พื้นที่สำหรับการขนส่ง สินค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศ คลังสินค้าฯ ควรเร่งผลักดันให้ฝ่ายบริหารดำเนินการจัดหาเครื่องบินสำหรับบรรทุกสินค้า (Freighter Aircraft) ที่เป็นของบริษัทการบินไทยฯ โดยตรงหรือเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าในเส้นทางที่มีปริมาณความต้องการสูง

ปัจจัยด้านราคา

1. ส่งเสริมกลยุทธ์ด้านการขายพื้นที่ระวางบรรทุก โดยเน้นให้ความสำคัญในเรื่องการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด (Customer Relation Management) กับลูกค้าเป้าหมาย ร่วมกับบริษัทตัวแทน (Cargo Agent) ในลักษณะ Tri-Parties Visit โดยจัดแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อรับทราบปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการกับคลังสินค้าฯ การออกเยี่ยมเยียนลูกค้าดังกล่าวควรตั้งใจรับฟังปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ในระหว่างการเยี่ยมชมควรถือโอกาสในการนำเสนอรูปแบบของการส่งเสริมการขายในลักษณะต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์บริการใหม่ ๆ ของคลังสินค้าฯ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเพิ่มความถี่ในการใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้การขายระวางบรรทุกในบางเที่ยวบินที่ยังคงว่าง และตลาดมีการแข่งขันระหว่างสายการบินเพื่อช่วงชิงลูกค้าอย่างรุนแรง แผนกขายพื้นที่ระวางและบริการของคลังสินค้าฯ ควรนำกลยุทธ์ด้านราคา หรือ การส่งเสริมการขาย ในรูปแบบที่มีความเหมาะสมมานำเสนอเพื่อรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากสายการบินคู่แข่ง เช่น การอนุมัติอัตราค่าระวางสินค้าพิเศษเฉพาะรายการ (Ad hoc Rate) หรืออนุมัติอัตราค่าระวางพิเศษโดยการกำหนดเป้าหมายการขายต่อเดือนให้กับบริษัทตัวแทนฯ (Agent Monthly Tonnage Sales Target) หรือ กำหนดอัตราค่าระวางพิเศษให้กับลูกค้าเฉพาะราย (Special Sales Rate for Particular Account) ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงภาวะการแข่งขัน และปริมาณความต้องการใช้พื้นที่ระวางบรรทุกของสถานีต่าง ๆ ในแต่ละเส้นทางบินด้วย

2. เร่งส่งเสริมการขายระวางบรรทุกสินค้าให้ครอบคลุมกับประเภทสินค้าที่ผลิตได้ในท้องถิ่น โดยติดต่อเสนอขายพื้นที่ระวางบรรทุก โดยตรงกับลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งในเส้นทางต่าง ๆ หรือ กำหนดอัตราค่าระวางในราคาพิเศษผ่านบริษัทตัวแทนฯ เพื่อดำเนินพิธีการศุลกากร และกระบวนการติดต่อกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องแทนผู้ส่งออกตามกฎหมายและระเบียบ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ารายย่อยที่เข้ามาใช้บริการกับคลังสินค้าฯ โดยตรงส่วนหนึ่งเห็นว่า อัตราค่าขนส่งทางอากาศยังมีราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขนส่งทางเรือ และทางรถยนต์บรรทุก แต่สินค้าบางประเภทเช่นสินค้าภาคการเกษตรมีข้อจำกัดในคุณสมบัติของตัวสินค้า มีความต้องการเข้าสู่ตลาดเป้าหมายอย่างเร่งด่วน จึงจำเป็นต้องอาศัยการขนส่งทางอากาศระบายสินค้าออกสู่ตลาด แม้ว่าค่าใช้จ่ายจะสูงกว่าก็ตาม แต่ลูกค้าบางรายก็ยินดีที่จะรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าว อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการส่งเสริมและขยายฐานลูกค้าให้กว้างมากยิ่งขึ้น คลังสินค้าฯ ควรปรับปรุงโครงสร้างอัตราค่าระวางพิเศษเพื่อผลักดันให้มีการขนส่งสินค้าที่ผลิตได้

ในท้องถิ่น และยังเป็น การเพิ่มศักยภาพในการใช้พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเที่ยวบินช่วง กลางวันที่มีปริมาณการใช้ระวางบรรทุกค่อนข้างต่ำ

3. ปรับปรุงระบบการชำระค่าระวางขนส่งและธรรมเนียมคลังสินค้าประเภทต่าง ๆ ให้มี ความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยพิจารณาดำเนินการขยาย Credit Facilities ให้กับบริษัท ตัวแทนฯ ในธุรกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้าฯ โดยกำหนดให้บริษัทตัวแทนฯ วาง Letter of Guarantee ในจำนวนที่ครอบคลุมกับหนี้สินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชีแทน การนำเงินสดมาชำระเป็นค่าใช้จ่ายในการติดต่อบริษัทแต่ละรายการ ทั้งนี้เสนอให้คลังสินค้าฯ จัดให้มีระบบการบันทึกค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนฯ แต่ละรายและสรุปยอดหนี้สินตามรอบ ระยะเวลาบัญชี ส่งมอบให้ฝ่ายการเงินดำเนินการเรียกเก็บโดยการออก Debit Note จาก ข้อเสนอแนะดังกล่าวทำให้เป็นการลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการ ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

4. ด้วยสถานการณ์โลกปัจจุบัน ต้องเผชิญกับความเสี่ยงหลายด้าน เช่น ภัยพิบัติทาง ธรรมชาติ โรคระบาด ภัยจากการก่อการร้าย และ สงครามแล้ว ยังมีปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ อย่างรุนแรงต่อต้นทุนในการประกอบธุรกิจบริการด้านคลังสินค้า และด้านการบิน คือ การขาด แคลนและกักตุนน้ำมันเชื้อเพลิงของนักเดินเรือ จึงส่งผลให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นหัวใจหลัก ที่สำคัญของธุรกิจขนส่งทางอากาศ มีแนวโน้มราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สายการบินกำหนด และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น Fuel Surcharge และ Crisis Surcharge เป็นต้น ในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมดังกล่าวเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้ผู้ประกอบการอย่าง หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นคลังสินค้าฯ ควรหามาตรการช่วยบรรเทาต้นทุนบางส่วนเพื่อชดเชย ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการส่งออก หรือบริษัทตัวแทนขายฯ เช่น การยืดหยุ่นด้านเวลาใน การรับและส่งมอบสินค้าเพื่อลดค่าใช้จ่าย ค่าล่วงเวลา โดยคำนึงถึงระเบียบปฏิบัติและมาตรการด้าน ความปลอดภัยประกอบด้วย นอกจากนี้เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้สูงขึ้น ควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Management Information System) มาสนับสนุนการ ปฏิบัติงานของพนักงานให้เท่าทันหรืออยู่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการ ให้บริการกับลูกค้าและเพิ่มความถี่ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. จากผลการศึกษาพบว่า แม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะพึงพอใจต่อทำเลที่ตั้งของ คลังสินค้าฯ ในระดับ มากที่สุด แต่ก็ยังมีข้อคิดเห็นทางด้านขนาดของพื้นที่ที่มีความคับแคบ สถานที่ จอดรถมีไม่เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงเวลา 8.00 – 10.00 น. ดังนั้นในส่วนของการให้บริการส่ง

มอบสินค้าภายในประเทศควรรีบดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขขั้นตอนในการส่งมอบสินค้าที่มีปริมาณมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภท หนังสือพิมพ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารายอื่น ๆ ด้วย ส่วนสินค้านำเข้าระหว่างประเทศเสนอให้มีการเสนอขายในลักษณะ Unit Load Device เพื่อให้บริษัทตัวแทนฯ สามารถนำเอา Cargo Container ออกจากคลังสินค้าฯ ไปส่งมอบให้กับลูกค้า ณ สถานประกอบการเพื่อความรวดเร็ว ลดความแออัดตลอดจนลดความเสียหายต่อสินค้าเนื่องจากมีขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนในระหว่างการนำสินค้าออกจากตู้ Container เพื่อทำการตรวจนับก่อนส่งมอบให้กับผู้รับ

2. เพิ่มช่องทางในการจองพื้นที่ระวางบรรทุกให้มีความหลากหลาย โดยการพัฒนาเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เพื่อขอจองระวางบรรทุกของบริษัทตัวแทนฯ ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้แก่ E-Booking โดยอาศัย Website ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) การแจ้งข้อมูลสินค้าโดยการส่ง E-mail แนะนำลูกค้าและใช้ประโยชน์ในการ Tracking สินค้าโดยผ่านระบบ Internet (www.thaicargo.com) อย่างเต็มที่หรือการเพิ่ม Hardware Equipments สำหรับติดตั้งระบบ CARES (Cargo Agent Reservation Enhancement System) ให้กับบริษัทตัวแทนฯ ให้ครอบคลุม ปัจจุบันระบบสามารถให้บริการได้เพียง 4 สถานีเท่านั้น คือ กรุงเทพฯ หาดใหญ่ ภูเก็ต และ ไทเป ตลอดจนเพิ่มสายโทรศัพท์ในแต่ละแผนกและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้การติดต่อสื่อสาร มีความคล่องตัวและสะดวกมากยิ่งขึ้น

3. ควรจัดระบบการ จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ ประจำคลังสินค้า เช่น Wooden Planks รถแทรกเตอร์ลากจูงสินค้า รถยกสินค้า แผ่นและตู้สำหรับบรรจุสินค้า (Container) พลาสติกคลุมสินค้า ตลอดจนเครื่องใช้ภายในสำนักงานให้มีความพร้อมและเพียงพออยู่เสมอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. จัดสรรของชำร่วย (Giveaways) ของที่ระลึก และปฏิทินให้กับลูกค้าที่ใช้บริการอย่างเพียงพอ ทัวถึง และเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังค่อนข้างสูงในเรื่องดังกล่าว ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายโดยไม่อาจจะมองข้ามได้ แม้ว่าจะดูเหมือนเป็นสิ่งเล็กน้อยก็ตาม ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจและจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านนี้เป็นพิเศษ

2. คลังสินค้าฯ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมหรือสัมมนาแก่พนักงานของบริษัทตัวแทนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในเงื่อนไขการขนส่งสินค้าแต่ละประเภท รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบการขนส่งสินค้าทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อสามารถนำไปใช้และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากบริษัทตัวแทนฯ เปรียบเสมือนผู้แทน

ของการสายการบินที่มีความใกล้ชิดกับลูกค้า การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขระเบียบปฏิบัติว่าด้วยการขนส่งทางอากาศให้แก่พนักงานของบริษัทตัวแทนฯ สามารถลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับลูกค้าและช่วยลดปัญหาให้กับคลังสินค้าฯ ได้อีกทางหนึ่งด้วย

3. เร่งประชาสัมพันธ์การโฆษณาตามสื่อประเภทต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อเน้นย้ำถึงศักยภาพตลอดจนเพื่อขยายฐานลูกค้ารายใหม่ให้มากยิ่งขึ้น

4. จัดโปรแกรมส่งเสริมการขายให้กับผู้บริหารระดับสูงของผู้ประกอบการ หรือบริษัทตัวแทนฯ ที่มีขีดความสามารถในการสนับสนุนการขายกับคลังสินค้าฯ เช่น จัดโปรแกรมการศึกษาดูงานและท่องเที่ยว (Cargo Agent Education Tour หรือ Shipper Education Tour) เพื่อเป็นการตอบแทนให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนการใช้บริการของคลังสินค้าฯ ในแต่ละปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน

1. คลังสินค้าฯ ควรกระตุ้นและสนับสนุนเพื่อให้พนักงานทุกแผนกมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกระดับ โดยการจัดสัมมนาหรือฝึกอบรมกฎระเบียบการปฏิบัติ การให้บริการด้วยจิตสำนึกที่ดี ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งพนักงานสามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนปรับเปลี่ยนแนวคิดและทัศนคติ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ด้วยการให้การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เนื่องจากสถานภาพทางธุรกิจได้เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยอยู่ภายใต้กลไกการตลาดแบบเสรีที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงและนับวันจะเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น

2. จัดกิจกรรมพบปะลูกค้า โดยแบ่งประเภทของลูกค้าและพนักงาน เพื่อการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์อันดี กระตุ้นและนำเสนอให้พนักงานทุกระดับเล็งเห็นถึงความสำคัญในหน้าที่ความรับผิดชอบที่ปฏิบัติและได้รับการมอบหมาย มีผลสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรในภาพรวม

3. เสริมสร้างความรู้ความสามารถให้พนักงานในแต่ละแผนกให้มีความรู้และความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบ มีมาตรฐานเพียงพอ ตลอดจนถึงความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ยินดีให้ความช่วยเหลือ ในการแก้ปัญหาด้วยความชำนาญ ถูกต้องและรวดเร็ว

4. จัดตารางการเยี่ยมเยือนบริษัทตัวแทนฯ และผู้ประกอบการโดยตรง เพื่อรับทราบปัญหา และอุปสรรคเมื่อมาใช้บริการ สามารถตอบสนอง และหาแนวทางในการป้องกัน ตลอดจนสามารถปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

5. พิจารณาการจัดซื้อและจัดจ้างแรงงานภายนอก (Outsource Labour) โดยคำนึงถึง คุณสมบัติและความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนอบรมและให้ความรู้ก่อนปฏิบัติหน้าที่จริง โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องติดต่oprะสานงานกับลูกค้าโดยตรง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. ปรับปรุงบรรยากาศ บริเวณคลังสินค้าฯ ให้มีความสะอาด ร่มรื่น ให้มีความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก ตั้งแต่การจัดสรรพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ ระบบการจราจรภายในคลังสินค้าฯ จัดระบบการรักษาความปลอดภัย จัดหาอุปกรณ์เครื่องทุ่นแรงประเภทต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนถ่ายสินค้าให้กับลูกค้ารายย่อยมากยิ่งขึ้น

2. ทุกแผนกภายในคลังสินค้าฯ ควรปรับขั้นตอน และระบบการทำงานภายใน เพื่อให้การให้บริการ เริ่มตั้งแต่กระบวนการสำรองพื้นที่ระวางบรรทุกสินค้า การออกเอกสารและการรับสินค้า การจัดบรรทุกสินค้า การจัดทำบัญชีสินค้า การตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร ประกอบการขนส่งสินค้าขาออก การติดตามกระบวนการขนถ่ายสินค้าในกรณีที่ต้องมีการเปลี่ยนอากาศยานบางจุดในระหว่างการขนส่ง (Transit Point) จนกระทั่งถึงเมืองปลายทางตรงตามกำหนดเวลาและเที่ยวบินที่ได้ทำการสำรองพื้นที่ไว้ ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในกระบวนการให้บริการในภาพรวมทั้งกระบวนการ ในส่วนของกระบวนการสินค้าขาเข้า จะต้องส่งมอบเอกสารประกอบการขนส่งประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสินค้าหรือบริษัทตัวแทนฯ สามารถนำไปดำเนินการด้านพิธีการศุลกากร หรือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้บริการขนส่งทางอากาศ ก็คือเรื่องของเวลา ความสะดวก และความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านกระบวนการ

1. ด้วยสถานการณ์ ปัจจุบัน ธุรกิจการขนส่งสินค้ามีการแข่งขันที่รุนแรง ระหว่างสายการบินด้วยกันเอง และช่องทางการขนส่งแบบอื่น ๆ ดังนั้นผู้บริหารของคลังสินค้าฯ จะต้องให้ความสำคัญด้านคุณภาพในแต่ละกระบวนการ การส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ซึ่งในการลดขั้นตอนหรือการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการมีความจำเป็นจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ในจำนวนที่เพียงพอและสอดคล้องกับมาตรฐานของการให้บริการที่ดี

2. จัดระบบและพิจารณางบประมาณในการจัดซื้อเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ในสำนักงานอย่างเพียงพอ เพื่อช่วยสนับสนุนให้พนักงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ในการบริการลูกค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการรับและส่งมอบสินค้า

3. เพื่อให้เกิดแรงจูงใจและสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของบุคลากรในองค์กร ควรเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอและระดมความคิดเห็น เพื่อหาแนวทางและวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องจากพนักงานผู้ปฏิบัติงานโดยตรง ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกันในการแก้ปัญหาเพื่อลดอัตราความผิดพลาด เช่น สินค้าเสียหายหรือสูญหายระหว่างการขนส่ง การไม่สามารถรับสินค้าได้ตามเที่ยวบินที่ต้องการ และเอกสารประกอบการขนส่งสูญหาย เป็นต้น

4. ปรับลดขั้นตอนและระยะเวลา ในการเตรียมและออกเอกสารประกอบการขนส่งประเภทต่าง ๆ เช่น การออกใบรับส่งสินค้า (Air waybill) ทั้งภายในและต่างประเทศ การออกเอกสารหลักฐานความเสียหายของสินค้า (Cargo irregularity/Damage Report –DMC) เป็นต้น