

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ และแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ข้อมูลเพศ ตำแหน่ง และระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มประเภทอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาดำเนินงานของสถานประกอบการ การใช้บริการขนส่งแบบใดเป็นหลัก การจ้างบริการบริษัทอื่นขนส่ง การใช้ปริมาณรถขนส่งในแต่ละเที่ยวการขนส่ง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการขนส่งต่อเดือน แหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารบริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 1-10

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย

2.1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 11-15

2.2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม ตำแหน่ง ประเภทอุตสาหกรรม และลักษณะธุรกิจผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 16-30

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 31- 35

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร**

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบ
แบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	205	51.25
หญิง	195	48.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของ
โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 และเพศหญิง ร้อยละ 48.75

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการบริษัท	115	28.75
ผู้จัดการโรงงาน	92	23.00
ผู้จัดการฝ่ายขนส่ง และกระจายสินค้า	108	27.00
อื่นๆ	85	21.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งโดย
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีตำแหน่งกรรมการบริษัท ร้อยละ 28.75
รองลงมาตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า ร้อยละ 27.00 ผู้จัดการโรงงาน ร้อยละ 23.00
และอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ตำแหน่ง พนักงานส่วนขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานด้านธุรการ พนักงาน
จัดซื้อ และพนักงานการตลาด เป็นต้น ร้อยละ 21.25

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	274	68.50
สูงกว่าปริญญาตรี	126	31.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 68.50 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 31.50

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผู้ผลิต	223	55.75
ด้านผู้จัดจำหน่าย	177	44.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะธุรกิจผู้ผลิต ร้อยละ 55.75 และธุรกิจผู้จัดจำหน่าย ร้อยละ 44.25

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระยะเวลา
ดำเนินงานของสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาดำเนินงานของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	62	15.50
5 ปี - 9 ปี	98	24.50
10 ปี-14 ปี	160	40.00
15 ปี ขึ้นไป	80	20.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก
ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีระยะเวลาดำเนินงานของสถานประกอบการอยู่
ระหว่าง 10 ปี-14 ปี ร้อยละ 40.00 รองลงมาอยู่ระหว่าง 5 ปี-9 ปี ร้อยละ 24.50 ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
ร้อยละ 20.00 และต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 15.50

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามการใช้บริการ
ขนส่งแบบใดเป็นหลัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้บริการขนส่งแบบใดเป็นหลัก	จำนวน	ร้อยละ
จ้างบริษัทอื่นขนส่ง	148	37.00
มีรถขนส่งของตนเองและจ้างบริษัทอื่นขนส่ง	252	63.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก
ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีการใช้บริการขนส่งแบบมีรถขนส่งของตนเอง
และจ้างบริษัทอื่นขนส่งเป็นหลัก ร้อยละ 63.00 และจ้างบริษัทอื่นขนส่ง ร้อยละ 37.00

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามการจ้างบริการบริษัทอื่นขนส่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

มีการจ้างบริษัทอื่นขนส่งในลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
จ้างเป็นครั้งคราว กับกิจการรายเดียว	60	15.00
จ้างเป็นครั้งคราว กับกิจการมากกว่า 1 ราย	201	50.25
จ้างเป็นประจำ กับกิจการรายเดียว	113	28.25
จ้างเป็นประจำ กับกิจการมากกว่า 1 ราย	106	26.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 7 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีการจ้างบริการบริษัทอื่นขนส่งในลักษณะจ้างเป็นครั้งคราวกับกิจการมากกว่า 1 รายเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.25 รองลงมา จ้างเป็นประจำกับกิจการรายเดียว ร้อยละ 28.25 ถัดไปเป็นการจ้างเป็นประจำกับกิจการมากกว่า 1 ราย ร้อยละ 26.50 และการจ้างเป็นครั้งคราวกับกิจการรายเดียว ร้อยละ 15.00

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามการใช้ปริมาณรถขนส่งแต่ละเที่ยวการขนส่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ปริมาณรถขนส่งแต่ละเที่ยวการขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	19	4.75
2 - 4 คัน	184	46.00
5 - 7 คัน	144	36.00
8 คัน ขึ้นไป	53	13.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีการใช้ปริมาณรถขนส่งแต่ละเที่ยว การขนส่งอยู่ที่ 2-4 คัน ร้อยละ 46.00 รองลงมา อยู่ที่ 5-7 คัน ร้อยละ 36.00 จำนวนรถ 8 คันขึ้นไปอยู่ที่ร้อยละ 13.25 และ 1 คัน อยู่ที่ร้อยละ 4.75

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย
ในการขนส่งต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการขนส่งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	65	16.25
100,001 – 500,000 บาท	124	31.00
500,001 – 1,000,000 บาท	165	41.25
มากกว่า 1,000,000 บาท	46	11.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก
ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการขนส่งต่อเดือนอยู่ที่
500,001 – 1,000,000 บาท ร้อยละ 41.25 รองลงมาอยู่ที่ 100,001 – 500,000 บาท ร้อยละ 31.00 น้อย
กว่า 100,000 บาท ร้อยละ 16.25 และมากกว่า 1,000,000 บาท ร้อยละ 11.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามแหล่งรับรู้ข้อมูล
บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของผู้ตอบแบบสอบถาม

รับรู้ข้อมูลบริการธุรกิจขนส่งโดยรถบรรทุก	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทขนส่ง	233	58.25
วิทยุ	23	5.75
โทรทัศน์	32	8.00
อินเทอร์เน็ต	195	48.75
สมาคมต่างๆ	171	42.75
นิตยสาร/วารสาร/หนังสือพิมพ์	171	42.75
ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ	86	21.50
งานนิทรรศการ	50	12.50
อื่นๆ	30	7.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 10 พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร มีการรับรู้ข้อมูลบริการธุรกิจขนส่ง
รถบรรทุกจากแหล่งข้อมูลทางพนักงานบริษัทขนส่งเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.25 รองลงมาจาก
แหล่งอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 48.75 จากแหล่งสมาคมต่าง ๆ และนิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์
ร้อยละ 42.75 เท่ากัน จากแหล่งป้ายโฆษณาและแผ่นพับ ร้อยละ 21.50 จากงานนิทรรศการ ร้อยละ
12.50 ทางสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 8.00 อื่น ๆ ร้อยละ 7.50 เช่น หน่วยงานราชการต่าง ๆ อุตสาหกรรม
จังหวัด กรมการขนส่ง ฯลฯ เป็นต้น และจากแหล่งทางสื่อวิทยุ ร้อยละ 5.75

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรม
ในจังหวัดสมุทรสาคร

2.1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.480	มีผลมาก
ด้านราคา	4.07	0.535	มีผลมาก
ด้านการจัดจำหน่าย	4.00	0.565	มีผลมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	0.470	มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.87	0.413	มีผลมาก

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.87) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.08) ปัจจัยด้านราคา (4.07) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (4.00) ส่วนปัจจัยมีผลระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.31)

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรม
ในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
บริษัทมีชื่อเสียงและประสิทธิภาพใน การขนส่ง	3.88	0.578	มีผลมาก
มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้ มาตรฐาน	3.95	0.772	มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.19	0.720	มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า	4.64	0.512	มีผลมากที่สุด
มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.65	0.477	มีผลมากที่สุด
ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิด ความเสียหาย	4.53	0.810	มีผลมากที่สุด
ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมี เอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ ของบริษัท(โลโก้)	3.20	0.897	มีผลมาก
จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้ บริการ	4.09	0.775	มีผลมาก
มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลาย หลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ	3.91	0.788	มีผลมาก
พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ ชุดฟอร์ม	3.41	0.868	มีผลมาก
มีบริการประกันสินค้าสูญหายและ เสียหาย	4.45	0.812	มีผลมาก
มีการตรวจสอบการส่งสินค้ากับผู้รับ ปลายทาง	4.18	0.979	มีผลมาก
โดยรวม	4.08	0.480	มีผลมาก

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (4.08) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.65) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.64) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.53) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ได้แก่ มีบริการประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (4.45) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.19) มีการตรวจสอบการส่งสินค้ากับผู้รับปลายทาง (4.18) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (4.09) มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.95) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (3.91) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.88) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (3.41) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (3.20) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง	4.02	0.860	มีผลมาก
ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้าย โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน	3.87	0.800	มีผลมาก
ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ	4.12	0.696	มีผลมาก
ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่ม ค่าประกันภัยในการขนส่ง	4.29	0.707	มีผลมาก
โดยรวม	4.07	0.535	มีผลมาก

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (4.07) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (4.29) การให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.12) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.02) และค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน (3.87) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางเพื่อสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.82	0.755	มีผลมาก
ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.21	0.801	มีผลมาก
ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง, ระยะทาง, ประเภทรถ	4.00	0.601	มีผลมาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์	4.00	1.032	มีผลมาก
โดยรวม	4.00	0.565	มีผลมาก

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (4.00) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.21) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทางระยะทาง ประเภทรถ (4.00) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (4.00) และมีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางเพื่อสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.82) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย	2.94	1.121	มีผลปานกลาง
มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูล บริษัทและบริการขนส่ง	2.80	0.838	มีผลปานกลาง
การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการ ขนส่ง	2.82	1.087	มีผลปานกลาง
มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่างๆ	3.37	0.949	มีผลปานกลาง
พนักงานให้บริการ มีความรู้ในการให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทาง และขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของ สินค้า	3.90	0.755	มีผลมาก
พนักงานให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างรวดเร็ว เช่นกรณีเกิดอุบัติเหตุ	4.26	0.850	มีผลมาก
มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ	3.98	0.867	มีผลมาก
เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและ เสียหาย	3.72	0.934	มีผลมาก
แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของ ชำร่วย	2.66	0.817	มีผลปานกลาง
สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่างๆ ของลูกค้า	2.72	0.936	มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.31	0.470	มีผลปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาครโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.31) ปัจจัยย่อยมีผลระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (4.26) มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (3.98) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.90) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.72) และปัจจัยย่อยมีผลระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.37) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคมต่าง ๆ (2.94) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (2.82) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.80) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.72) และแจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.66) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม ตำแหน่ง ประเภท อุตสาหกรรม และลักษณะธุรกิจผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กรรมการบริษัท	ผู้จัดการโรงงาน	ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า	อื่นๆ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.02 มีผลมาก	4.18 มีผลมาก	3.75 มีผลมาก	3.35 มีผลปานกลาง
ด้านราคา	4.15 มีผลมาก	3.95 มีผลมาก	3.82 มีผลมาก	4.35 มีผลมาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.85 มีผลมาก	3.35 มีผลปานกลาง	4.10 มีผลมาก	3.10 มีผลปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23 มีผลปานกลาง	2.80 มีผลปานกลาง	2.65 มีผลปานกลาง	2.45 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.81 มีผลมาก	3.57 มีผลมาก	3.58 มีผลมาก	3.31 มีผลปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตำแหน่งกรรมการบริษัท (3.81) ผู้จัดการโรงงาน (3.57) ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า (3.58) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ตำแหน่ง อื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด เป็นต้น (3.31)

กรรมการบริษัท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา (4.15) ด้านผลิตภัณฑ์ (4.02) ด้านการจัดจำหน่าย (3.85) และด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง (3.23)

ผู้จัดการโรงงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (4.18) ด้านราคา (4.15) มีผลในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (3.35) ด้านการส่งเสริมการตลาด (2.80)

ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (4.10) ด้านราคา (3.82) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.75) และด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง (2.65)

ตำแหน่งอื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา (4.35) มีผลในระดับปานกลางได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ (3.35) ด้านการจัดจำหน่าย (3.10) ด้านการส่งเสริมการตลาด (2.45)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด
สมุทรสาครจำแนกตามตำแหน่งผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามตำแหน่ง ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กรรมการ บริษัท	ผู้จัดการ โรงงาน	ผู้จัดการฝ่าย ขนส่งและ กระจายสินค้า	อื่นๆ
บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการ ขนส่ง	3.20 มีผลปานกลาง	3.52 มีผลมาก	3.07 มีผลปานกลาง	3.12 มีผลปานกลาง
มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้ มาตรฐาน	3.45 มีผลปานกลาง	3.64 มีผลมาก	3.32 มีผลปานกลาง	3.35 มีผลปานกลาง
มีความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.75 มีผลมากที่สุด	4.60 มีผลมากที่สุด	4.04 มีผลมาก	3.57 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า	4.80 มีผลมากที่สุด	4.45 มีผลมาก	4.33 มีผลมาก	3.69 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.78 มีผลมากที่สุด	4.65 มีผลมากที่สุด	4.35 มีผลมาก	3.89 มีผลมาก
ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความ เสียหาย	4.45 มีผลมาก	4.25 มีผลมาก	4.03 มีผลมาก	4.06 มีผลมาก
ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์ เฉพาะเช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้)	2.23 มีผลน้อย	3.20 มีผลปานกลาง	3.59 มีผลมาก	2.28 มีผลน้อย
จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ	4.52 มีผลมากที่สุด	4.85 มีผลมากที่สุด	3.79 มีผลมาก	3.55 มีผลมาก
มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลาย ประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก	4.02 มีผลมาก	4.64 มีผลมากที่สุด	3.90 มีผลมาก	3.07 มีผลปานกลาง
พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุด ฟอร์ม	4.00 มีผลมาก	4.00 มีผลมาก	3.08 มีผลมาก	2.92 มีผลปานกลาง
โดยรวม	4.02 มีผลมาก	4.18 มีผลมาก	3.75 มีผลมาก	3.35 มีผลปานกลาง

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ตำแหน่งกรรมการบริษัท (4.02) ผู้จัดการโรงงาน (4.18) ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า (3.75) ผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตำแหน่ง อื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด เป็นต้น (3.35)

กรรมการบริษัท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.80) มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า(4.78) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.75) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (4.52) มีผลในระดับมาก ได้แก่ ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.45) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (4.02) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าในส่งชุดฟอร์ม (4.00) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.45) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.20) และลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้) (2.23)

ผู้จัดการโรงงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (4.85) มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.65) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก(4.64) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.60) มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า(4.45) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.25) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (4.00) มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.64) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.52) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้) (3.20)

ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.35) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.33) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.04) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.03) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก (3.90) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (3.79) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้) (3.59) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (3.08) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.32) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.07)

ตำแหน่งอื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.06) มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (3.89) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (3.69) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (3.57) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (3.55) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.35) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.12) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก (3.07) มีผลในระดับน้อย ได้แก่ ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (2.28)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามตำแหน่ง ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กรรมการ บริษัท	ผู้จัดการ โรงงาน	ผู้จัดการฝ่าย ขนส่งและ กระจายสินค้า	อื่นๆ
ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตาม ระยะทาง	4.67 มีผลมากที่สุด	4.14 มีผลมาก	4.04 มีผลมาก	4.78 มีผลมากที่สุด
ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขน ย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม	3.63 มีผลมาก	3.77 มีผลมาก	3.57 มีผลมาก	3.76 มีผลมาก
ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับ ลูกค้าประจำ	4.45 มีผลมาก	4.32 มีผลมาก	4.12 มีผลมาก	4.47 มีผลมาก
ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการ ขนส่ง	3.85 มีผลมาก	3.57 มีผลมาก	3.55 มีผลมาก	4.39 มีผลมาก
โดยรวม	4.15 มีผลมาก	3.95 มีผลมาก	3.82 มีผลมาก	4.35 มีผลมาก

จากตาราง 18 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกตำแหน่ง (4.15, 3.95, 3.82 และ 4.35 ตามลำดับ)

กรรมการบริษัท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.67) มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.45) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.85) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.63)

ผู้จัดการโรงงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.32) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.14) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.77) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.57)

ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ(4.12) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.04) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.57) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.55)

ตำแหน่งอื่นๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.78) มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.47) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (4.39) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.76)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามตำแหน่ง ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กรรมการ บริษัท	ผู้จัดการ โรงงาน	ผู้จัดการฝ่าย ขนส่งและ กระจายสินค้า	อื่นๆ
มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางเพื่อสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.46 มีผลปานกลาง	2.87 มีผลปานกลาง	3.39 มีผลปานกลาง	2.67 มีผลปานกลาง
ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.40 มีผลมาก	4.32 มีผลมาก	4.38 มีผลมาก	3.86 มีผลมาก
ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง, ระยะทาง, ประเภทรถ	3.52 มีผลมาก	3.00 มีผลปานกลาง	4.06 มีผลมาก	2.78 มีผลปานกลาง
ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์	4.02 มีผลมาก	3.21 มีผลปานกลาง	4.57 มีผลมาก	3.09 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.85 มีผลมาก	3.35 มีผลปานกลาง	4.10 มีผลมาก	3.10 มีผลปานกลาง

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตำแหน่งกรรมการบริษัท (3.85) ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า (4.10) ส่วนผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน (3.35) และตำแหน่งอื่น ๆ อาทิเช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด เป็นต้น (3.10)

กรรมการบริษัท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.40) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (4.02) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.52) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.46)

ผู้จัดการโรงงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.32) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.21) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.00) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (2.87)

ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (4.57) ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.38) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (4.06) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.39)

ตำแหน่งอื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.86) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.09) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (2.78) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (2.67)

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามตำแหน่ง ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กรรมการ บริษัท	ผู้จัดการ โรงงาน	ผู้จัดการฝ่าย ขนส่งและ กระจายสินค้า	อื่นๆ
มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม	2.52 มีผลปานกลาง	2.54 มีผลปานกลาง	2.27 มีผลน้อย	2.20 มีผลน้อย
มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัท และบริการขนส่ง	2.84 มีผลปานกลาง	2.60 มีผลปานกลาง	2.57 มีผลปานกลาง	2.63 มีผลปานกลาง
การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการ ขนส่ง	3.64 มีผลมาก	2.98 มีผลปานกลาง	2.77 มีผลปานกลาง	2.40 มีผลน้อย
มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่างๆ	3.35 มีผลปานกลาง	3.02 มีผลปานกลาง	2.92 มีผลปานกลาง	2.52 มีผลปานกลาง
พนักงานให้บริการ มีความรู้ในการให้คำ แนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและ ขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า	3.52 มีผลมาก	3.10 มีผลปานกลาง	2.98 มีผลปานกลาง	2.68 มีผลปานกลาง
พนักงานให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหา ได้ อย่างรวดเร็ว เช่นกรณีเกิดอุบัติเหตุ	3.78 มีผลมาก	3.11 มีผลปานกลาง	3.05 มีผลปานกลาง	2.77 มีผลปานกลาง
มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ	3.45 มีผลปานกลาง	3.07 มีผลปานกลาง	2.89 มีผลปานกลาง	2.48 มีผลน้อย
เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหาย และเสียหาย	3.30 มีผลปานกลาง	3.00 มีผลปานกลาง	2.91 มีผลปานกลาง	2.68 มีผลปานกลาง
แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำ ราย	2.97 มีผลปานกลาง	2.40 มีผลน้อย	2.06 มีผลน้อย	2.01 มีผลน้อย
สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่างๆของ ลูกค้า	2.93 มีผลปานกลาง	2.18 มีผลน้อย	2.08 มีผลน้อย	2.01 มีผลน้อย
โดยรวม	3.23 มีผลปานกลาง	2.80 มีผลปานกลาง	2.65 มีผลปานกลาง	2.45 มีผลปานกลาง

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามตำแหน่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางในทุก ๆ กลุ่มตำแหน่ง (3.23, 2.80, 2.65 และ 2.45 ตามลำดับ)

กรรมการบริษัท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.78) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.64) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.52) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (3.45) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.35) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.30) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.97) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.93) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.84) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.52)

ผู้จัดการโรงงาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.11) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.10) มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (3.07) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.02) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.00) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (2.98) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.60) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.54) มีผลในระดับน้อย ได้แก่ แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.40) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.18)

ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและกระจายสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.05) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (2.98) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (2.92) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (2.91) มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (2.89) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (2.77) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.57) และมีผลในระดับน้อย ได้แก่ มีโฆษณาผ่านสื่อ

ต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.27) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.08) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.06)

ตำแหน่งอื่น ๆ อาทิ เช่น พนักงานขนส่ง พนักงานคลังสินค้า พนักงานธุรการ พนักงานจัดซื้อ และพนักงานการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (2.77) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (2.68) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (2.68) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.63) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (2.52) มีผลในระดับน้อยได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (2.48) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (2.40) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.20) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.01) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.01)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กลุ่ม โลหะและ เครื่องจักร	กลุ่ม โลหะ	กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม	กลุ่มไม้และ เครื่องเรือน
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73 มีผลมาก	3.62 มีผลมาก	3.58 มีผลมาก	3.46 มีผลปานกลาง
ด้านราคา	4.16 มีผลมาก	3.91 มีผลมาก	3.93 มีผลมาก	4.03 มีผลมาก
ด้านการจัดจำหน่าย	4.00 มีผลมาก	3.89 มีผลมาก	3.78 มีผลมาก	3.79 มีผลมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40 มีผลปานกลาง	3.38 มีผลปานกลาง	3.40 มีผลปานกลาง	3.35 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.82 มีผลมาก	3.70 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (3.82, 3.70, 3.67 และ 3.65 ตามลำดับ)

อุตสาหกรรมกลุ่มโลหะและเครื่องจักร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา (4.16) ด้านการจัดจำหน่าย (4.00) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.73) และด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง (3.40)

อุตสาหกรรมกลุ่มโลหะ พบว่า ปัจจัยด้านราคา (3.91) ด้านการจัดจำหน่าย (3.89) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.62) และด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง (3.38)

อุตสาหกรรมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา (3.93) ด้านการจัดจำหน่าย (3.78) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.58) และด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง (3.40)

อุตสาหกรรมกลุ่มไม้และเครื่องเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา (4.03) ด้านการจัดจำหน่าย (3.79) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (3.46) และด้านส่งเสริมการตลาด (3.35)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กลุ่มโลหะและ เครื่องจักร	กลุ่มอโลหะ	กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม	กลุ่มไม้และ เครื่องเรือน
บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ใน การขนส่ง	2.75 มีผลปานกลาง	2.64 มีผลปานกลาง	2.87 มีผลปานกลาง	2.57 มีผลปานกลาง
มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้ มาตรฐาน	3.24 มีผลปานกลาง	3.13 มีผลปานกลาง	2.95 มีผลปานกลาง	2.74 มีผลปานกลาง
มีความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.15 มีผลมาก	4.04 มีผลมาก	3.93 มีผลมาก	3.53 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า	4.26 มีผลมาก	4.14 มีผลมาก	4.30 มีผลมาก	4.10 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.40 มีผลมาก	4.20 มีผลมาก	4.15 มีผลมาก	4.45 มีผลมาก
ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิด ความเสียหาย	4.15 มีผลมาก	4.05 มีผลมาก	4.00 มีผลมาก	4.25 มีผลมาก
ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอก ลักษณะเฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ ของบริษัท(โลโก้)	3.20 มีผลปานกลาง	3.30 มีผลปานกลาง	2.95 มีผลปานกลาง	2.68 มีผลปานกลาง
จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการ ให้บริการ	4.12 มีผลมาก	4.02 มีผลมาก	3.87 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก
มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลาย หลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ	4.20 มีผลมาก	3.98 มีผลมาก	3.93 มีผลมาก	4.12 มีผลมาก
พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้า ใส่ชุดฟอร์ม	2.80 มีผลปานกลาง	2.66 มีผลปานกลาง	2.84 มีผลปานกลาง	2.45 มีผลน้อย
โดยรวม	3.73 มีผลมาก	3.62 มีผลมาก	3.58 มีผลมาก	3.46 มีผลปานกลาง

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมกลุ่มโลหะและเครื่องจักร (3.73) กลุ่มอโลหะ (3.62) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (3.58) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มไม้และเครื่องเรือน (3.46)

กลุ่มโลหะและเครื่องจักร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.40) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.26) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (4.20) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.15) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.15) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (4.12) มีผลในระดับกลาง ได้แก่ มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.24) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (3.20) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.80) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (2.75)

กลุ่มอโลหะ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.20) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.14) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.05) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (4.04) จำนวนรถบรรทุก มีเพียงพอในการให้บริการ (4.02) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (3.98) มีผลในระดับกลาง ได้แก่ ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (3.30) มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.13) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.66) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (2.64)

กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.30) มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.15) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.00) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (3.93) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (3.93) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (3.87) มีผลในระดับกลาง ได้แก่ ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (2.95) มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (2.95) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (2.87) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.84)

กลุ่มไม้และเครื่องเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.45) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (4.25) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (4.12) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.10) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (3.67) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (3.53) มีผลในระดับกลางได้แก่ มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (2.74) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น สี หรือสัญลักษณ์ของบริษัท (โลโก้) (2.68) บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (2.57) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.45)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กลุ่ม โลหะและ เครื่องจักร	กลุ่มอโลหะ	กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม	กลุ่มไม้และ เครื่องเรือน
ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐาน ตามระยะทาง	4.36 มีผลมาก	4.27 มีผลมาก	4.05 มีผลมาก	4.45 มีผลมาก
ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการ ขนย้าย โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน	3.97 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก	3.57 มีผลมาก	3.73 มีผลมาก
ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่ง สำหรับลูกค้าประจำ	4.43 มีผลมาก	4.04 มีผลมาก	4.35 มีผลมาก	4.25 มีผลมาก
ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่ม ค่าประกันภัยใน การขนส่ง	3.87 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก	3.77 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก
โดยรวม	4.16 มีผลมาก	3.91 มีผลมาก	3.93 มีผลมาก	4.03 มีผลมาก

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งโดยรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม (4.16, 3.91, 3.93 และ 4.03 ตามลำดับ)

กลุ่มโลหะและเครื่องจักร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.43) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.36) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน (3.97) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.87)

กลุ่มอโลหะ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.27) ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.04) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.67) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.65)

กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.35) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.05) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.77) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.57)

กลุ่มไม้และเครื่องเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.45) ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.25) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ เพิ่ม (3.73) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.67)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire central design is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant's head.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กลุ่มโลหะและ เครื่องจักร	กลุ่มโลหะ	กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม	กลุ่มไม้และ เครื่องเรือน
มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง เพื่อสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.90 มีผลมาก	3.95 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก
ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ ตลอด 24 ชั่วโมง	4.13 มีผลมาก	4.20 มีผลมาก	4.03 มีผลมาก	4.10 มีผลมาก
ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่าน เว็บไซต์ เช่น เส้นทาง, ระยะทาง, ประเภทรถ	3.85 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก	3.50 มีผลมาก	3.55 มีผลมาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่ง สินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์	4.12 มีผลมาก	3.78 มีผลมาก	3.95 มีผลมาก	3.85 มีผลมาก
โดยรวม	4.00 มีผลมาก	3.89 มีผลมาก	3.78 มีผลมาก	3.79 มีผลมาก

จากตาราง 24 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.00, 3.89, 3.78 และ 3.79 ตามลำดับ)

กลุ่มโลหะและเครื่องจักร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.13) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (4.12) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.90) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.85)

กลุ่มโลหะ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.20) มีช่องทางในการติดต่อหลาย

ช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.95) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.78) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.65)

กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.03) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.95) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.65) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.50)

กลุ่มไม้และเครื่องเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.10) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.85) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.67) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.55)

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า			
	กลุ่มโลหะและ เครื่องจักร	กลุ่มอโลหะ	กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม	กลุ่มไม้และ เครื่องเรือน
มีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองเว็บไซต์สมาคม	2.65 มีผลปานกลาง	2.70 มีผลปานกลาง	3.10 มีผลปานกลาง	3.00 มีผลปานกลาง
มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูล บริษัทและบริการขนส่ง	2.85 มีผลปานกลาง	2.87 มีผลปานกลาง	3.24 มีผลปานกลาง	2.97 มีผลปานกลาง
การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการ ขนส่ง	3.46 มีผลปานกลาง	3.64 มีผลมาก	3.37 มีผลปานกลาง	3.13 มีผลปานกลาง
มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่างๆ	3.73 มีผลมาก	3.85 มีผลมาก	3.97 มีผลมาก	3.35 มีผลปานกลาง
พนักงานให้บริการ มีความรู้ในการให้คำ แนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่นเส้นทางและ ขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า	3.95 มีผลมาก	4.04 มีผลมาก	3.83 มีผลมาก	3.52 มีผลมาก
พนักงานให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างรวดเร็ว เช่นกรณีเกิดอุบัติเหตุ	3.87 มีผลมาก	3.75 มีผลมาก	4.02 มีผลมาก	3.84 มีผลมาก
มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ	4.02 มีผลมาก	4.00 มีผลมาก	3.97 มีผลมาก	4.36 มีผลมาก
เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสีย หาย	3.88 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก	3.44 มีผลมาก	4.02 มีผลมาก
แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของ ชำร่วย	2.75 มีผลปานกลาง	2.84 มีผลปานกลาง	2.64 มีผลปานกลาง	2.87 มีผลปานกลาง
สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ของลูกค้า	2.65 มีผลปานกลาง	2.50 มีผลปานกลาง	2.48 มีผลน้อย	2.53 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.40 มีผลปานกลาง	3.38 มีผลปานกลาง	3.40 มีผลปานกลาง	3.35 มีผลปานกลาง

จากตาราง 25 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมีผลปานกลางโดยทุกกลุ่มอุตสาหกรรม (3.40, 3.38, 3.40 และ 3.35 ตามลำดับ)

กลุ่มโลหะและเครื่องจักร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (4.02) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.95) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.88) พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่นกรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.87) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.73) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.46) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.85) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.75) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.65) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.65)

กลุ่มอโลหะ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (4.04) มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (4.00) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.85) พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.75) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.65) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.64) มีผลในระดับปานกลางได้แก่ มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.87) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.84) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.70) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.50)

กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (4.02) มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (3.97) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.97) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.83) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.44) มีผลระดับในปานกลาง ได้แก่ การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.37) มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (3.24) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ

โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (3.10) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของ
 ชำร่วย (2.64) มีผลในระดับน้อย ได้แก่ สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.48)

กลุ่มไม้และเครื่องเรือน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผล
 ในระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (4.36) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย
 (4.02) พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.84)
 พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่
 เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.52) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับ
 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.35) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง
 (3.13) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (3.00)
 มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (2.97) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมา
 แลกของชำร่วย (2.87) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.53)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจ
ขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะ
ธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะธุรกิจ ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า	
	ด้านผู้ผลิต	ด้านผู้จัดจำหน่าย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.28 มีผลปานกลาง	3.39 มีผลปานกลาง
ด้านราคา	4.02 มีผลมาก	3.90 มีผลมาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.87 มีผลมาก	3.78 มีผลมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.34 มีผลปานกลาง	3.44 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.62 มีผลมาก	3.62 มีผลมาก

จากตาราง 26 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของ
ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (3.62)

ธุรกิจผู้ผลิต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา (4.02)
ด้านการจัดจำหน่าย (3.87) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.34) ด้าน
ผลิตภัณฑ์ (3.28)

ธุรกิจผู้จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลในระดับมากได้แก่ ด้านราคา
(3.90) ด้านการจัดจำหน่าย (3.78) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.44)
ด้านผลิตภัณฑ์ (3.39)

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะธุรกิจผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า	
	ด้านผู้ผลิต	ด้านผู้จัดจำหน่าย
บริษัทมีชื่อเสียงและประสิทธิภาพในการขนส่ง	3.13 มีผลปานกลาง	3.20 มีผลปานกลาง
มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน	3.05 มีผลปานกลาง	2.95 มีผลปานกลาง
มีความรวดเร็วในการเสนอราคา	3.75 มีผลมาก	3.85 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า	3.80 มีผลมาก	4.20 มีผลมาก
มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.15 มีผลมาก	4.30 มีผลมาก
ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย	3.85 มีผลมาก	3.90 มีผลมาก
ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่นสีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้)	2.70 มีผลปานกลาง	2.95 มีผลปานกลาง
จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ	2.95 มีผลปานกลาง	3.05 มีผลปานกลาง
มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง	3.00 มีผลปานกลาง	2.85 มีผลปานกลาง
พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม	2.45 มีผลน้อย	2.65 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.28 มีผลปานกลาง	3.39 มีผลปานกลาง

จากตาราง 27 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งโดยรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28 และ 3.39 ตามลำดับ)

ธุรกิจผู้ผลิต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.15) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (3.85) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (3.80) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (3.75) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.13) มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (3.05) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (3.00) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (2.95) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้) (2.70) มีผลในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.45)

ธุรกิจผู้จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมากได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.30) มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า (4.20) ส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย (3.90) มีความรวดเร็วในการเสนอราคา (3.85) มีผลระดับกลาง ได้แก่ บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง (3.20) จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ (3.05) มีระบบและนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน (2.95) ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น สีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้) (2.95) มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุกขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ (2.85) พนักงานขับรถและพนักงานส่งสินค้าใส่ชุดฟอร์ม (2.65)

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนก
ตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะธุรกิจผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า	
	ด้านผู้ผลิต	ด้านผู้จัดจำหน่าย
ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง	4.15 มีผลมาก	4.30 มีผลมาก
ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้าย โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน	3.90 มีผลมาก	3.75 มีผลมาก
ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ	4.30 มีผลมาก	4.00 มีผลมาก
ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่ม ค่าประกันภัยในการขนส่ง	3.75 มีผลมาก	3.55 มีผลมาก
โดยรวม	4.02 มีผลมาก	3.90 มีผลมาก

จากตาราง 28 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะ
ธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (4.02 และ 3.90
ตามลำดับ)

ธุรกิจผู้ผลิต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่ ให้
เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ (4.30) ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐาน
ตามระยะทาง (4.15) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้าย โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย
ใด ๆ เพิ่ม เช่น เคน (3.90) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.75)

ธุรกิจผู้จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลในระดับมาก ได้แก่
ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐานตามระยะทาง (4.30) ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่ง
สำหรับลูกค้าประจำ (4.00) ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องจ่ายใด ๆ
เพิ่ม (3.75) ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง (3.55)

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะธุรกิจผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า	
	ด้านผู้ผลิต	ด้านผู้จัดจำหน่าย
มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางเพื่อสะดวกในการติดต่อเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.65 มีผลมาก	3.75 มีผลมาก
ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.14 มีผลมาก	4.05 มีผลมาก
ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง, ระยะทาง, ประเภทรถ	3.85 มีผลมาก	3.67 มีผลมาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์	3.85 มีผลมาก	3.66 มีผลมาก
โดยรวม	3.87 มีผลมาก	3.78 มีผลมาก

จากตาราง 29 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมีผลมาก (3.87 และ 3.78 ตามลำดับ)

ธุรกิจผู้ผลิต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.14) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.85) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.85) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.65)

ธุรกิจผู้จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.05) มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางสะดวกในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (3.75) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่น เส้นทาง ระยะทาง ประเภทรถ (3.67) ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.66)

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะธุรกิจผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า	
	ด้านผู้ผลิต	ด้านผู้จัดจำหน่าย
มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคมต่างๆ	2.78 มีผลปานกลาง	2.84 มีผลปานกลาง
มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง	3.05 มีผลปานกลาง	3.00 มีผลปานกลาง
การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง	3.65 มีผลมาก	3.70 มีผลมาก
มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่างๆ	3.65 มีผลมาก	3.80 มีผลมาก
พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่งเช่นเส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า	3.70 มีผลมาก	4.04 มีผลมาก
พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่นกรณีเกิดอุบัติเหตุ	3.85 มีผลมาก	4.10 มีผลมาก
มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ	4.05 มีผลมาก	4.20 มีผลมาก
เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย	3.85 มีผลมาก	3.65 มีผลมาก
แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของขวัญ	2.64 มีผลปานกลาง	2.49 มีผลน้อย
สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่างๆของลูกค้า	2.20 มีผลน้อย	2.64 มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.34 มีผลปานกลาง	3.44 มีผลปานกลาง

จากตาราง 30 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.34 และ 3.44 ตามลำดับ)

ธุรกิจผู้ผลิต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (4.05) พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (3.85) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.85) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (3.70) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.65) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.65) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (3.05) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.78) แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.64) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านการเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (2.20)

ธุรกิจผู้จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (4.20) พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ (4.10) พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า (4.04) มีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ (3.80) การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง (3.70) เพิ่มวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.65) มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง (3.00) มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม (2.84) สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า (2.64) ผลระดับน้อย ได้แก่ แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย (2.49)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด
สมุทรสาคร

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสม
การตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงาน
อุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	0.868	มีปัญหาหนัก
ด้านราคา	3.89	0.866	มีปัญหาหนัก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.52	1.012	มีปัญหาหนัก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	0.967	มีปัญหาหนัก
โดยรวม	3.64	0.928	มีปัญหาหนัก

จากตาราง 31 พบว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของ
โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับปัญหาหนัก (3.64) ได้แก่ ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (3.64) ด้านราคา (3.89) ด้านการจัดจำหน่าย (3.52) และด้านการ
ส่งเสริมการตลาด (3.52)

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
บริษัทไม่มีประสิทธิภาพในการขนส่ง	3.99	0.711	มีปัญหาหนัก
ไม่มีมาตรฐานในการทำงาน	4.26	0.741	มีปัญหาหนัก
การให้บริการล่าช้า	4.26	0.786	มีปัญหาหนัก
จำนวนรถบรรทุกไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.76	0.951	มีปัญหาหนัก
ขนาดของรถไม่มีความหลากหลาย	3.30	0.909	มีปัญหาปานกลาง
ไม่มีวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย	3.95	0.946	มีปัญหาหนัก
ไม่มีอุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าในการขนส่ง เช่น เครน	3.40	0.832	มีปัญหาปานกลาง
เสนอราคาล่าช้า	3.62	0.814	มีปัญหาหนัก
รับสินค้าเพื่อดำเนินการจัดส่งล่าช้า	4.19	0.728	มีปัญหาหนัก
จัดส่งสินค้าล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนดเวลา	4.17	0.768	มีปัญหาหนัก
จัดส่งสินค้าไม่ถูกต้อง	3.90	1.099	มีปัญหาหนัก
ไม่มีการตรวจสอบผู้รับปลายทางให้ลูกค้า	3.91	1.021	มีปัญหาหนัก
พนักงานขับรถขนส่งไม่มีความรับผิดชอบ	4.09	0.887	มีปัญหาหนัก
รถบรรทุกไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัท	3.19	0.973	มีปัญหาปานกลาง
โดยรวม	3.64	0.868	มีปัญหาหนัก

จากตาราง 32 พบว่า ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับปัญหาหนัก (3.64) ปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีมาตรฐานในการทำงาน(4.26) การให้บริการล่าช้า (4.26) รับสินค้าเพื่อดำเนินการจัดส่งล่าช้า (4.19) จัดส่งสินค้าล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา (4.17) พนักงานขับรถขนส่งไม่มีความรับผิดชอบ (4.09) บริษัทไม่มีประสิทธิภาพในการขนส่ง (3.99) ไม่มีวงเงินประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย (3.95) ไม่มีการตรวจสอบผู้รับปลายทางให้ลูกค้า (3.91) จัดส่งสินค้าไม่ถูกต้อง (3.90) จำนวนรถบรรทุกไม่เพียงพอ

ในการให้บริการ (3.76) เสนอราคาล่าช้า (3.62) ปัญหาย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีอุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าในการขนส่ง เช่น เคน (3.40) ขนาดของรถไม่มีความหลากหลาย (3.30) รถบรรทุกไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัท (3.19)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
ค่าบริการขนส่งสูง	4.10	0.792	มีปัญหาหนัก
ไม่มีการให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งกับลูกค้า	3.69	0.940	มีปัญหาหนัก
โดยรวม	3.89	0.866	มีปัญหาหนัก

จากตาราง 33 พบว่า ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับปัญหาหนัก (3.89) ปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าบริการขนส่งสูง (4.10) ไม่มีการให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งกับลูกค้า (3.69)

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
ไม่มีพนักงานเข้าไปเสนอบริการโดยตรงกับลูกค้า	3.12	0.878	มีปัญหาปานกลาง
ไม่สามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.67	1.024	มีปัญหามาก
ไม่มีระบบตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์	3.78	1.135	มีปัญหามาก
โดยรวม	3.52	1.012	มีปัญหามาก

จากตาราง 34 พบว่า ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาครโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาหนัก (3.52) ปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีระบบตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ (3.78) ไม่สามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.67) ปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีพนักงานเข้าไปเสนอบริการโดยตรงกับลูกค้า (3.12)

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	แปลผล
พนักงานบริการไม่สุภาพ	4.12	0.845	มีปัญหาหนัก
พนักงานให้บริการ ไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถ	3.26	0.965	มีปัญหาปานกลาง
พนักงานให้บริการ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	4.04	0.865	มีปัญหาหนัก
ไม่มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ	3.61	1.013	มีปัญหาหนัก
ไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของลูกค้า	2.59	1.147	มีปัญหาปานกลาง
โดยรวม	3.52	0.967	มีปัญหาหนัก

จากตาราง 35 พบว่า ปัญหาจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมระดับมีปัญหาหนัก (3.52) ปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการไม่สุภาพ (4.12) พนักงานให้บริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า (4.04) ไม่มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ (3.61) ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานให้บริการไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถ (3.26) ไม่มีการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของลูกค้า (2.59)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุก

จากการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร ทางผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะจำแนกตามตำแหน่งผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า จำแนกตามลักษณะธุรกิจของผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า ต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกทำการจัดตั้งรวมตัวกันเป็นกลุ่มศูนย์กลางในลักษณะรูปแบบบริษัทจำกัด สหกรณ์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะติดต่อได้สะดวก พร้อมทั้งที่จะเลือกประเภท และขนาดของรถบรรทุกได้หลากหลายจากแหล่งเดียว โดยที่ไม่ต้องติดต่อในหลาย ๆ ที่ และต้องการให้พนักงานขับรถและพนักงานประจำรถขนส่งต่างกายสะอาด เรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทอุตสาหกรรมที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า ต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกทำการจัดตั้งรวมตัวกันเป็นกลุ่มศูนย์กลางในลักษณะรูปแบบ บริษัทจำกัด สหกรณ์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะติดต่อได้สะดวก พร้อมทั้งที่จะเลือกประเภท และขนาดของรถบรรทุกได้หลากหลายจากแหล่งเดียว โดยที่ไม่ต้องติดต่อในหลาย ๆ ที่ ต้องการให้ทางผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกมีเทคโนโลยีในการตรวจสอบและติดตามสินค้าได้ตลอดเส้นทางการขนส่ง และต้องการให้พนักงานขับรถและพนักงานประจำรถขนส่งต่างกายสะอาด เรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทลักษณะธุรกิจที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า ต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกทำการจัดตั้งรวมตัวกันเป็นกลุ่มศูนย์กลางในลักษณะรูปแบบ บริษัทจำกัด สหกรณ์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะติดต่อได้สะดวก พร้อมทั้งที่จะเลือกประเภท และขนาดของรถบรรทุกได้หลากหลายจากแหล่งเดียว โดยที่ไม่ต้องติดต่อในหลาย ๆ ที่ ต้องการให้ทางผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกมีเทคโนโลยีในการตรวจสอบและติดตามสินค้าได้ตลอดเส้นทางการขนส่ง และต้องการให้พนักงานขับรถและพนักงานขนส่งต่างกายสะอาด เรียบร้อย