

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสายการบินเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษามี 3 ส่วนสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 110 บริษัท ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.40 มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.7% มีระยะเวลาเปิดดำเนินการของกิจการ 5 ปี – 10 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50% และมีจำนวนพนักงานในบริษัท ตั้งแต่ 21 – 50 คน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.10% ที่ใช้บริการเป็นประจำคือ MAERSK LINE จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นแบบ Manufacturing Company จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.30% การกำหนดรูปแบบค่าระวาง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.80%

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าเฉลี่ยมากทุกปัจจัยโดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง การติดต่องานทำได้รวดเร็ว เป็นลำดับแรก ความผิดพลาดน้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ หรือระยะเวลาส่งมอบสินค้า เป็นลำดับสอง และ การจัดทำเอกสาร(Bill of Lading)ถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็ว เป็นลำดับสาม

2. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง เป็นลำดับแรก จัดอันดับ 10 อันดับแก่ลูกค้าดีเด่นที่จงใจผู้เกินเป้าหมาย เพื่อจัดงานเลี้ยงขอบคุณ เป็นลำดับที่สอง ให้รางวัลกับผู้ที่มีการจองตู้ในปริมาณสูง (เป็นจำนวนเที่ยว)ในรอบระยะเวลา 1 ปี หรือรายไตรมาส เป็นลำดับสาม

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร เป็นลำดับแรก สามารถติดต่อได้ทาง: Email, Internet เป็นอันดับที่สอง ถัดมาเป็น มีสาขาอยู่ที่เมืองลอสแอนเจลิส เป็นอันดับสาม

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง ตู้สินค้าได้มาตรฐาน เป็นลำดับแรก มีมูลค่าประกันภัยสูง เป็นลำดับสอง และมีเส้นทางในการให้บริการ เป็นอันดับสาม

5. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ เป็นอันดับแรก มีมาตรฐานด้านคุณภาพเรือสูง เป็นอันดับสอง ความสะอาดของตู้สินค้า เป็นอันดับสาม

6. ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม อยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการค้าสินค้า โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง พนักงานมี

ความชำนาญในการตอบข้อซักถาม เป็นลำดับแรก พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว เป็นลำดับสอง พนักงานมีทัศนคติ พุดจาไพเราะ เป็นอันดับสาม

7. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อเรื่องการตัดสินใจมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง อัตราค่าระวาง มีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) เป็นลำดับแรก ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในการให้บริการขนส่งสินค้าเป็นลำดับสอง และการชำระค่าสินค้าเป็นเงินเชื่อ เป็นลำดับสาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ จำแนกตามประเภททุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้าน ส่วนผสมทาง การตลาดบริการ	ประเภททุนจดทะเบียน					
	ต่ำกว่า 5 ล้าน	5-10 ล้าน	11-20 ล้าน	21-50 ล้าน	51-100 ล้าน	มากกว่า 100 ล้าน
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย /แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล
1.ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์และ บริการ	ผู้สินค้าได้ มาตรฐาน (มาก)	มีระบบการ เชื่อมต่อของ การขนส่งที่ดี (ปานกลาง)	มีมูลค่า ประกันภัยสูง (ปานกลาง)	มีเส้นทางใน การให้บริการ (มาก)	ผู้สินค้าได้ มาตรฐาน (มาก)	ผู้สินค้าได้ มาตรฐาน (มาก)
2.ปัจจัยด้าน ราคา	อัตราค่าระวาง มีมาตรฐาน(ค่า ให้เข้าพื้นที่ ขนส่ง) (มาก)	อัตราค่าระวาง มีมาตรฐาน(ค่า ให้เข้าพื้นที่ ขนส่ง) (มาก)	อัตรา แลกเปลี่ยน (ปานกลาง)	อัตราค่าระวาง มีมาตรฐาน(ค่า ให้เข้าพื้นที่ ขนส่ง) (มาก)	อัตราค่าระวาง มีมาตรฐาน(ค่า ให้เข้าพื้นที่ ขนส่ง) (มาก)	อัตราค่าระวางมี มาตรฐาน(ค่า ให้เข้าพื้นที่ ขนส่ง) (มาก)
3.ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	สามารถติดต่อได้ ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	มีบริษัทขนส่ง ในเครือข่าย กว้างขวาง (มาก)	สามารถติดต่อได้ ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)
4.ปัจจัยด้าน ส่งเสริม การตลาด	การให้เครดิต ในการชำระค่า ขนส่ง (มาก)	มีการพบปะ เพื่อรับฟัง ปัญหาและหา วิธีแก้ปัญหา (มาก)	การให้เครดิต ในการชำระค่า ขนส่ง (มาก)	การให้เครดิต ในการชำระค่า ขนส่ง (มาก)	จัดอันดับ 10 อันดับแก่ลูกค้า ดีเด่นที่จองตู้ เกินเป้าหมาย เพื่อจัดงาน เลี้ยงขอบคุณ (มาก)	มีการพบปะเพื่อ รับฟังปัญหา และหาวิธี แก้ปัญหา (มาก)
5.ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ความคิดพลาด น้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ (มาก)	การติดต่องาน ทำได้รวดเร็ว (มาก)	ความคิดพลาด น้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ (มาก)	การติดต่องาน ทำได้รวดเร็ว (มาก)	ความคิดพลาด น้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ (มาก)	การติดต่องาน ทำได้รวดเร็ว (มาก)
6.ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานมี ความชำนาญ ในการตอบข้อ ซักถาม (มาก)	พนักงานมี อัธยาศัยดี พูดจาไพเราะ (มาก)	พนักงานมี ความชำนาญใน การตอบข้อ ซักถาม (มาก)	พนักงานมี ความชำนาญ ในการตอบข้อ ซักถาม (มาก)	พนักงานมี อัธยาศัยดี พูดจาไพเราะ (มาก)	พนักงานมี ความชำนาญใน การตอบข้อ ซักถาม (มาก)
7.ปัจจัยด้าน ลักษณะทาง กายภาพ	พนักงานมี ความชำนาญ ในการตอบข้อ ซักถาม (มาก)	มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ได้ มาตรฐาน (มาก)	ความสะอาด ของผู้สินค้า (มาก)	เป็นบริษัท ขนส่งที่ได้รับ การยอมรับใน ประเทศและ ต่างประเทศ (มาก)	.เป็นบริษัท ขนส่งที่ได้รับ การยอมรับใน ประเทศและ ต่างประเทศ (มาก)	เป็นบริษัท ขนส่งที่ได้รับ การยอมรับใน ประเทศและ ต่างประเทศ (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละประเภททุนจดทะเบียน ให้ ความสำคัญอันดับแรกต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ ผู้สินค้าได้มาตรฐาน เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีระบบการเชื่อมต่อของการขนส่งที่ดี เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 11-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีมูลค่าประกันภัยสูง เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 21-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีเส้นทางในการให้บริการ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 5-10 ล้านบาท 21-50 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เช่าพื้นที่ขนส่ง) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 11-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ อัตราแลกเปลี่ยน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 11-20 ล้านบาท 21-50 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์, โทรสาร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีบริษัทขนส่งในเครือข่ายกว้างขวาง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 11-20 ล้านบาท 21-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีการพบปะเพื่อรับฟังปัญหาและหาวิธีแก้ปัญหา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ จัดอันดับ 10 อันดับแก่ลูกค้าดีเด่นที่จูงใจผู้เกินเป้าหมายเพื่อจัดงานเลี้ยงขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีการพบปะเพื่อรับฟังปัญหา และหาวิธีแก้ปัญหา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 11-20 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ ความผิดพลาดน้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุน 5-10 ล้านบาท 21-50 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ การคิดต่องานทำได้รวดเร็ว

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท 11-20 ล้านบาท 21-50 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจด

ทะเบียน 5-10 ล้านบาท และ 51-100ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ พนักงานมีวิชาชีพดีพอจําไปเราะ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ได้มาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 11-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ ความสะอาดของผู้สินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 21-50 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ

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 oil lamp (diya) with a flame. 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.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงความสำคัญอันดับแรกของปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่ถึง 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล	ค่าเฉลี่ย / แปลผล
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ผู้สินค้าได้มาตรฐาน (มาก)	ผู้สินค้าได้มาตรฐาน (มาก)	ผู้สินค้าได้มาตรฐาน (มาก)	ผู้สินค้าได้มาตรฐาน (มาก)	มีมูลค่าประกันภัยสูง (มาก)
2.ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) (มาก)	อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) (มาก)	อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) (มาก)	ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในการให้บริการขนส่งสินค้า (มาก)	อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) (มาก)
3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)	สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (ปานกลาง)	สามารถติดต่อได้ทาง: โทรศัพท์, โทรสาร (มาก)
4.ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง (มาก)	การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง (มาก)	การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง (มาก)	การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง (มาก)	การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง (มาก)
5.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	การแก้ปัญหาและให้คำตอบรวดเร็ว (มาก)	การแก้ปัญหาและให้คำตอบรวดเร็ว (มาก)	การติดต่องานทำได้รวดเร็ว (มาก)	การติดต่องานทำได้รวดเร็ว (มาก)	การติดต่องานทำได้รวดเร็ว (มาก)
6.ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม (มาก)	พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ (มาก)	พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม (มาก)	พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม (มาก)	พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม (มาก)
7.ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ได้มาตรฐาน (มาก)	ความสะอาดของผู้สินค้า (มาก)	เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศ และต่างประเทศ (มาก)	เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ (มาก)	เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระยะเวลาดำเนินการให้ความสำคัญอันดับแรกต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 5-10 ปี 11-15 ปี และ 16-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ ผู้สินค้าได้มาตรฐาน เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ มากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ มีมูลค่าประกันภัยสูง เป็นอันดับแรก

2. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 5-10 ปี 11-15 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เช่าพื้นที่ขนส่ง) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 16-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในการให้บริการขนส่งสินค้า

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 5-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์, โทรสาร

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 5-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 5-10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ การแก้ปัญหาและให้คำตอบรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 16-20 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ การติดต่องานทำได้รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 11-15 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ ความผิดพลาดน้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้หรือระยะเวลาส่งมอบสินค้า

6. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 5-10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีอัธยาศัยดีพูดจาไพเราะ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการไม่ถึง 5 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ได้มาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 5-10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย คือ ความสะอาดของผู้สินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 11-15 ปี 16-20 ปี และ มากกว่า-20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือ เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ประสบจากการใช้บริการกับบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ

พบว่าปัญหาที่ประสบจากการใช้บริการกับบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีผลมากตามลำดับได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัญหาปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 2 อันดับแรก ได้แก่ ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ เป็นอันดับแรก บริษัทขนส่งและตัวแทนยังมีไม่เพียงพอ หรือมีน้อย เป็นอันดับสอง

2. ปัญหาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 2 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นอันดับแรก ไม่มีของขวัญของรางวัลส่งเสริม และกระตุ้นการให้บริการของลูกค้า เป็นอันดับที่สอง

3. ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานขาดทักษะในการตอบและแก้ปัญหา เป็นลำดับแรก พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจในงาน เป็นลำดับสอง พนักงานพูดจาไม่สุภาพ เป็นลำดับสาม

4. ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้บริการข้อมูลช้าและไม่ติดต่อกลับ เป็นลำดับแรก ไม่มีการติดตามและแก้ปัญหา เป็นลำดับสอง และขั้นตอนในการขอรับบริการยุ่งยาก ซับซ้อน เป็นลำดับสาม

5. ปัญหาปัจจัยด้านราคา

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ อัตราค่าระวางสูง(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) เป็นอันดับแรก ไม่มีการให้ชำระค่าสินค้าเป็นเงินเชื่อ และมีค่าธรรมเนียมพิเศษอื่น ๆ หลายอย่าง เป็นอันดับสอง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศผันผวน เป็นอันดับสาม

6. ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งมอบตู้ลำช้า เป็นอันดับแรก มีเส้นทางเดินเรือที่จำกัด เป็นอันดับที่สอง ระยะเวลาการขนส่งล่าช้าและนาน และ ขนาคะวางบรรทุกน้อย เป็นอันดับสาม

7. ปัญหาปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ เป็นบริษัทที่ไม่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ เป็นอันดับแรก ใช้เรือเก่า หรือสภาพเรือไม่ได้มาตรฐาน เป็นอันดับสอง อุปกรณ์ เครื่องมือที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นอันดับสาม

การอภิปรายผล

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา ในครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีแนวความคิดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย บุคคลหรือพนักงาน การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ พบว่าทุกปัจจัยมีผลตามลำดับดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ในที่นี้หมายถึงการบริการด้านการขนส่งสินค้า

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้สินค้าได้มาตรฐาน ซึ่งต่างจากผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของดาร์รันด์ ตรีภูลพัฑ (2542) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าระวาง การบริการและให้ความช่วยเหลือ

ราคา (Price)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน ซึ่งตรงกับผลการศึกษาค้นคว้าอิสระของดาร์รันด์ ตรีภูลพัฑ (2542) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของกองเรือไทยในเส้นทางเดินเรือขาออกไทย-ญี่ปุ่น พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าระวาง การบริการและให้ความช่วยเหลือ

สถานที่ (Place)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ และโทรสาร ซึ่งตรงกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ สุณีย์ เศษประสพชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศจีน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ในปัจจัยย่อยในลำดับที่สาม คือ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ส่งเสริมการตลาด (Promotion)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง ซึ่งต่างกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ ทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุกในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการให้เครดิตในการชำระค่าขนส่งน้อย

กระบวนการให้บริการ (Process)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การติดต่องานทำได้รวดเร็ว ซึ่งตรงกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ สุนีย์ เตชประสพชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศจีน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดต่อสั่งงานสามารถทำได้รวดเร็ว ไม่ล่าช้า

บุคคล (Person)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบคำถาม ซึ่งตรงกับผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระของ สุนีย์ เตชประสพชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศจีน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

ลักษณะทางกายภาพ (Physical)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุนีย์ เตชประสพชัย (2549) ซึ่งพบว่า การเป็นสายการบินเรือ หรือตัวแทนที่มีความน่าเชื่อถือและมั่นคง

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็งไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการดังนี้

1. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนกระทั่งถึงไม่เกิน 50 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย คือ มูลค่าประกันภัยสูง และมีระบบการเชื่อมต่อของการขนส่งที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 5 ล้านบาทจนถึงมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญปานกลาง กับปัจจัยย่อย คือ มีระบบการเชื่อมต่อของการขนส่งที่ดี และมีระยะเวลาส่งมอบที่รวดเร็ว

2. **ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึงมากกว่า 100 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากในปัจจัยย่อย คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน (ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ ไม่ถึง 5 ปี จนถึง มากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อย คือ อัตราค่าระวางมีมาตรฐาน(ค่าให้เข้าพื้นที่ขนส่ง)

3. **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึงมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อย คือ สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์, โทรสาร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ ไม่ถึง 5 ปี จนถึง มากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อย คือ สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์, โทรสาร

4. **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึง 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อย คือ การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ ไม่ถึง 5 ปีจนถึงมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อย คือ การให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง

5. **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึงมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อย คือ การติดต่องานทำได้รวดเร็ว การแก้ปัญหาและให้คำตอบรวดเร็ว การจัดทำเอกสาร(Bill of Lading) ถูกต้องครบถ้วน และรวดเร็ว ความผิดพลาดน้อยที่สุดเช่น อุณหภูมิตู้ หรือระยะเวลาส่งมอบ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ ไม่ถึง 5 ปี จนถึง มากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อย คือ การติดต่องานทำได้รวดเร็ว และความผิดพลาดน้อยที่สุด เช่น อุณหภูมิตู้ หรือระยะเวลาส่งมอบสินค้า

6. **ปัจจัยด้านบุคลากร** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึง 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ ไม่ถึง 5 ปี จนถึงมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อย คือ พนักงานมีความชำนาญในการตอบข้อซักถาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ มากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญปานกลาง กับปัจจัยย่อย คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว พนักงานมีอัธยาศัยดี มีทีมงานคอยให้บริการแก้ไขปัญหา

7. **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาทจนถึง มากกว่า 100 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากในปัจจัยย่อย คือ เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี จนถึงมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยย่อย คือ เป็นบริษัทขนส่งที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของผู้ส่งออกอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ไปยังท่าเรือเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ส่งออกส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด ที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการประมาณ 5-10 ปี และลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็น Manufacturing Company (คิดเป็นร้อยละ 37.30%) เมื่อนำมาพิจารณาในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จึงขอเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทขนส่งสินค้าทางเรือควรรักษามาตรฐานผู้สินค้าให้อยู่ในสภาพดี (จากตารางที่ 8) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องผู้สินค้าได้มาตรฐาน ในระดับความสำคัญมาก และควรพิจารณาเพิ่มเส้นทางในการให้บริการมากขึ้น (จากตารางที่ 8) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก การส่งมอบผู้สินค้าไม่ควรล่าช้า ควรมีระบบการสำรองตู้คอนเทนเนอร์ โดยอาจมีการนำเข้าตู้คอนเทนเนอร์(ตู้เปล่า) จากต่างประเทศสำรองไว้ ทั้งนี้ควรมีการวางระบบโลจิสติกส์ที่ดี เพื่อ ความรวดเร็วในการปฏิบัติงานของบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ (จากตารางที่ 29)

2. ปัจจัยด้านราคา

อัตราค่าระวางควรมีมาตรฐาน และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ไม่ควรสูงเกินไป ซึ่งทั้งนี้ก็ควรกำหนดอัตราค่าระวางให้เหมาะสมกับเส้นทางขนส่ง และต้นทุนการขนส่งและควรพิจารณาให้มีการชำระค่าสินค้าเป็นเงินเชื่อได้

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การบริการด้านช่องทางการติดต่อควรเพิ่มช่องทางการติดต่อให้มากขึ้นเนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบคือไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ และบริษัทขนส่งและตัวแทนยังมีไม่เพียงพอ หรือมีน้อยเกินไป ทำให้มีข้อจำกัดในการเลือกบริษัทขนส่งและเส้นทางขนส่ง

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักของบริษัทส่งออก รวมถึงควรมีการกระตุ้นการขายด้วยการมีของรางวัลส่งเสริมการขาย และการให้เครดิตในการชำระค่าขนส่ง หรือมีการพบปะเพื่อรับฟังปัญหาและหาวิธีแก้ปัญหาก็คเป็นแนวทางที่ดีในการรักษาลูกค้าไว้ได้

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

บริษัทขนส่งสินค้าทางเรือ ควรปรับปรุงด้านการดำเนินงาน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ให้ความผิดพลาดในเรื่อง อุณหภูมิตู้ หรือระยะเวลาส่งมอบตู้คอนเทนเนอร์ รวมถึงเอกสาร Bill of Lading หรือมีความผิดพลาดน้อยที่สุด เนื่องจากจะก่อให้เกิดต้นทุนการแก้ไขปัญหาตามมาอีกมากมายขึ้นอยู่กับปัญหาเล็กหรือใหญ่ ทั้งนี้ปัญหาเรื่องการให้บริการข้อมูลซ้ำ และการไม่ติดตามการแก้ไขปัญหา ก็ควรได้รับการแก้ไข เพิ่มจำนวนพนักงานบริการมากขึ้นอบรมให้มีความรู้ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้พนักงานบริการของบริษัทขนส่งสินค้าทางเรือให้มากขึ้น

6. ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาที่พบปัญหาด้านปัจจัยบุคลากร จึงควรแนะนำให้มีการพัฒนาในส่วนของคุณภาพของพนักงานบริการลูกค้าทั้ง ทักษะการพูด ทักษะการฟัง และควรจัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้ในงานเพื่อการบริการด้านข้อมูลที่รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาและตอบปัญหาลูกค้าให้รวดเร็วมากขึ้น

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

บริษัทควรนำระบบการบริหารคุณภาพ(Total Quality Management) มาใช้ในบริษัทให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้บริษัทขนส่งเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งการพิจารณาตรวจสอบสภาพเรือและอุปกรณ์ให้ดีพร้อมใช้งานตลอดเวลา