

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง  
รถบรรทุกของ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นางสาวจินห์จุฑา สุรัฐชนานนท์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวณ	สิงห์จรูญ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นำชัย	เต็มศิริเกียรติ	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาการค้าคั่วแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทของอุตสาหกรรม และตามจำนวน โรงงานอุตสาหกรรมที่มีสถานที่ตั้งในจังหวัดสมุทรสาคร นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถบรรทุกของ โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า มีความรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า และการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่เกิดความเสียหาย และปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ได้แก่ การมีบริการประกันสินค้าสูญหายและเสียหาย มีความรวดเร็วในการเสนอราคา มีการตรวจสอบการส่งสินค้ากับผู้รับปลายทาง จำนวนรถบรรทุกมีเพียงพอในการให้บริการ มีระบบ และนโยบายการทำงานที่ได้มาตรฐาน มีรถบรรทุกให้บริการขนส่งที่หลากหลายประเภท เช่น รถบรรทุก

ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ รถพ่วง ฯลฯ บริษัทมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการขนส่ง พนักงานขับรถ และพนักงานส่งสินค้าในชุดฟอร์ม ลักษณะภายนอกของรถบรรทุกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่นสีหรือสัญลักษณ์ของบริษัท(โลโก้)

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าประกันภัยในการขนส่ง ให้เครดิตในการชำระค่าบริการขนส่งสำหรับลูกค้าประจำ ค่าบริการขนส่งกำหนดเป็นมาตรฐาน ค่าบริการเหมารวมค่าเครื่องจักรในการขนย้ายโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม เช่น เกรน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อบริการขนส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งผ่านเว็บไซต์ เช่นเส้นทาง, ระยะทาง, ประเภทรถ ลูกค้าสามารถตรวจสอบการขนส่งสินค้าโดยระบบ GPS ผ่านทางเว็บไซต์ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทางเพื่อสะดวกในการติดต่อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ พนักงานให้บริการมีความรู้ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น เส้นทางและขนาดของรถที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า เพิ่มวงเงินประกันสินค้าจากการสูญหายและเสียหาย ปัจจัยย่อยมีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีพนักงานขายตรงเพื่อเข้าไปติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น โรงงานต่าง ๆ มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง เว็บไซต์สมาคม การเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับการขนส่ง มีการส่งข้อมูลแผ่นพับแนะนำข้อมูลบริษัทและบริการขนส่ง สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมด้านต่าง ๆ ของลูกค้า แจกคู่มือสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของชำร่วย

**Independent Study Title** Factors Affecting Factory Decision Towards Selection of Trucking Transportation Services in Samut Sakhon Province

**Author** Miss. Jinjutha Surutchananon

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistant Professor Chawapon Singhajarun Chairperson

Assistant Professor Namchai Termsirikiat Member

### ABSTRACT

The objective of this independent study aimed to study factors affecting factory decision towards selection of trucking transportation services in Samut Sakhon province. Data collection was completed through questionnaire distributed, in accordance with quota sampling divided in relation to their industrial types together with the numbers of industrial factories located in Samut Sakhon province, to 400 trucking transportation customers,. Then, all collected data was analyzed by descriptive statistics including frequencies, percentages, means, and standard deviations. Hereafter were shown the summary of research findings.

Marking mix factors affecting factory decision towards selection of trucking transportation services in Samut Sakhon province were averagely ranked at high level. The factors ranked in high level were as follows; product, price, and place. For promotion factor, it was ranked at moderate level only.

In terms of products, it affected the selection decision of customers at high level. Its sub-factors which were ranked in the highest level were mentioned to the rapidness in delivering and receiving products, including the safety of product delivery without any damage. The sub-factors which were ranked in high level were mentioned to the availability of product lost and damaged insurance for free-of-charge, the rapidness in issuing the quotations, the product tracking check with receivers, the sufficiency of trucks, the standard system and working policies, the availability

of various kinds of truck for different transportation such as small truck, big truck, trailers, and etc., the fame of company and the full of experience in transporting service, all uniformed - staff-drivers and delivery staffs, the unique appearance of trucks as appeared on unique color or company logo.

In terms of price, it affected the selection decision of customers at the high level. Its - sub-factors which were ranked in high level were mentioned to the no need to pay more on damage insurance, the credit payment available for regular customers, the standard transportation service fee, the service fee which already included all machines used for transporting like crane and customers did not have to pay more.

In terms of place, it affected the selection decision of customers at high level. Its sub-factors which were ranked in high level were mentioned to the 24-hour service available, the offer of transportation information such as routes, distance, types of truck through website, and the availability of tracking check through GPS, website, and other contact channels.

In terms of promotion, it affected the selection decision of customers at moderate level. Its sub-factors which were ranked in high level were mentioned to the staff who could urgently solve problems out in a case of accident, the discount for clients customers, the staff who had very good knowledge in transportation and could give customers the positive advices about transportation such as transportation routes, the proper size of truck to products, and the increase of product lost and damaged insurance fee. The sub-factors which were ranked in moderate level were mentioned to direct sales forces contact with the target group such as factories, the availability of advertisements done through medias like radio, television, yellow pages, association websites, any road-shows which related to transportation, and brochure or leaflet informed about company and its services, the support of social activities which held by customers, and the coupon for premium exchange.