

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

มุกดา แว่น

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2550

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

พฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

มุกดา แว่น

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.ศุภชัย เตชเดิ่ง)

วันที่ ๙ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๕๐

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญคำ)

วันที่ ๘ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๕๐

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งกานต์ ใจวงศ์ยะ)

วันที่ ๘ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๕๐

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญคำ)

วันที่ ๘ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๕๐

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร. เทพ พงษ์พานิช)

ประธานคณะกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๘ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๕๐

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวมุกดา แว่น
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สุณีย์ เตชถกิง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้า และปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 15 บริษัท ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาคือ ค่าร้อยละ และค่าฐานนิยม

การศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไป ผู้ตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าเป็นเจ้าของกิจการ และมีประสบการณ์ในการทำงาน 3 - 5 ปี ซึ่งลักษณะทั่วไปของกิจการมีการดำเนินงานมาแล้ว 6 - 8 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้ 1 - 5 ล้านบาท ต่อปี และมีพนักงานน้อยกว่า 30 คน สินค้าที่ขายส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทผัก โดยใช้คลังสินค้าที่เป็นห้องเย็นในการเก็บรักษาสินค้า

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ฝากสินค้าประเภทผักโดยใช้บริการคลังสินค้าเพราะไม่มีห้องเย็นในการเก็บรักษาผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือบุคคลที่รู้จัก ความถี่ในการใช้บริการ 4 ครั้งต่อเดือน คลังสินค้าที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคือ ห้องเย็นแหลมทอง โดยเลือกใช้บริการเพราะอยู่ใกล้และมีราคาที่เหมาะสม

ด้านปัจจัยทางการตลาด ที่พิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพการรักษาสินค้า ค่าบริการต่อหน่วย ส่วนลด ระยะเวลาในการชำระเงิน ความปลอดภัยในการรักษาสินค้า และความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน

ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทั่วไปพบปัญหาในด้านสินค้าชำรุดเสียหาย

ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจคลังสินค้า ควรใช้ผลการศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับนำไปใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์การตลาด และสนองความต้องการของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร

ได้อย่างถูกต้อง แต่การสนองความต้องการของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด การศึกษาในเรื่องอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การศึกษาความต้องการในการใช้บริการคลังสินค้าในจังหวัด เชียงใหม่ การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลังสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น



Title	The selecting behavior in agricultural products warehouse service of small and medium enterprises in Muang district, Chiang Mai Province, Thailand
Author	Miss Mookda Wan
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr.Sunee Thechatakerng

ABSTRACT

The research was conducted to study the behavior in selecting the services of the warehouses and the problems in using those services of 15 small and medium enterprises in Muang District, Chiang Mai. The data were collected by means of questionnaires and analyzed as percentages and mode.

It was found that the majority of respondents were the owners of the enterprises and experienced in agricultural sector for 3 – 5 years. Generally, the enterprises, having their income about 1 – 5,000,000 baht/year, were operated for 6 – 8 years and had employees less than 30 persons. Most goods sold were vegetables that were kept in the cold storage.

On the behavior in selecting the service of warehouse, it was found that most agricultural enterprises kept their vegetables in the cold storage because they had no such buildings. The person who had influence in selecting was the one they had known. They used the services of the warehouses four times a month and the most popular warehouse was Leantong, Cold Storage because it is not too far and had appropriate price.

On marketing factor considering in selecting the services, it was found that freshness quality, service charge, discount, credit term, safety system and staff's service played the important roles.

The decayed and lost goods were found as their main problems.

Therefore, entrepreneurs and related persons should apply this research finding as primary information using in their business plan concerning marketing strategies and meeting the accurate demand of business about agricultural products. However, to bring about a high level of satisfaction in meeting the mentioned demand, the further researches should be thoroughly investigated in the need, marketing strategies and satisfaction.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถล่องได้ หากปราศจากความช่วยเหลือจากคณะกรรมการ
การที่ปรึกษาซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ ดร.สุณีย์ เตชเดกิง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา สิริพิชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งกานต์ ใจวงศ์ยะ และรองศาสตราจารย์คณกร ขวัญคำ ที่ได้กรุณาให้
ข้อเสนอแนะช่วยเหลือและให้คำปรึกษาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี ตลอดจน
อาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ เจ้าของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป และเจ้าหน้าที่ของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม
เพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยน้อมรำลึกพระคุณบิดา และมารดา ผู้เป็นแรงใจ และสนับสนุนให้
ผู้วิจัยทำสำเร็จตามความมุ่งหวัง

มุกดา แว่น

พฤษภาคม 2550

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญเรื่อง	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	5
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับบริการ	10
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	11
ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
กรอบแนวคิดในการวิจัย	16
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	17
สถานที่ดำเนินการวิจัย	17
ประเภทของข้อมูล	17
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	19
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย และข้อวิจารณ์	20
ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของกิจการ	20

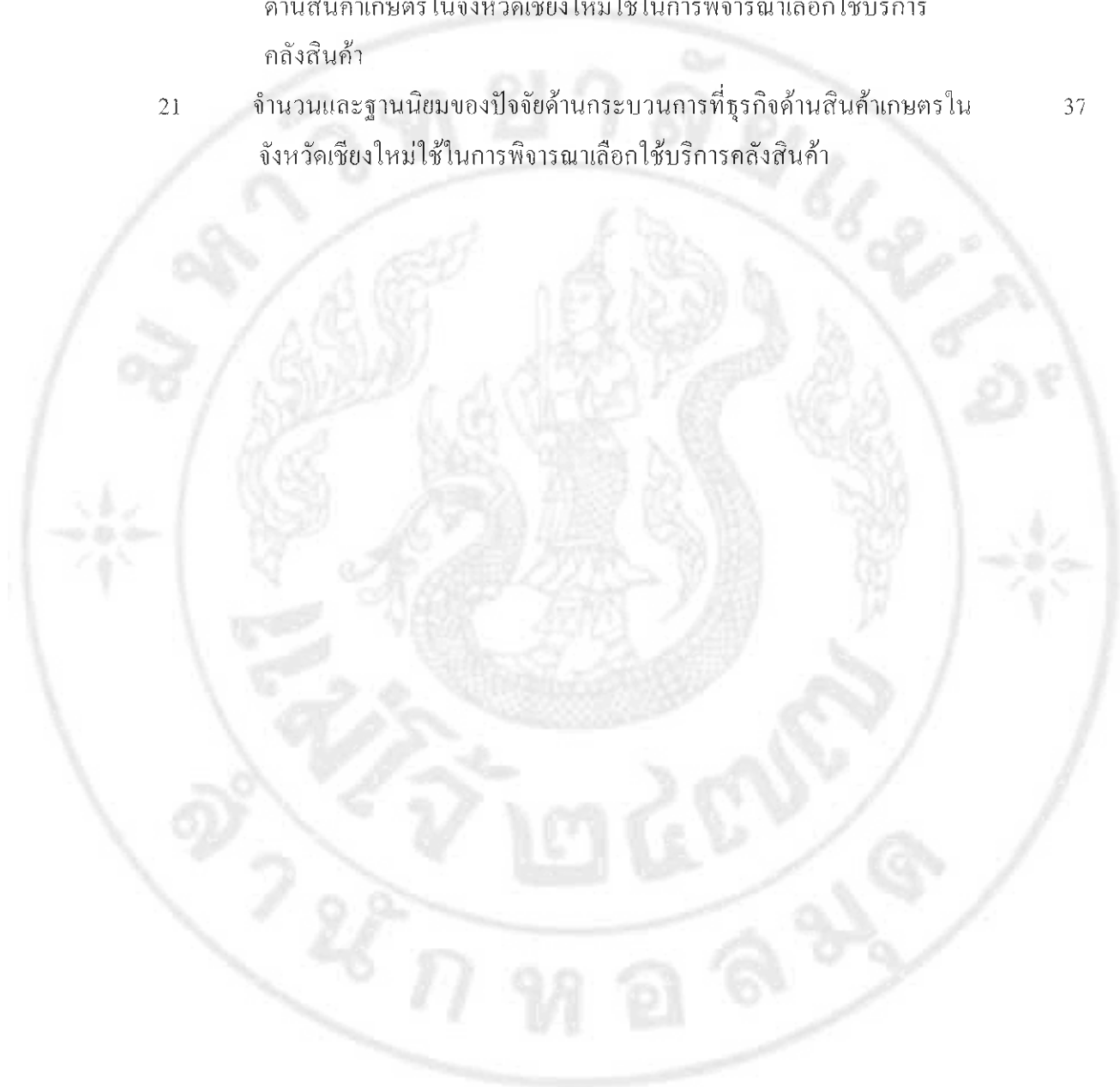
สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร	30
ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตร	37
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	40
อภิปรายผลการวิจัย	42
ข้อเสนอแนะ	44
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	46
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	49
ภาคผนวก ก. หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	50
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	52
ภาคผนวก ค. ประวัติผู้วิจัย	60

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	15
2	แสดงรายชื่อบริษัทที่ประกอบการ	18
3	จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4	จำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
5	จำนวนและร้อยละของอายุการดำเนินงานของบริษัท	22
6	จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อปีของบริษัท	23
7	จำนวนและร้อยละของจำนวนพนักงานของบริษัท	24
8	จำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าและปริมาณสินค้าที่บริษัทขาย	25
9	จำนวนและร้อยละของการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรประเภทห้องเย็น	26
10	จำนวนและร้อยละของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรด้านประเภทสินค้าที่ใช้บริการคลังสินค้า	27
11	จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่	27
12	จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่	28
13	จำนวนและร้อยละของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในการใช้บริการคลังสินค้าต่อเดือน	29
14	จำนวนและร้อยละของคลังสินค้าที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้บริการ	29
15	จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านบริการที่ ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า	31
16	จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยราคา ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า	32
17	จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยช่องทางการให้บริการที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า	33
18	จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า	34

- | | | |
|----|---|----|
| 19 | จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านบุคลากร ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตร
ในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า | 35 |
| 20 | จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ที่ธุรกิจ
ด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ
คลังสินค้า | 36 |
| 21 | จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านกระบวนการที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใน
จังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า | 37 |



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	16



บทที่ 1

บทนำ

ธุรกิจบริการ ได้เข้ามามีบทบาทกับสินค้าทางการเกษตรมากขึ้น โดยเฉพาะใน จังหวัดเชียงใหม่ ที่กลายมาเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าทางการเกษตรของ ภาคเหนือตอนบน เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา ทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจ ที่ต่อเนื่องทางด้านอาหาร และบริการต่าง ๆ เพื่อรองรับกับความเจริญเติบโตนี้ประกอบกับการเปิด การค้าเสรีระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นแหล่งซื้อขายสินค้า ทางทางการเกษตร ซึ่งสินค้าที่ได้เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมากนี้ ทำให้เกิดความต้องการ ด้านคลังจัดเก็บสินค้าทางการเกษตรมากขึ้น เนื่องจากสินค้าเกษตร เช่น พืชผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ มีการ สูญเสียบ่อย ต้องใช้คลังสินค้าที่มีการควบคุมอุณหภูมิ เพื่อให้สามารถยืดอายุสินค้าให้นานขึ้นเพราะ สินค้าทางการเกษตรมีข้อจำกัดด้านความสดและอายุสินค้า ไม่สามารถผลิตและจัดส่งให้ลูกค้า ได้ในทันทีที่มีคำสั่งซื้อ คลังสินค้าทางการเกษตรจึงเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ธุรกิจให้บริการเช่า คลังสินค้าทางการเกษตรจึงมีมากขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับแนวคิดยุทธศาสตร์จังหวัด เชียงใหม่ที่ได้ให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์เชิงรุกและยุทธศาสตร์การปรับตัวของธุรกิจเกษตรมาก ขึ้น (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2549)

แนวคิดยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านของธุรกิจเกษตร ได้มุ่งเน้นให้มีการ ลงทุนในธุรกิจเกษตร ทั้งในด้านอุตสาหกรรมและการเกษตร และมีการปรับยุทธศาสตร์การเกษตร ด้วยการมุ่งเน้น โลจิสติกส์ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ธุรกิจให้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร จึงเป็นส่วนหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสนับสนุนการลงทุนของจังหวัด ร่วมกับศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ (BOI) ในการสนับสนุนเงินลงทุนในธุรกิจบริการให้เช่า คลังสินค้าทางการเกษตร และสนับสนุนด้วยการลดหย่อนภาษีในกิจการที่ได้รับการสนับสนุนจาก ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ (BOI) อีกด้วยแนวโน้มการลงทุนในธุรกิจนี้จึงมีมากขึ้น ด้านการ ใช้บริการของลูกค้ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการดำเนินธุรกิจทางการเกษตร ในปัจจุบันนิยม การบริหารงานด้วยการร่วมมือกับบุคคลที่สาม (Third party) โดยเฉพาะการเลือกใช้บริการ คลังสินค้าให้เช่า เนื่องจากการลงทุนในคลังสินค้าที่ควบคุมอุณหภูมิ เป็นการลงทุนที่สูงและต้องมี ต้นทุนในการดูแลรักษาเพิ่มมากขึ้น การเลือกใช้บริการเช่าคลังสินค้าจากภายนอก จึงเป็นทางเลือกที่ ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทำให้มีผู้ประกอบการหลายราย ให้ความสนใจลงทุนในธุรกิจนี้ สถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจคลังสินค้า จึงมีความรุนแรงมากขึ้นและในอนาคตผลของการทำ การค้าเสรีจะทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้น ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อ

ผู้ประกอบการของประเทศไทย ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าคลังสินค้าทางการเกษตรของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเพื่อเตรียมพร้อมในการแข่งขันท่ามกลางการค้าเสรีในอนาคต (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2549)

ความสำคัญของปัญหา

จากแนวคิดยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในการส่งเสริมการลงทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ทำให้ในอนาคตธุรกิจเกษตรจะมีการเจริญเติบโตมากขึ้น ทำให้ความต้องการคลังเก็บรักษาสินค้าทางการเกษตรมีมากขึ้นด้วย เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีข้อจำกัดในด้านการลงทุนจึงนิยมเลือกใช้บริการคลังสินค้าของเอกชนมากกว่า จึงมีธุรกิจให้บริการคลังสินค้าทางการเกษตรภายในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดรุนแรงขึ้น ประกอบกับในอนาคตผลของการค้าเสรีจะทำให้นักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนต่างชาติหลายรายซึ่งอาจจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการท้องถิ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์การตลาด เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและการแข่งขันเสรีในอนาคต ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรรวมทั้งปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ที่ดำเนินธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้ในการจัดเตรียมกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม
2. ทราบถึงปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจคลังสินค้าในการสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับใช้วางแผนการตลาด สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าเกษตร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการและปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตร ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระยะเวลาการวิจัย ในช่วงเดือนมกราคม 2549 - กุมภาพันธ์ 2550

นิยามศัพท์

ธุรกิจให้บริการคลังสินค้า หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการเช่าพื้นที่ในคลังสินค้าทางการเกษตรด้วยห้องที่ควบคุมอุณหภูมิในการรักษาสินค้าและยืดอายุสินค้าให้เก็บรักษาได้ยาวนานขึ้น

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินธุรกิจด้านสินค้าทางการเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ขนาดของธุรกิจ หมายถึง สถานประกอบการที่ให้บริการคลังสินค้า ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การแบ่งขนาดธุรกิจของธนาคารกรุงไทย (2548) โดยมีการแบ่งขนาดธุรกิจตามจำนวนพนักงาน ซึ่งแบ่งขนาดธุรกิจออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

- ธุรกิจขนาดเล็ก มีพนักงานจำนวนน้อยกว่า 30 คน
- ธุรกิจขนาดกลาง มีพนักงานจำนวน 31 – 60 คน
- ธุรกิจขนาดใหญ่ มีพนักงานจำนวน 61 คนขึ้นไป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎีหรือแนวคิด

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับบริการ
3. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
4. ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้านักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 124-130) กล่าวคือ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่าทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

แต่ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา มักจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสียก่อน ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวอาจเรียกว่า กระบวนการของพฤติกรรมและกระบวนการของพฤติกรรมของมนุษย์ มีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ ดังนี้คือ

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ทำให้เกิดและสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนเราก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้คนแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้นนั่นเอง

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา นั้นมิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไว้ทิศทางการกระทำ กลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

อย่างไรก็ตามแม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคน จะมีลักษณะคล้าย ๆ กันแต่รูปแบบของพฤติกรรมของคน ที่แสดงออกในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในอันได้แก่ตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือผูกพันอยู่กับตัวเขาเอง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของบุคคลทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาต่าง ๆ กัน

ดังนั้นจึงมีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ลักษณะเบื้องต้นของพฤติกรรมผู้บริโภคจะมีอยู่ 7 ประการ ด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมจูงใจ โดยมุ่งที่จะให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่คิดเอาไว้โดยเฉพะานั้นคือเพื่อตอบสนองและทำความพอใจให้กับความต้องการและความปรารถนา

2. พฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงกิจกรรมมากมาย เช่น คิดเกี่ยวกับสินค้า ดูโฆษณา ดูคนอื่น ตกใจซื้อ ฯลฯ

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการ คือ มีกิจกรรมก่อนการซื้อ กิจกรรมการซื้อ และกิจกรรมหลังจากซื้อ

4. พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันเรื่องจังหวะเวลา และความสลับซับซ้อน จังหวะเวลา หมายถึง เมื่อการตัดสินใจเริ่มต้นและความยาวนานของกระบวนการทั้งหมด ส่วนความสลับซับซ้อน หมายถึง จำนวนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

5. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับบทบาทมากมายกระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค มีหลายหน้าที่ที่ผู้บริโภคกระทำ เช่น ผู้ซื้อ ผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจ ผู้ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจ ฯลฯ ซึ่งผู้บริโภคอาจทำหน้าที่ดังกล่าวมากกว่าหน้าที่หนึ่งในเวลาเดียวกันก็ได้

6. พฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่ห้อมล้อมตัวเขา การตัดสินใจได้รับอิทธิพลจากพลังภายนอก เช่น พลังทางจิตวิทยา พลังทางจิตวิทยาสังคม สังคมวิทยา และเศรษฐศาสตร์

7. พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปเมื่อดูต่างบุคคลกัน ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลมีบุคลิกภาพต่าง ๆ กัน

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย

คำถาม	คำตอบ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (ซื้อ)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	- บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
5. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	- ขั้นตอนในการตัดสินใจ
6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร	- โอกาสในการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	- ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (model of buyer behavior) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและสิ่งกระตุ้นจากภายใน แล้วจึงมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (คอตเลอร์, 2547: 251)

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก ถือว่าเป็นเหตุูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย

ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

ค. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นทางสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งกระตุ้นผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

ก. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล

ข. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฟากก่อนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

ค. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้านึงจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

ง. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. สิ่งกระตุ้นภายใน เปรียบเสมือนกล่องดำ (black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีประเด็นการตัดสินใจต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามีทางเลือก คือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปังฯ สมมุติว่าผู้บริโภคเลือกนมสด

3.2 การเลือกตราสินค้า (brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟรโมสต์ มะลิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสด

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น เราจะเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งกระตุ้นภายนอกเป็นส่วนสำคัญ อันจะทำให้เกิดการซื้อเกิดขึ้นดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด จึงมีความจำเป็นในการทำการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ

2. ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:334 -336) การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ลักษณะของบริการที่สำคัญมี 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญญาลักษณ์และราคาสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการ จะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาติดต่อ

1.2 บุคคลหรือพนักงานที่ขายบริการ ต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสมบุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพและมีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร สื่อในการโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญญาลักษณ์ คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งรายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการให้มากขึ้นหรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วย

3. ไม่แน่นอน ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไรที่ไหนและอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพให้ได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้าการสำรวจข้อมูลลูกค้าและการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

3. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2541: 337-339) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับธุรกิจที่ให้บริการว่าจะใช้ส่วนประสมการตลาด 7 Ps ซึ่งประกอบด้วย

1. ส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นโดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อดังนั้นการกำหนด

ราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

ช่องทางการให้บริการ หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำบริการออกสู่ตลาด เป้าหมาย คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายการบริการคือการขนส่ง คลังสินค้า การเก็บรักษา

การส่งเสริมการตลาด คือ เครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกลยุทธ์สำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

บุคคล หรือ พนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมของการให้บริการและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ

กระบวนการ คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในการนำเสนอบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

4. ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 337-339) การตลาดธุรกิจบริการจะต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งรูปแบบการตลาดของอุตสาหกรรมการให้บริการ 3 แบบโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม
2. การตลาดภายนอก เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการกับลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์การระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย คือ การสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

- คุณภาพด้านเทคนิค
- คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ
- คุณภาพด้านหน้าที่
- คุณภาพด้านประสบการณ์ คือ ลักษณะบริการที่ลูกค้าประเมินได้หลังจกการซื้อบริการ
- คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง คือ ลักษณะบริการที่ผู้ซื้ออยากที่จะประเมินแม้จะได้ใช้บริการแล้วก็ตาม เป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพ ความเชื่อถือที่ได้รับ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการวิจัยดังนี้

จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร” และศิริพงษ์ แก้วรัตนอมพร (2541) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาซื้ออาหารสดในซูเปอร์มาร์เก็ต กรณีศึกษา: ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ตและริมปิงซูเปอร์สโตร์ในจังหวัดเชียงใหม่” งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องพบว่า ทั้งผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารหรือซื้ออาหารสด เพื่อมาประกอบอาหารรับประทานเอง ล้วนให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของอาหาร ซึ่งในส่วนของความสดและสะอาดของอาหารนั้นได้มีงานวิจัยที่สนับสนุนคืองานวิจัยของ ชาญชัย เมณศิริ (2545) ได้ทำการศึกษา “การควบคุมการจัดซื้อสินค้าในธุรกิจภัตตาคาร: กรณีศึกษาชมรมร้านอาหารและภัตตาคาร จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ธุรกิจภัตตาคารมีการควบคุมการจัดซื้อสินค้าทุกขั้นตอนในการจัดซื้อโดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้า นั้นหมายความว่าทั้งผู้บริโภคทั่วไป และร้านอาหารล้วนให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของอาหารต้องมีความสดและความสะอาด

ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการ ได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการวิจัยในหัวข้อนี้อย่างหลากหลาย (จิรศักดิ์ จันทรทัต, 2547; เกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิตกุล, 2543; ประเสริฐ สักดิ์บริบูรณ์, 2546; กานดา ชัยเวช, 2548) (ดูตาราง 1 ประกอบ) พบว่าผู้บริโภคส่วน

ใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง ความปลอดภัยของสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อ และมีราคาที่เหมาะสม โดยบริการเสริมที่ผู้ให้บริการต้องการ คือ การประกันภัยสินค้าตามมูลค่า การอำนวยความสะดวก การบรรจุหีบห่อในส่วนของการบริการ ที่มีปัญหาและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ค่าบริการ บริการล่าช้า มีการส่งข้อมูลผิดพลาด การไม่สามารถของพื้นที่ได้ตามต้องการและมีอุปกรณ์การบริการค้าไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า

ด้านการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น พิรุณรัตน์ จักษ์เมธา (2545) ได้ทำการศึกษา “ความพึงพอใจของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภค – บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากต่อ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า สินค้าที่ฝากเก็บไว้กับธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงมีความปลอดภัย ไม่สามารถโจรกรรมได้ สถานที่ติดต่อของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงตั้งอยู่ในทำเลที่สามารถติดต่อได้ง่าย และธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงแจ้งให้ทราบก่อนล่วงหน้าทุกครั้งเมื่อหยุดทำการในวันพิเศษ

ด้านความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ตาละเกษ จันทรเพ็ญ (2545) ได้ศึกษา “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของตลาดกลางข้าวเปลือก : กรณีศึกษา บริษัทเจ้าพระยาท่าเรือก้านทอง จำกัด” พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้เช่าคลังสินค้า มีความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านระยะเวลาการบริการ อัตราค่าบริการ การได้รับข้อมูลข่าวสาร มีความคิดเห็นพอใจในระดับปานกลาง การที่ผู้ให้บริการที่เป็นผู้เช่าคลังสินค้า มีความคิดเห็นพอใจในระดับปานกลางนั้นได้มี งานวิจัยสนับสนุนคือ งานวิจัยของ สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2527) ได้ศึกษา “โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้าเกษตรภาคกลาง – ตะวันตก” พบว่าการปรับปรุงตลาดกลางท่าข้าวก้านทอง ได้มีการขยายอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการปรับปรุงโกดังเก็บข้าวให้ได้มาตรฐาน แสดงว่าผู้ให้บริการคลังสินค้า ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคลังสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการมากขึ้น

จากงานวิจัยที่กล่าวมาแล้ว ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อ คุณภาพการบริการ ความปลอดภัยของสินค้า และความเร็วในการบริการ การอำนวยความสะดวก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ศึกษาในเรื่องพฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งศึกษาถึงพฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรและปัญหาในการใช้บริการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบธุรกิจด้านสินค้าเกษตรที่ประกอบธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดยังไม่มีผู้ศึกษาในเรื่องนี้ ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าว

ตาราง 1 การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ชื่อนักวิจัย	พ.ศ.	เรื่อง
กานดา ชัยเวช	2548	ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ตัวแทนออกของ ของบริษัทที่ประกอบการในเขต อุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร	2547	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร
จิรศักดิ์ จันทรรัตน์	2547	การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ ระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระหว่าง บรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน
ประเสริฐ ศักดิ์บริบูรณ์	2546	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้าน การค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ นำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัด สมุทรสาคร
เกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต	2543	ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า ในการเลือกใช้บริการของ ธุรกิจขนส่งสินค้าเอกชนโดยรถบรรทุก
ศิริพงษ์ แก้วรัตนอัมพร	2541	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาซื้ออาหารสดใน ซูเปอร์มาร์เก็ต กรณีศึกษา: ท็อปซูเปอร์มาเก็ต และริมปีงซูเปอร์สโตร์ในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าและปัญหาในการให้บริการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ประกอบการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้า ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า ซึ่งสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยได้กำหนดขอบเขตสถานที่ของการดำเนินการวิจัย คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรที่ประกอบการ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากเป็นเขตที่มีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรประกอบธุรกิจอยู่จำนวนมาก

ประเภทของข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เนื่องจากเป็นศูนย์รวมข้อมูลทางการศึกษามาก
2. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรที่ประกอบกิจการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 26 แห่ง ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบ rating scale 5 ลำดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ที่ประกอบกิจการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีข้อจำกัดในการลงทุนและการขยายพื้นที่คลังสินค้า จึงเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะใช้บริการเช่าคลังสินค้าทางการเกษตรสูง จึงเป็นกลุ่มที่มีความเหมาะสมในการเก็บข้อมูล

จากการสำรวจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 99 แห่ง ได้มีประชากรที่ประกอบกิจการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 26 แห่ง ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและเปิดดำเนินการ ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาโดยทำการศึกษาจากประชากรทั้งหมด 26 แห่ง ตามรายชื่อต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงรายชื่อบริษัทที่ประกอบการ

รายชื่อบริษัทที่ประกอบการ

- 1 . บริษัท นอร์ทเทิร์น ไทยเวจเจตเทเบิล จำกัด
- 2 . บริษัท ชันสวีท จำกัด
- 3 . บริษัท เอเชีย สวีท จำกัด
- 4 . บริษัท ทีเอฟ กาแฟ จำกัด
- 5 . บริษัท มิลเลนเนียมกรีน(ประเทศไทย) จำกัด
- 6 . บริษัท นอร์ทเทิร์นฟาร์ม (1996) จำกัด
- 7 . บริษัท ศิษย์เก่าแม่โจ้การเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด
- 8 . บริษัท โฟรที จำกัด
- 9 . บริษัท ไชแอม โทแบคโค เอกซ์ปอร์ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- 10 . บริษัท แหนม ปาโอเทค จำกัด
- 11 . บริษัท โอล เพรซิส (ไทยแลนด์) จำกัด
- 12 . บริษัท เชียงใหม่ฟู้ดส์แคนนิ่ง จำกัด
- 13 . บริษัท ลานนาเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด
- 14 . บริษัท วี.อาร์.ฟรุท จำกัด
- 15 . บริษัท ไทเรลล์ จำกัด
- 16 . บริษัท ไทโต(ประเทศไทย) จำกัด
- 17 . บริษัท เทพวงส์ ออร์คิด จำกัด
- 18 . บริษัท เดินได้ จำกัด
- 19 . ห้างหุ้นส่วน เซซอน จำกัด
- 20 . บริษัท เชียงใหม่เจฟฟี่ฟู้ดพังก์ จำกัด
- 21 . บริษัท เฌง จ่าง จำกัด
- 22 . บริษัท สหลานนาการค้า จำกัด
- 23 . บริษัท ชิง หยุน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- 24 . บริษัท จงเต้า จำกัด
- 25 . บริษัท เหมว หยวน จำกัด
- 26 . บริษัท แสงศิริการเกษตร จำกัด

(สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2548)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยจัดแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพทั่วไปของกิจการ
2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร
3. ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า
4. ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีค่าสถิติดังนี้

1. ใช้สถิติพรรณนาด้วยการใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละโดยใช้กับแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลและสภาพทั่วไปของกิจการ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าและ ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร
2. มาตราส่วนการประมาณค่าโดยเลือกใช้เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำถามซึ่งมีคำตอบให้เลือกถึง 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยใช้กับแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้ (ยูทธ ไกยวรรณ, 2545:140-143)

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย และข้อวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการวิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรที่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 26 บริษัท

ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล มีบริษัทที่ไม่ให้ข้อมูลและปิดกิจการทั้งหมด 11 บริษัท ดังนั้นในการวิจัยจึงใช้ข้อมูลจากบริษัทจำนวน 15 บริษัท ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการนำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของกิจการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของกิจการ

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านตำแหน่งในการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงานเพื่อทราบข้อมูลของผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการคลังสินค้าและลักษณะของกิจการในด้านอายุการดำเนินงาน รายได้ จำนวนพนักงานของบริษัท ประเภทของสินค้า และปริมาณที่ขายและการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรประเภทห้องเย็นในการดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อทราบถึงขนาดของธุรกิจ ประเภทสินค้าและปริมาณที่ให้บริการของคลังสินค้า

1.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1.1 ตำแหน่งในการทำงาน

ในการศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้มีการศึกษาด้านตำแหน่งในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะผู้มีตำแหน่งในการบริหารงานจะเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเจ้าของกิจการคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ พนักงาน คิดเป็นร้อยละ 26.7 หัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ผู้จัดการแผนก คิดเป็นร้อยละ 6.7 ดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในการทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	7	46.7
หัวหน้างาน	3	20.0
พนักงาน	4	26.7
ผู้จัดการแผนก	1	6.7
รวม	15	100

จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่โดยทั่วไปเจ้าของกิจการเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการคลังสินค้า เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว อำนาจการตัดสินใจในบริษัทจึงเป็นของเจ้าของกิจการ

1.1.2 ประสบการณ์ในการทำงาน

การศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ศึกษาถึงประสบการณ์ในการทำงานเพื่อทราบถึงอายุการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการคลังสินค้าโดยทั่วไป มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการทำงาน 6-8 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีประสบการณ์ในการทำงาน น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 ดังตาราง 4

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในการทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	4	26.7
3 - 5 ปี	6	40.0
6 - 8 ปี	5	33.3
รวม	15	100

จากตาราง 4 ผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไปมีประสบการณ์ในการทำงาน 3 - 5 ปี เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งผู้ที่ตัดสินใจในการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท จึงเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อการตัดสินใจในการดำเนินกิจการ

1.2 ลักษณะของกิจการ

1.2.1 ระยะเวลาดำเนินงานของบริษัท

ในการศึกษาลักษณะของกิจการ ได้มีการศึกษาอายุการดำเนินงานของบริษัทเพื่อทราบถึงระยะเวลาในการดำเนินกิจการของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

บริษัทโดยทั่วไป มีอายุการดำเนินงานของบริษัท 6-8 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 มากกว่า 11 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.6 ดังตาราง 5

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของอายุการดำเนินงานของบริษัท

อายุการดำเนินงานของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	1	6.6
3 - 5 ปี	4	26.7
6 - 8 ปี	7	46.7
มากกว่า 11 ปี	3	20.0
รวม	15	100

ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรมีอายุการดำเนินงานของบริษัท 6 - 8 ปี แสดงว่ามีการเปิดดำเนินกิจการมานาน ซึ่งบริษัทที่มีการดำเนินงานมานานจะเป็นกิจการที่ค่อนข้างมีความมั่นคงและมีแนวโน้มในการเติบโตมากกว่าบริษัทที่อยู่ในช่วงเริ่มกิจการหรือมีอายุการดำเนินงานน้อย (Thechatakemg, S. & Rialp, J., 2005)

1.2.2 รายได้ของบริษัท

การศึกษาด้านรายได้ มีการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อปีของบริษัท เพื่อต้องการทราบถึงเงินทุนเวียนในธุรกิจของบริษัท ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

บริษัทโดยส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1 - 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ 20 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.1 11 - 15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ 6 - 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.7 ดังตาราง 6

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อปีของบริษัท

รายได้ของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ล้านบาท	7	53.8
6 - 10 ล้านบาท	1	7.7
11 - 15 ล้านบาท	2	15.4
20 ล้านบาทขึ้นไป	3	23.1
รวม	13	100

หมายเหตุ : จำนวนไม่เท่ากับ 15 เนื่องจากมีผู้ไม่ตอบคำถามจำนวน 2 ราย

จากตาราง 6 บริษัทส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1 - 5 ล้าน แสดงว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่มีเงินทุนเวียนในธุรกิจ 1 - 5 ล้านบาทต่อปี อาจเนื่องมาจากบริษัทส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็ก จึงทำให้มีเงินทุนเวียนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดใหญ่ แม้ว่าบริษัทส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กและมีเงินทุนเวียนน้อย แต่จังหวัดเชียงใหม่มีธุรกิจขนาดเล็กด้านสินค้าเกษตรมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่จึงทำให้ปริมาณการให้บริการคลังสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กมีมากกว่า (Thechatakemg, S. & Rialp, J., 2005)

1.2.3 ขนาดของธุรกิจ

ในการศึกษาลักษณะของกิจการ ได้ศึกษาถึงจำนวนพนักงานของบริษัทเพื่อทราบถึงขนาดกิจการของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร โดยผลการศึกษามีดังนี้

บริษัทโดยส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงาน น้อยกว่า 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา มีมากกว่า 61 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.3 ดังตาราง 7

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของจำนวนพนักงานของบริษัท

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 คน	10	66.7
61 คนขึ้นไป	5	33.3
รวม	15	100

ในการศึกษาธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 30 คน แสดงว่าบริษัทส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก ซึ่งบริษัทขนาดเล็กจะมีอำนาจในการต่อรองน้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่ เพราะการใช้บริการคลังสินค้าของบริษัทขนาดใหญ่ในแต่ละครั้งมีปริมาณมากทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับธุรกิจให้บริการคลังสินค้ามากกว่า (Thechatakerng, S. & Rialp, J., 2005)

1.2.4 ประเภทและปริมาณของสินค้าที่บริษัทขาย

การศึกษาประเภทของสินค้าและปริมาณที่ขาย ของบริษัทจะทำให้ทราบว่าบริษัทส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทใด เพื่อทราบถึงความต้องการในการใช้บริการคลังสินค้าเพื่อฝากสินค้าประเภทใด ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

บริษัทโดยทั่วไป ขายสินค้าประเภทผัก คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ สินค้าประเภทผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 28.6 ประเภทเนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 14.3 อาหารทะเลคิดเป็นร้อยละ 14.3 ถั่วเหลือง คิดเป็นร้อยละ 4.8 และใบยาสูบ ร้อยละ 4.8 ดังตาราง 8

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าและปริมาณสินค้าที่บริษัทขาย

ปริมาณ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อสัตว์		
ต่ำกว่า 200 ตัน	1	4.8
601 - 800 ตัน	1	4.8
1000 ตันขึ้นไป	1	4.7
2. อาหารทะเล		
ต่ำกว่า 200 ตัน	2	9.5
1000 ตันขึ้นไป	1	4.8
3. ผัก		
ต่ำกว่า 200 ตัน	6	28.6
1000 ตันขึ้นไป	1	4.7
4. ผลไม้		
ต่ำกว่า 200 ตัน	5	23.8
1000 ตันขึ้นไป	1	4.8
5. ลำไยอบแห้ง		
ต่ำกว่า 200 ตัน	1	4.8
6. ไบยาสูบ		
1000 ตันขึ้นไป	1	4.8
รวม	21	100

หมายเหตุ: คำถามข้อนี้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 พบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ ขายสินค้าประเภทผักอาจ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งผลิตผักแหล่งใหญ่ จึงมีการขายสินค้าประเภทนี้เป็นจำนวนมากทำให้ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้บริการคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทผักมากกว่าสินค้าประเภทอื่น

1.2.5 การให้บริการคลังสินค้าเกษตรประเภทห้องเย็น

ในการวิจัยได้มีการศึกษาถึงการให้บริการ คลังสินค้าเกษตรประเภทห้องเย็นเพื่อทราบว่าธุรกิจด้านสินค้าทางการเกษตร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ใช้บริการคลังสินค้าประเภทห้องเย็นหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

ธุรกิจด้านสินค้าทางการเกษตร ส่วนใหญ่เคยใช้บริการคลังสินค้า ที่เป็นห้องเย็น คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่เคยใช้บริการคลังสินค้าที่เป็นห้องเย็น คิดเป็นร้อยละ 20.0 ดังตาราง 9

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของการใช้บริการคลังสินค้าเกษตรประเภทห้องเย็น

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	12	80.0
ไม่เคยใช้บริการ	3	20.0
รวม	15	100

จากการศึกษาการให้บริการคลังสินค้าประเภทห้องเย็นพบว่าธุรกิจส่วนใหญ่เคยใช้บริการห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาสินค้า เนื่องจากส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทผักและผลไม้ ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องมีการเก็บรักษาโดยการควบคุมอุณหภูมิ ทำให้มีการใช้บริการคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้า และธุรกิจที่ไม่เคยใช้บริการเพราะสินค้าที่ขาย เก็บไว้ได้โดยไม่ใช้ความเย็น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาประเภทของสินค้าที่ใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความถี่ในการใช้บริการและคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ

2.1 ประเภทของสินค้า

การศึกษารูธุรกิจเกษตรที่ใช้บริการคลังสินค้า พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการคลังสินค้า เพื่อฝากสินค้าประเภทผัก รองลงมาคือ ผลไม้ อาหารทะเล เนื้อสัตว์ และลำไยอบแห้ง โดยแสดงผลการศึกษา ดังนี้

สินค้าที่ฝากในคลังสินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทผัก คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ ผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 41.7 อาหารทะเล คิดเป็นร้อยละ 25.0 เนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ลำไยอบแห้งคิดเป็น ร้อยละ 8.3 ดังตาราง 10

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรด้านประเภทสินค้าที่ใช้บริการคลังสินค้า

ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ผัก	6	50.0
ผลไม้	5	41.7
อาหารทะเล	3	25.0
เนื้อสัตว์	3	25.0
ลำไยอบแห้ง	1	8.3

หมายเหตุ : ค่าตามข้อนี้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 10 ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรโดยทั่วไปฝากสินค้าประเภทผัก ทั้งนี้อาจมาจากบริษัทส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทผัก จึงมีการใช้บริการคลังสินค้าเพื่อเก็บรักษาสินค้าประเภทผักมากกว่าสินค้าชนิดอื่น

2.2 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการคลังสินค้า

การให้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากภายนอกเพราะ ไม่มีห้องเย็นในการเก็บรักษาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาใช้บริการเพราะห้องเย็นที่มีอยู่ไม่เพียงพอในการเก็บสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25.0 ดังตาราง 11

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการใช้บริการคลังสินค้า ของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใน จังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีห้องเย็นในการเก็บสินค้า	9	75.0
ห้องเย็นที่มีอยู่ไม่เพียงพอ	3	25.0
รวม	12	100

จากการวิจัยบริษัทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคลังสินค้า เพราะไม่มีห้องเย็นในการเก็บสินค้า เนื่องจากห้องเก็บสินค้าที่มีเครื่องควบคุมอุณหภูมิ มีค่าใช้จ่ายสูงทั้งค่าก่อสร้างและค่าบำรุงรักษาธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ จึงเลือกใช้บริการคลังสินค้าจากภายนอกเพื่อลดภาระต่าง ๆ ในการดำเนินงาน

2.3 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้า

ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ จะตัดสินใจเลือกใช้บริการจากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคลังสินค้า โดยส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ดังตาราง 12

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละ ของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จัก	10	83.3
พนักงานขาย	2	16.7
รวม	12	100

ในการศึกษาการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นคนรู้จัก ซึ่งเกิดจากการบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้บริการซึ่งการบอกเล่าจากบุคคลที่รู้จักจะมีความน่าเชื่อถือ จึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คลังสินค้า

2.4 ความถี่ในการใช้บริการคลังสินค้า

การศึกษความถี่ในการใช้บริการคลังสินค้า ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรโดยทั่วไปไว้บริการคลังสินค้า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ไว้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังตาราง 13

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในการใช้บริการคลังสินค้าต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	1	8.3
2 ครั้งต่อเดือน	2	16.7
4 ครั้งต่อเดือน	5	41.7
ไม่แน่นอน	4	33.3
รวม	12	100

จากตาราง 13 พบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรมีการใช้บริการคลังสินค้า 4 ครั้งต่อเดือนซึ่งอาจมาจากนโยบายในการซื้อสินค้าและการเก็บสินค้าคงเหลือของบริษัทที่กำหนดขึ้นเพื่อความสะดวกในการดำเนินงาน และควบคุมต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้า

2.5 คลังสินค้าที่ใช้บริการ

คลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้บริการคือห้องเย็นแหลมทอง คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือห้องเย็นปริมิ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และห้องเย็นนัมชีเส็ง ร้อยละ 25.0 ลำดับสุดท้ายคือห้องเย็นปารดา คิดเป็นร้อยละ 16.7 ดังตาราง 14

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของคลังสินค้าที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้บริการ

คลังสินค้าที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ห้องเย็นปริมิ	3	25.0
ห้องเย็นปารดา	2	16.7
ห้องเย็นแหลมทอง	4	33.3
ห้องเย็นนัมชีเส็ง	3	25.0
รวม	12	100

จะเห็นว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ส่วนใหญ่ใช้บริการห้องเย็นแหลมทองอาจเนื่องจากห้องเย็นแหลมทองเป็นที่รู้จัก เนื่องจากมีการดำเนินงานมานานและอยู่ในทำเลที่

เหมาะสม ซึ่งได้ให้เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะอยู่ใกล้ทำให้ติดต่อได้สะดวกและมีราคาที่เหมาะสม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่ธุรกิจด้านสินค้าใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า โดยศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งได้ผลการศึกษาวิจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าโดยศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้พิจารณาในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพการรักษาสินค้า รองลงมาคือการรับประกันภัยสินค้า การบริการขนส่งต่อเนื่อง ระบบเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการและบริการแจ้งยอดคงเหลืออย่างสม่ำเสมอที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยที่เหลือมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ดังตาราง 15

ตาราง 15 จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านบริการ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่
ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
คุณภาพการรักษาสินค้า	12	5	มากที่สุด
การรับประกันภัยสินค้า	12	4	มาก
การบริการขนส่งต่อเนื่อง	11	4	มาก
ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการบริการ	12	4	มาก
บริการแจ้งยอดคงเหลืออย่างสม่ำเสมอ	12	4	มาก
ขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้า	12	3	ปานกลาง
บริการเสริม	12	3	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้ปัจจัยด้านคุณภาพการรักษาสินค้าในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า เนื่องจากสินค้าประเภทผักเป็นของสด ที่ต้องมีการเก็บรักษาในอุณหภูมิที่เหมาะสม หากมีการเก็บรักษาที่ไม่ดีจะทำให้ความสดของสินค้าลดลง ซึ่งมีผลต่อการนำไปจำหน่าย หากสินค้าไม่สดจะทำให้สินค้ามีราคาขายลดลง ในทางกลับกันหากคลังสินค้ามีความคุมอุณหภูมิการเก็บรักษาสินค้าจะทำให้สินค้าคงความสดเมื่อนำไปจำหน่ายจะทำให้สินค้าน่าเชื่อถือ ดังนั้นปัจจัยด้านคุณภาพการเก็บรักษาสินค้าจึงมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า เกษตรมากกว่าปัจจัยอื่น

3.2 ปัจจัยด้านราคา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ได้มีการศึกษาปัจจัยด้านราคาที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้พิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า จากการศึกษา มีผลดังนี้

ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาเลือกใช้บริการ จากปัจจัยด้านค่าบริการต่อหน่วย การให้ส่วนลด และระยะเวลาในการชำระเงิน โดยให้ความสำคัญในการพิจารณาในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ การกำหนดราคาค่าบริการที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับมาก ดังตาราง 16

ตาราง 16 จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านราคา ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ใช้
ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
ค่าบริการต่อหน่วย	12	5	มากที่สุด
การให้ส่วนลด	12	5	มากที่สุด
ระยะเวลาในการชำระเงิน	12	5	มากที่สุด
กำหนดราคาให้บริการที่ชัดเจน	12	4	มาก

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าจาก ค่าบริการต่อหน่วย การให้ส่วนลด และระยะเวลาในการชำระเงิน เนื่องจากการคิดค่าบริการมีผลต่อ ต้นทุนสินค้า หากมีการคิดค่าบริการต่อหน่วย ตามจำนวนสินค้าจริงจะทำให้รู้สึกว่าการคิดค่าบริการ มีความยุติธรรมต่อลูกค้าและการให้ส่วนลดจะทำให้ลูกค้ามีต้นทุนการเก็บรักษาต่ำลง ส่วน ระยะเวลาในการชำระเงินที่นานจะทำให้มีโอกาสในการหมุนเวียนเงินในธุรกิจได้นานขึ้น

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาในการเลือกใ้ บริการคลังสินค้าได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ที่ใช้พิจารณาในการเลือกใช้บริการ คลังสินค้า ผลการศึกษามีดังนี้

ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าจาก ท่าเลที่ตั้งของอาคาร คลังสินค้า ความสะดวกในการขนส่งและความเพียงพอของสถานที่จอดรถโดยให้ความสำคัญใ การพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับมาก ปัจจัยที่เหลือให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการ ในระดับปานกลาง ดังตาราง 17

ตาราง 17 จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใน
จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
ทำเลที่ตั้งของอาคารคลังสินค้า	12	4	มาก
ความสะดวกในการขนส่ง	12	4	มาก
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	12	4	มาก
ความเพียงพอของภาชนะบรรจุสินค้า	12	3	ปานกลาง

จากตาราง 17 ทำให้ทราบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของอาคารคลังสินค้า ความสะดวกในการขนส่งและความเพียงพอของสถานที่จอดรถ เนื่องจากเป็น
สิ่งสำคัญต่อการขนส่งสินค้าเพราะหากอยู่ไกลจะทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงและความสะดวก
ในการขนส่งมีผลต่อความเร็วในการขนย้ายสินค้าประกอบกับความสะดวกในการขนส่งเป็นสิ่ง
สำคัญ หากมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการให้บริการจะทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก และทำ
ให้การขนย้ายมีความล่าช้า

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ในการวิจัยปัจจัยทางการตลาด ที่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า ได้ศึกษาถึง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรให้ความสำคัญ ในการเลือกใช้บริการ
คลังสินค้า จากการศึกษาได้ผลดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรให้ความสำคัญในการ
พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการส่งเสริมการ
ขายโดยให้ความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ดังตาราง 18

ตาราง 18 จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตร
ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	12	3	ปานกลาง
การขายโดยใช้พนักงานขาย	11	3	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	12	3	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจาก การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ การขายโดยใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ไม่มีผลโดยตรงต่อคุณภาพการให้บริการและค่าบริการ จึงมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าในระดับปานกลาง

3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้านด้านบุคลากรที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าโดยมีผลการวิจัยดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า คือ ความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของพนักงานโดยให้ความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการให้บริการของพนักงานและความรอบรู้เกี่ยวกับงานบริการตามหน้าที่ของพนักงานที่พิจารณาในระดับมากที่สุดให้ความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ตามตาราง 19

ตาราง 19 จำนวนและฐานนิยมของปัจจัยด้านบุคลากร ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นของพนักงาน	12	5	มากที่สุด
การให้บริการของพนักงาน	12	4	มาก
ความรอบรู้ในงานบริการตามหน้าที่ของพนักงาน	11	4	มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	12	3	ปานกลาง
ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	12	3	ปานกลาง

จากตาราง 19 พบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาถึงความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ เพราะการได้รับความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นจากพนักงาน ทำให้ลูกค้ารู้สึกเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ เพราะหากพนักงานมีความเอาใจใส่ และกระตือรือร้น แสดงว่าคลังสินค้านั้นใส่ใจในการเก็บรักษาสินค้าเป็นอย่างดีด้วย จึงให้ความสำคัญ ในปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของพนักงานมากที่สุด

3.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ในการศึกษาปัจจัยทางการตลาด ได้มีการศึกษาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า มีผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ใช้พิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า คือ ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกของอาคารสถานที่และภายในคลังสินค้าที่ให้ความสำคัญในการพิจารณาในระดับมาก ปัจจัยที่เหลือพิจารณาในระดับปานกลาง ดังตาราง 20

ตาราง 20 จำนวนและฐานนิยม ของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ที่ธุรกิจด้านสินค้า
เกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอภาพลักษณ์	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	12	5	มากที่สุด
ความสะอาดของสถานที่และภายในคลังสินค้า	12	4	มาก
ความทันสมัยสวยงามของอาคารและคลังสินค้า	12	3	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	12	3	ปานกลาง
การแต่งกายของพนักงาน	12	3	ปานกลาง

ในการศึกษาพบว่า บริษัทส่วนใหญ่พิจารณาด้านความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า อาจเนื่องมาจากคลังสินค้าเป็นธุรกิจรับฝากสินค้าการทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าทรัพย์สินของลูกค้าจะมีความปลอดภัยและไม่มีสูญหายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ

3.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

การวิจัยพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรได้มีการศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ ที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าผลการศึกษามีดังนี้

ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าจากการคิดค่าบริการ การชำระเงินที่ถูกต้องรวดเร็ว ความรวดเร็วในการให้บริการตรงต่อเวลา การแจ้งข่าวสารที่รวดเร็ว มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีระบบการบันทึกข้อมูลทันสมัยเชื่อถือได้ โดยให้ความสำคัญในการพิจารณาในระดับมาก ที่เหลือพิจารณาในระดับปานกลาง ตามตาราง 21

ตาราง 21 จำนวนและฐานนิยม ของปัจจัยด้านกระบวนการที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัด
เชียงใหม่ ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวน	ฐานนิยม	แปลความ
คิดค่าบริการ/การชำระเงินที่ถูกต้องรวดเร็ว	12	4	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	12	4	มาก
การตรงต่อเวลาในการให้บริการ	12	4	มาก
การแจ้งข่าวสารการให้บริการที่รวดเร็ว	12	4	มาก
มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	12	4	มาก
ระบบการบันทึกข้อมูลทันสมัยเชื่อถือได้	12	4	มาก
การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	12	3	ปานกลาง
เวลาเปิด – ปิด ของคลังสินค้า	12	3	ปานกลาง

จากการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการ คือ การคิดค่าบริการ การชำระเงินที่ถูกต้องรวดเร็ว ความรวดเร็วในการให้บริการ ตรงต่อเวลา แจ้งข่าวสารที่รวดเร็ว มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีระบบการบันทึกข้อมูลทันสมัยเชื่อถือได้ แสดงถึงความต้องการในกระบวนการบริการที่ถูกต้องรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ทราบข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนการขนย้าย สินค้าได้อย่างถูกต้องและการรักษาความปลอดภัยที่ดี จะทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ ประกอบกับระบบการบันทึกข้อมูลที่ทันสมัยเชื่อถือได้ทำให้ได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือและใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตร

การศึกษาปัญหา ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ได้พบในการใช้บริการคลังสินค้า ทำให้ทราบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าอย่างไร ผลการศึกษามีดังนี้

ปัญหาที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรพบ คือ ปัญหาด้านสินค้าชำรุดสูญหายคิดเป็นร้อยละ 62.5 การเบิกสินค้าล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 12.5 ไม่มีการแจ้งยอดสินค้าคงเหลือ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ดังตาราง 22

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละ ของปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้า ของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าชำรุดสูญหาย	5	62.5
การเบิกสินค้าล่าช้า	1	12.5
ไม่มีการแจ้งยอดสินค้าคงเหลือ	1	12.5
ไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ	1	12.5
รวม	8	100

จากการศึกษาถึงปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้า พบว่ามีปัญหาด้านสินค้าชำรุดสูญหาย อาจเนื่องมาจากคลังสินค้าโดยทั่วไป มีระบบการรักษาความปลอดภัยในสินค้าไม่รัดกุม ประกอบกับมีกระบวนการให้บริการไม่เหมาะสม เช่น ไม่มีการตรวจทานน้ำหนักสินค้าและการตรวจเช็คสินค้าในกระบวนการรับเข้า ไม่มีการเก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสม จึงทำให้สินค้าชำรุดสูญหาย

ตาราง 23 สรุปปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร

ปัจจัยทางการตลาด ที่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า	คะแนน	ระดับความสำคัญ
คุณภาพการรักษาสินค้า	5	มากที่สุด
ค่าบริการต่อหน่วย	5	มากที่สุด
การให้ส่วนลด	5	มากที่สุด
ระยะเวลาในการชำระเงิน	5	มากที่สุด
ความเอาใจใส่ ภาระหรือล้นของพนักงาน	5	มากที่สุด
ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า	5	มากที่สุด

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร ของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าในระดับมากที่สุด คือปัจจัยด้านคุณภาพการรักษาสินค้า การคิดค่าบริการต่อหน่วย การให้ส่วนลด ระยะเวลาในการชำระเงิน ความเอาใจใส่ภาระหรือล้นของพนักงาน ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า

เมื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยทางการตลาด ที่ได้รับความสำคัญในการพิจารณาในระดับมากที่สุดแล้วพบว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ต้องการเลือกใช้บริการคลังสินค้าที่มีคุณภาพในการรักษาสินค้าเนื่องจากสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เป็นของสด ที่ต้องมีการเก็บรักษาในอุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อคงความสดของสินค้า เพราะหากสินค้าไม่สดเมื่อนำไปจำหน่ายจะทำให้ราคาลดลงในทางกลับกันหากคลังสินค้ามีการควบคุมอุณหภูมิการเก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสม จะทำให้สินค้าคงความสด เมื่อนำไปจำหน่ายจะทำให้สินค้าน่าซื้อ อีกทั้งการคิดค่าบริการต่อหน่วยตามจำนวนสินค้าจริง การได้รับส่วนลดและระยะเวลาในการชำระเงิน จะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดต้นทุนการเก็บรักษาสินค้า ประกอบกับผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับความเอาใจใส่ความกระตือรือร้นจากพนักงานในการให้บริการและคาดหวังว่าสินค้าที่เก็บไว้ในคลังสินค้าจะปลอดภัยไม่ชำรุดและสูญหาย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้า และปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งประเด็นการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร
3. ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า
4. ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้า

ซึ่งสรุปได้ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดยภาพรวมของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 46.7) และมีประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี (ร้อยละ 40.0) เนื่องจากเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานและเป็นผู้ตัดสินใจในการดำเนินงานของบริษัท

ลักษณะของกิจการโดยทั่วไป มีอายุการดำเนินงาน 6 – 8 ปี (ร้อยละ 46.7) แสดงถึงการดำเนินกิจการมานานทำให้มีแนวโน้มทางธุรกิจ ที่ค่อนข้างมั่นคงเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่อยู่ในช่วงเริ่มกิจการหรือมีอายุการดำเนินงานน้อย โดยบริษัทส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1 – 5 ล้านบาท (ร้อยละ 53.8) และมีพนักงานน้อยกว่า 30 คน (ร้อยละ 66.7) แสดงว่าบริษัทส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก เมื่อวิเคราะห์ด้านปริมาณการให้บริการคลังสินค้าธุรกิจขนาดเล็กด้านสินค้าเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมากว่า ทำให้ปริมาณการให้บริการคลังสินค้าจากบริษัทขนาดเล็กมีมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ด้านสินค้าเกษตร แต่หากวิเคราะห์ด้านอำนาจในการต่อรองแล้ว บริษัทขนาดใหญ่มีอำนาจในการต่อรองสูงกว่า เนื่องจากการให้บริการในแต่ละครั้งมีปริมาณมาก ทำให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสม ตามกลุ่มของผู้ใช้บริการ โดยประเภทสินค้าที่ให้บริการคลังสินค้าส่วนใหญ่ เป็นสินค้าประเภทผักเนื่องจากธุรกิจด้านสินค้าเกษตรขายสินค้าประเภทผักมากกว่าสินค้าชนิดอื่นๆ (ร้อยละ 33.3) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งผลิตผักแหล่งใหญ่ จึงทำให้มีการขายสินค้าประเภทผักเป็นจำนวนมาก ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่จึงใช้บริการคลังสินค้าที่เป็นห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาสินค้า

5.2 พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร

ประเภทของสินค้า ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ใช้บริการคลังสินค้า คือ ผัก (ร้อยละ 50.0) เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่จำหน่ายผัก จึงมีการใช้บริการเพื่อฝากสินค้าประเภทผัก โดยใช้บริการคลังสินค้าเพราะไม่มีคลังสินค้าที่เป็นห้องเย็น (ร้อยละ 75.0) เนื่องจากคลังสินค้าที่เป็นห้องเย็น มีการลงทุนสูงและมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา การใช้บริการคลังสินค้าจากภายนอกจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ ซึ่งการเลือกใช้บริการผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ บุคคลที่รู้จัก (ร้อยละ 83.3) เนื่องจากคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จักจะมีความน่าเชื่อถือจึงมีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้า บริษัทโดยทั่วไปใช้บริการคลังสินค้า 4 ครั้งต่อเดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายการสั่งซื้อสินค้าและการเก็บสินค้าคงเหลือของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่มีการหมุนเวียนสินค้าใน 1 สัปดาห์เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการห้องเย็นแหลมทองในการเก็บรักษาสินค้าซึ่งเลือกใช้บริการเพราะอยู่ใกล้และราคาเหมาะสม

5.3 ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ธุรกิจด้านสินค้าเกษตร พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าจาก ปัจจัยด้านคุณภาพ การรักษาสินค้า ค่าบริการต่อหน่วย การให้ส่วนลด และระยะเวลาในการชำระเงิน ความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของพนักงานความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด

สินค้าเกษตรสิ่งสำคัญ คือ ความสดเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพ การรักษาสินค้า ที่ผู้ใช้บริการพิจารณาในระดับมากที่สุดแล้ว แสดงว่าผู้ใช้บริการต้องการให้สินค้าคงความสดไว้เพื่อการนำไปจำหน่าย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านความสดทำให้ผู้ขายให้ความสำคัญกับความสดของสินค้า จึงต้องการกระบวนการเก็บรักษาที่ดีเพื่อคงความสดของสินค้าไว้ คุณภาพการรักษาสินค้าของคลังสินค้าเป็นปัจจัยหลัก ที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรใช้พิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากส่งผลต่อต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้า ผู้ใช้บริการจึงพิจารณาการคิดค่าบริการต่อหน่วยตามจำนวนสินค้าจริง การได้รับส่วนลดและระยะเวลาในการชำระเงิน ในการเลือกคลังสินค้าเพราะจะทำให้ประหยัดต้นทุนในการเก็บรักษาและยังมีผลต่อเงินหมุนเวียนในกิจการด้วย

เนื่องจากคลังสินค้าเป็นธุรกิจให้บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์ของคลังสินค้าจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่พิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า เพราะความเอาใจใส่ในการให้บริการ

ความกระตือรือร้นของพนักงานและภาพลักษณ์ในการบริการด้านความปลอดภัย จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและความประทับใจจึงเป็นปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาในระดับมากที่สุด

5.4 ปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าเกษตร

ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาสินค้าชำรุดเสียหายอาจเนื่องมาจากคลังสินค้า โดยทั่วไปมีระบบการรักษาความปลอดภัยในสินค้าไม่รัดกุม ประกอบกับมีกระบวนการให้บริการไม่เหมาะสม เช่น ไม่มีการตรวจทานน้ำหนักสินค้า และตรวจเช็คสินค้าในกระบวนการรับเข้า จึงทำให้สินค้าชำรุดเสียหายได้ง่าย

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ ผ่าสินค้าประเภทผัก โดยใช้บริการคลังสินค้าเพราะไม่มีห้องเย็น ในการเก็บรักษาซึ่งการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ บุคคลที่รู้จัก โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 4 ครั้งต่อเดือน คลังสินค้าที่ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ คือ ห้องเย็นแหลมทอง โดยเลือกใช้บริการเพราะอยู่ใกล้และมีราคาที่เหมาะสม ถึงแม้ว่าธุรกิจด้านสินค้าเกษตรจะมีพฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าหลายอย่างเหมือนกัน แต่ก็มีพฤติกรรมการใช้บริการบางอย่างที่แตกต่างกันซึ่งการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและสิ่งกระตุ้นจากภายในตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541: 124-130) ที่แม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคน จะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบของพฤติกรรมของคนที่แสดงออกในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เผชิญมีลักษณะแตกต่างกันทั้งนี้อาจมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในอันได้แก่ตัวบุคคลและปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจทำให้การแสดงออกมาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการใช้บริการคลังสินค้าที่คล้ายกัน แต่ก็มีพฤติกรรมการใช้บริการบางอย่าง ที่แตกต่างกัน เช่น ความถี่ในการใช้บริการ คลังสินค้าที่ใช้บริการ และวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ เป็นต้น

ด้านปัจจัยทางการตลาด ที่ธุรกิจเกษตรใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า: ด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรได้ให้ความสำคัญกับ คุณภาพการรักษาสินค้าเพราะ: ต้องการให้สินค้าคงความสดเพื่อการนำไปจำหน่ายต่อ มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหาร ศิริพงษ์ แก้วรัตนะอัมพร (2541) และ จุฑามาศ สิริรัตนสุนทร (2547) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสดของอาหาร ดังนั้นผู้ขายสินค้าจึงให้ความสำคัญกับการรักษาความสดของสินค้า จึงต้องการสถานที่เก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสม จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้พิจารณาลังสินค้า แสดงว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ คุณภาพการรักษาสินค้า เพื่อรักษาความสดของสินค้าไว้

ด้านปัจจัยราคา ใช้การคิดค่าบริการต่อหน่วย การให้ส่วนลด และระยะเวลาในการชำระเงิน ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้าเนื่องจากปัจจัยราคาส่งผลต่อต้นทุนการเก็บรักษา หากสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าได้ จะทำให้ลูกค้ามีกำไรเพิ่มขึ้น ได้มีผู้วิจัยเกรียงศักดิ์ พิสุทธิพันธุ์ (2543) และ จิรศักดิ์ จันทร์ทัต (2547) ศึกษาถึงปัจจัยราคาที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการ คือ ค่าบริการที่เหมาะสม การได้รับส่วนลด และระยะเวลาในการชำระเงิน เพราะค่าบริการที่เหมาะสม และการได้รับส่วนลด จะทำให้ค่าใช้จ่ายของลูกค้าลดลง ส่งผลให้ลูกค้ามีกำไรเพิ่มขึ้น ประกอบกับการได้รับสิทธิระยะเวลาในการชำระเงินจะทำให้ลูกค้ามีเงินหมุนเวียนในธุรกิจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า ผู้ใช้บริการพิจารณา การคิดค่าบริการ การให้ส่วนลด ระยะเวลาในการชำระเงิน ในการพิจารณาเลือกใช้บริการคลังสินค้า ดังนั้นการจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ นอกจากจะมีคุณภาพในการเก็บรักษาสินค้าแล้ว การตั้งราคาที่เหมาะสม การให้ส่วนลดและระยะเวลาในการชำระเงินจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการคลังสินค้า

ปัจจัยด้านบุคลากร ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรให้ความสำคัญกับ ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการให้บริการในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการความต้องการ การดูแล และการอำนวยความสะดวกจากผู้ให้บริการ เพราะธุรกิจคลังสินค้าเป็นธุรกิจบริการ ตามทฤษฎีการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541:337-339) พนักงานจะต้องได้รับการฝึกอบรมและจูงใจจึงจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ได้แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งและสามารถสร้างกำไรให้กับบริษัทได้ เนื่องจากบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย และพนักงานที่ให้บริการจะเป็นผู้ได้พบกับลูกค้าโดยตรงเมื่อลูกค้ามาใช้บริการย่อมคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลเอาใจใส่และการอำนวยความสะดวกจากพนักงานให้คุ้มค่ากับค่าบริการที่จ่ายไป จากทฤษฎีการตลาดบริการได้สนับสนุนผลการศึกษาที่ว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นใน

การให้บริการของพนักงาน ดังนั้นธุรกิจคลังสินค้าจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและจูงใจให้พนักงานกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการ

ด้านภาพลักษณ์ของกิจการ ธุรกิจด้านสินค้าเกษตรได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้าในระดับมากที่สุด เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดี จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือว่าใช้บริการ (เกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต, 2543) ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการจากความปลอดภัยของสินค้า เนื่องจากต้องการความเชื่อมั่นว่าสินค้าจะไม่ชำรุดเสียหาย หากมีการเก็บรักษาภายใต้ระบบการควบคุมที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ในด้านความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า เนื่องจากผู้ใช้บริการจะลดความเสี่ยงจากความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของคลังสินค้าเพื่อเป็นหลักประกันในการตัดสินใจว่าหากใช้บริการคลังสินค้าแล้วสินค้าจะไม่ชำรุดเสียหาย ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยจะทำให้ผู้ใช้บริการให้ความไว้วางใจในการใช้บริการคลังสินค้า

จากการศึกษาปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บริการ พบปัญหาสินค้าชำรุดเสียหายมากที่สุดอาจมาจากกระบวนการบริการที่ไม่เหมาะสม ทำให้สินค้าได้รับความเสียหาย ซึ่งมีงานวิจัยที่สนับสนุน คือ งานวิจัยของ เกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต (2543) ที่ว่า สินค้าส่วนใหญ่ได้รับความเสียหายจากกระบวนการขนย้ายสินค้า ดังนั้นคลังสินค้าจึงต้องเอาใจใส่ในกระบวนการเก็บรักษาสินค้า เพราะหากสินค้าได้รับความชำรุดเสียหาย จะทำให้ภาพลักษณ์ของคลังสินค้าไม่ดี และทำให้ลูกค้าไม่เชื่อถือในการใช้บริการครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่องพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตร ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม จะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการได้

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจให้บริการคลังสินค้าเกษตร

ด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญคือ การเก็บรักษาสินค้าในอุณหภูมิที่เหมาะสม มีการจัดเก็บที่ดีซึ่งจะทำให้สินค้ามีสภาพที่สมบูรณ์ และเก็บรักษาความสดได้นาน ดังนั้นธุรกิจคลังสินค้าจึงควรให้ความสำคัญในขั้นตอน การเก็บรักษาสินค้าของลูกค้าให้ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะความเย็นในการเก็บรักษา ซึ่งควรมีการนำระบบเทคโนโลยีในการควบคุมอุณหภูมิ เข้ามาใช้ในการเก็บรักษาสินค้า นอกจากนี้ ควรให้บริการในด้านการรับประกันภัยสินค้าด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความ

เชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการ และควรมีการพัฒนาบริการในการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าด้วย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านการอำนวยความสะดวก

ด้านราคาควรตั้งราคาค่าบริการต่อหน่วยที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบและตัดสินใจได้ง่าย มีการให้ส่วนลดและมีการกำหนดระยะเวลาในการชำระเงินที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าประจำเพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการในระยะยาว

ด้านช่องทางการให้บริการ ควรเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่สะดวกในการขนส่งสินค้าและมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและควรมีการกำหนดผังกระบวนการรับเข้าและออกสินค้าของคลังสินค้าให้ชัดเจน ซึ่งเป็นการพัฒนาการให้บริการเพื่อการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยใช้สื่อโฆษณาและพนักงานขาย ในการแนะนำให้ลูกค้ารู้จักและทราบถึงบริการที่มี เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงมีบริการเสริม ด้วยการแนะนำแผนการใช้บริการคลังสินค้าในอนาคตให้ลูกค้าในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ เนื่องจากสินค้าเกษตรเป็นสินค้าตามฤดูกาลที่มีปริมาณและราคาไม่แน่นอนการให้ข้อมูลการจัดเก็บสินค้าในอนาคตให้ลูกค้า จะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้าได้อีกด้วย

ด้านบุคลากร ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรในการให้บริการลูกค้า เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากการเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานเป็นสำคัญ จึงควรมีการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่พนักงาน ในการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและเอาใจใส่ต่อปัญหาหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและทำให้ลูกค้าใช้บริการในระยะยาว และจูงใจบุคลากรด้วยการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อให้บุคลากรมีความตั้งใจในการทำงาน

ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ ควรมีการสร้างที่น่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดรูปแบบอาคารสถานที่และการแต่งกายของพนักงานให้เหมาะสม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และควรมีการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าต้องการความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีระบบบันทึกข้อมูลที่ทันสมัยเชื่อถือได้ จึงควรมีการกำหนดกระบวนการให้บริการที่เป็นมาตรฐานและใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการบริการรวดเร็วและมีมาตรฐานการบริการที่สม่ำเสมอ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าให้มากที่สุดและควรมีการบริหารเวลาในการให้บริการเพื่อป้องกันการเสียเวลาในการคอยรับสินค้าของลูกค้าได้

หากธุรกิจให้บริการคลังสินค้า สามารถกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้เหมาะสมจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความมั่งคั่งให้แก่กิจการได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร โดยศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำให้ทราบถึงผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการ ขนาดของกิจการ ประเภทและปริมาณสินค้าที่ขายรวมถึงการให้บริการคลังสินค้าที่ผ่านมาและได้ ศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่พิจารณาในการเลือกใช้บริการคลังสินค้าและปัญหาในการใช้บริการ คลังสินค้า ซึ่งทำให้ทราบว่าปัจจัยทางการตลาดใดที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้ บริการคลังสินค้าและทราบถึงปัญหาข้อลูกค้าในการใช้บริการคลังสินค้า การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา ข้อมูลพื้นฐานเท่านั้นหากจะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในสูงสุดควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

การศึกษาค้นคว้าความต้องการในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีความต้องการใช้บริการคลังสินค้าอย่างไร รวมถึงควรมี การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะทรา บได้ว่าธุรกิจคลังสินค้ามีการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอย่างไรบ้างและควร ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ทราบว่าผู้ใช้บริการ คลังสินค้ามีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหนและเลือกใช้บริการคลังสินค้าเพราะอะไร มีอะไรบ้างที่ ควรปรับปรุงจะทำให้ทราบว่าการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจคลังสินค้าใน จังหวัดเชียงใหม่ มีความเหมาะสมมากน้อยแค่ไหนอีกด้วย

ดังนั้นหากมีการศึกษาเพิ่มเติม เรื่องความต้องการใช้บริการคลังสินค้า การศึกษา เรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และความพึงพอใจ ในการใช้บริการคลังสินค้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ธุรกิจคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดเตรียมเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสม และสนองความต้องการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดได้

บรรณานุกรม

- กานดา ชัยเวช. 2548. **ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทที่ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- เกรียงศักดิ์ พิสิฐบัณฑิต. 2543. **ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าเอกชนโดยรถบรรทุก**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทอส์เตอร์, ฟิลลิป. 2547. **การจัดการตลาด** แปลจาก Marketing management. โดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น. กรุ๊ป.
- จิรศักดิ์ จันทรรัต. 2547. **การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนขายระวางบรรทุกสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร. 2547. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร**. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาญชัย เมฆศิริ. 2545. **การควบคุมการจัดซื้อสินค้าในธุรกิจภัตตาคาร: กรณีศึกษาชมรมร้านอาหารและภัตตาคาร จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดาระเกษ จันทรเพ็ญ. 2545. **ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของตลาดกลางข้าวเปลือก: กรณีศึกษาบริษัทเจ้าพระยาท่าเรือก้านทอง จำกัด**. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประเสริฐ ศักดิ์บริบูรณ์. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พริณรัตน์ จักษ์เมธา. 2545. **ความพึงพอใจของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภค-บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการให้บริการขนส่งของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง**. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธ ไกยวรรณ. 2545. **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่. 2549. “แผนยุทธศาสตร์จังหวัดเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://pcoc.moc.go.th/pcocsys/pcoc_menu/admin/manage/files/39/1_ข้อมูล

เศรษฐกิจการพาณิชย์และการตลาด.doc (22 มกราคม 2549).

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2527. **โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้า**

เกษตรภาคกลาง – ตะวันตก. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพงษ์ แก้วรัตนะอัมพร. 2541. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาซื้ออาหารสดใน**

ซูเปอร์มาร์เก็ต กรณีศึกษา: ท็อปซูเปอร์มาเก็ต และริมปีงซูเปอร์สโตร์ในจังหวัดเชียงใหม่.

เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล และไซเท็กซ์.

Thechatakerng, S. and Rialp, J. 2005. **When they go together: Alliances Implementing by**

Thai firms. Paper presented in ICSB 50th world conference Washington D.C. USA.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่ มิถุนายน 2549

เรื่อง ขอความกรุณาตอบแบบสอบถาม
เรียน ท่านเจ้าของกิจการ / ท่านผู้จัดการ

เนื่องจาก ดิฉัน นางสาวมุกดา แวน นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้ทำปัญหาพิเศษเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถาม ซึ่งคำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเปิดเผย ณ ที่ใดนอกจากจะนำคำตอบของท่านไปวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อสรุปผลการศึกษาเท่านั้น

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาระดับปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจนอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างถูกต้อง

ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบ พระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวมุกดา แวน)
ผู้ดำเนินการวิจัย

(ดร.สุนีย์ เทชถกิจ)
ประธานกรรมการที่ปรึกษา



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้าเกษตรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสินค้า

เกษตร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้า
ทางการเกษตร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งใดในกิจการ

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. เจ้าของกิจการ | ☐ 2. ผู้จัดการบริษัท |
| ☐ 3. หัวหน้างาน | ☐ 4. พนักงาน |
| ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

2. ประสบการณ์ทำงานของท่านในธุรกิจทางการเกษตร

- | | |
|--|------------------------------------|
| ☐ 1. น้อยกว่า 3 ปี | ☐ 2. 3 - 5 ปี |
| ☐ 3. 6 - 8 ปี | ☐ 4. 9 - 11 ปี |
| ☐ 5. มากกว่า 11 ปี | |

3. อายุการดำเนินงานของบริษัท

- ☐ 1. น้อยกว่า 3 ปี ☐ 2. 3 - 5 ปี
☐ 3. 6 - 8 ปี ☐ 4. 9 - 11 ปี
☐ 5. มากกว่า 11 ปี

4. บริษัทของท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อปี

- ☐ 1. ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ☐ 2. 1 - 5 ล้านบาท
☐ 3. 6 - 10 ล้านบาท ☐ 4. 11 - 15 ล้านบาท
☐ 5. 16 - 20 ล้านบาท ☐ 6. 20 ล้านบาท ขึ้นไป

5. บริษัทของท่านมีจำนวนพนักงานกี่คน

- ☐ 1. พนักงานน้อยกว่า 30 คน ☐ 2. พนักงานตั้งแต่ 31 - 60 คน
☐ 3. พนักงานตั้งแต่ 61 คน ขึ้นไป

6. สินค้าหลักประเภทใดที่บริษัทของท่านขายเป็นส่วนใหญ่ และมีน้ำหนักเฉลี่ยต่อปีเท่าใด (สามารถระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

รายการ	น้ำหนักเฉลี่ยต่อปี					
	ต่ำกว่า 200 ตัน	201 - 400 ตัน	401 - 600 ตัน	601 - 800 ตัน	801 - 1000 ตัน	1000+ ตันขึ้นไป
1. เนื้อสัตว์						
2. อาหารทะเล						
3. ผัก						
4. ผลไม้						
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).						

7. บริษัทของท่านเคยใช้บริการของคลังสินค้าที่เป็นห้องเย็น หรือไม่

- ☐ 1. เคยใช้บริการ
☐ 2. ไม่เคยใช้บริการ เพราะ.....

(ถ้าไม่เคยใช้บริการ ไม่ต้องตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร	มีผล มากที่สุด 5	มีผล มาก 4	มีผล ปานกลาง 3	มีผล น้อย 2	มีผล น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านบริการ					
1. คุณภาพด้านการให้บริการ เช่น การรักษาสินค้า					
2. การรับประกันภัยสินค้า					
3. การบริการขนส่งต่อเนื่อง					
4. ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการบริการ					
5. ขนาดพื้นที่ของอาคารคลังสินค้า					
6. บริการแจ้งยอดคงเหลือในคลังอย่างสม่ำเสมอ					
7. บริการเสริม เช่น แพ็คสินค้า เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์					
8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านราคา					
1. ค่าบริการต่อหน่วย					
2. กำหนดราคาให้บริการที่ชัดเจน					
3. การให้ส่วนลด					
4. ระยะเวลาในการชำระเงิน					
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร	มีผล มากที่สุด	มีผล มาก	มีผล ปานกลาง	มีผล น้อย	มีผล น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ					
1. ทำเลที่ตั้งของอาคารคลังสินค้า					
2. ความสะดวกในการขนส่ง					
3. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ					
4. ความเพียงพอของภาชนะบรรจุสินค้า เช่น พาเลต ตระกร้า					
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ Internet					
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย					
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ					
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านบุคลากร					
1. การให้บริการของพนักงาน					
2. ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นของพนักงาน					
3. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน					
4. ความรอบรู้เกี่ยวกับงานบริการตามหน้าที่ ของพนักงาน					
5. ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า					
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร	มีผล มากที่สุด	มีผล มาก	มีผล ปานกลาง	มีผล น้อย	มีผล น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์					
1. ความสะอาดของอาคารสถานที่และภายในคลัง สินค้า					
2. ความทันสมัยและสวยงามบริเวณอาคารและ คลังสินค้า					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่จอดรถลูกค้าเพียงพอ					
4. ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า					
5. การแต่งกายของพนักงาน					
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
1. การคิดค่าบริการ / การชำระเงินที่ถูกต้องรวดเร็ว					
2. การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ					
3. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
4. การตรงต่อเวลาในการให้บริการ					
5. การแจ้งข่าวสารการให้บริการที่รวดเร็ว เช่นวันที่ หยุดให้บริการ					
6. เวลาเปิด - ปิด ของคลังสินค้า					
7. มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
8. ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัย เชื่อถือได้					
9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการคลังสินค้าทางการเกษตร

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ของธุรกิจด้านสินค้าเกษตร
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. บริษัทของท่านใช้บริการคลังสินค้าเพื่อฝากสินค้าประเภทอะไรบ้าง

.....

2. บริษัทของท่านมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคลังสินค้าเพื่ออะไร

.....

3. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าของท่านคือใคร

.....

4. บริษัทของท่านใช้บริการคลังสินค้ากี่ครั้งต่อเดือน

.....

5. บริษัทของท่านใช้บริการคลังสินค้าจากที่ไหนบ้าง และใช้บริการเพราะเหตุใด

.....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวมุกดา แว่น
วัน เดือน ปีเกิด	1 เมษายน 2524
ภูมิลำเนา	จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2543 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี โรงเรียน พาณิชยการลานนา พ.ศ. 2545 ปริญญาตรี สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 - 2547 เจ้าหน้าที่บัญชี บริษัทปรมิลลิจิสติกส์ จำกัด พ.ศ. 2548 - 2548 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายและส่งออก บริษัทชนสวิทจำกัด พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บัญชี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่