

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การพัฒนาการตลาดและการให้บริการการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด
ผู้จัดทำ	: นางสาวจารุณี คำมะบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: ตุลาคม 2549
จำนวนหน้า	: 119 หน้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดและการให้บริการการขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ของผู้ใช้บริการ ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 20 - 29 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รู้จักการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ด้วยตนเองเพราะเคยใช้บริการของบริษัท โดยมีการใช้บริการกับทางบริษัทสัปดาห์ละครั้ง พักภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ส่งคือเอกสารและสิ่งพิมพ์ และส่วนใหญ่อยากให้บริษัทมีบริการเสริมด้านการรับประกันสินค้า บริการรับ/ส่งพัสดุภัณฑ์ถึงบ้าน และบริการเก็บเงินปลายทาง

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุภัณฑ์ของ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยทางการตลาดโดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน

กายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การขนส่งพัสดุภัณฑ์ บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ของผู้ใช้บริการจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ บริษัทควรเน้นเรื่องการให้บริการที่เป็นธรรมชาติไม่เอาัดเอาเปรียบลูกค้าทำการอบรมพนักงานในเรื่องการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า และเน้นการออกแบบกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการบอกต่อ (Word Of Mouth) เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ