

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัท
ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา
อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 91.49 มีอายุ
ระหว่าง 26 – 30 ปี ร้อยละ 34.04 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 85.11 มีตำแหน่งเป็น
ผู้จัดการฝ่ายนำเข้า – ส่งออก ร้อยละ 63.83

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กรและพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของ

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทอยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 34.04 รองลงมา
คือ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ร้อยละ 21.28 มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท
ร้อยละ 36.17 รองลงมาคือเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท ร้อยละ 14.89
ระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 12 ปี ร้อยละ 40.42 รองลงมาคือ 4 – 8 ปี ร้อยละ 29.79
เป็นบริษัทที่มีการนำเข้าเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 4.26 มีการส่งออกเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 8.51 และ
เป็นบริษัทที่มีทั้งการนำเข้าและส่งออก ร้อยละ 87.23

บริษัทที่มีการนำเข้ามีมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท ร้อยละ 37.21
มีจำนวนใบขนขาเข้ามาสูงกว่า 40 ใบต่อเดือน ร้อยละ 37.21 และใช้บริการการขนส่งทางอากาศใน
การนำเข้าเป็นประจำมากที่สุด ร้อยละ 58.14

บริษัทที่มีการส่งออกส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท
ร้อยละ 51.11 จำนวนใบขนขาออกมากกว่า 40 ใบต่อเดือน ร้อยละ 33.33 และใช้บริการการขนส่ง
ทางอากาศในการส่งออกเป็นประจำมากที่สุด ร้อยละ 66.67

บริษัทที่มีการนำเข้าหรือส่งออกมีการใช้บริการตัวแทนออกของ ร้อยละ 97.87 ส่วนใหญ่ใช้
บริการในการดำเนินพิธีการศุลกากร ร้อยละ 97.83 รองลงมาคือการขนส่งสินค้า ร้อยละ 89.13
และบริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร ร้อยละ 80.43 จำนวนตัวแทนออกของ

ที่บริษัทให้บริการ คือ 1-2 บริษัท หรือมากกว่า 6 บริษัทในจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 32.61 สาขาที่ใช้บริการคือ สาขาเชียงใหม่ ร้อยละ 91.30 รองลงมาคือ สาขาลำพูน ร้อยละ 63.04 โดยมีรูปแบบในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของส่วนใหญ่จะพิจารณาโดยผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเพียงผู้เดียว ร้อยละ 52.17 และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคือ กรรมการผู้จัดการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และปัจจัยย่อยอื่น ๆ มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ การให้บริการดำเนินพิธีการศุลกากร การให้บริการขนส่งสินค้า การพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม และปัจจัยย่อยอื่น ๆ มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีบริการรับ - ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก และปัจจัยย่อยอื่น ๆ มีความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูลคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่อง กฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้บริการที่ รวดเร็ว ถูกต้อง มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความสามารถในการให้ คำปรึกษา คำแนะนำ และมีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับ ปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย พนักงานมีการแต่งกายที่ดี สถานที่ จอดรถเพียงพอ และมีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่ง สวยงาม สะอาด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียง ตามลำดับ ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ และตรงต่อเวลา

จากตารางที่ 63 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับ ความสำคัญมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว การขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย การตอบสนอง และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้ว เสร็จ ตรงต่อเวลา พนักงานมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์พิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่เหมาะสม มีการติดตามผลการดำเนินงาน พนักงานมีความสามารถในการ ให้บริการที่ รวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงานมีความสามารถในการให้คำปรึกษา แนะนำ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ พนักงานมีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี

ตารางที่ 63 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้ตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุด

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ลำดับ |
|------------------------------|---|-----------|-----------|-------|
| ด้าน | ปัจจัยย่อย | | | |
| กระบวนการให้บริการ | ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี | 4.74 | มากที่สุด | 1 |
| กระบวนการให้บริการ | การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวดเร็ว | 4.74 | มากที่สุด | 1 |
| กระบวนการให้บริการ | การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย | 4.70 | มากที่สุด | 2 |
| ผลิตภัณฑ์ | ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง | 4.67 | มากที่สุด | 3 |
| กระบวนการให้บริการ | ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ | 4.67 | มากที่สุด | 3 |
| กระบวนการให้บริการ | ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ | 4.67 | มากที่สุด | 3 |
| กระบวนการให้บริการ | ตรงต่อเวลา | 4.67 | มากที่สุด | 3 |
| บุคลากร | มีความรู้ เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร | 4.65 | มากที่สุด | 4 |
| ราคา | ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม | 4.61 | มากที่สุด | 5 |
| กระบวนการให้บริการ | มีการติดตามผลการดำเนินงาน | 4.61 | มากที่สุด | 5 |
| บุคลากร | พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง | 4.57 | มากที่สุด | 6 |
| บุคลากร | พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี | 4.57 | มากที่สุด | 6 |
| บุคลากร | พนักงานมีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ | 4.52 | มากที่สุด | 7 |
| กระบวนการให้บริการ | ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน | 4.52 | มากที่สุด | 7 |
| บุคลากร | พนักงานมีธรรมาภิบาลและมนุษยสัมพันธ์ดี | 4.50 | มากที่สุด | 8 |

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการให้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการให้บริการตัวแทนออกของโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัญหาในทุกด้านเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ยกเว้นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัญหาในระดับมาก

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ จำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ และการให้บริการที่ไม่ครบวงจร

ปัญหาด้านราคา ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับมาก คือ อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการให้เครดิตไม่เหมาะสม

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขาไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับน้อย คือ สถานที่ตั้งไกลจากสถานที่ราชการ ไม่สะดวกในการใช้บริการ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ไม่มีการให้ของขวัญหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับบริษัท และการประชาสัมพันธ์การให้บริการไม่เหมาะสม

ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานแก้ปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร พนักงานไม่มีการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย พนักงานไม่สุภาพ พนักงานไม่สนใจที่จะรักษาสีทธิประโยชน์ของลูกค้า พนักงานไม่มีความสามารถในการให้คำแนะนำ และพนักงานไม่ซื่อสัตย์

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีปัญหาขัดข้องบ่อย การจัดวางอุปกรณ์และเอกสารไม่เป็นระเบียบ อาคารสถานที่ไม่สะอาด และที่จอดรถไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ระบบการขนส่งล่าช้า ระบบการทำเอกสารล่าช้า ระบบการขนส่งไม่ปลอดภัย การให้บริการผิดพลาดบ่อย ระบบการเก็บข้อมูลของลูกค้าไม่ปลอดภัย/ไม่น่าไว้วางใจ และขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน

ตารางที่ 64 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน (เรียงลำดับตามความสำคัญของปัญหา)

| ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | อันดับ |
|---------------------------|--|-----------|---------|--------|
| ด้าน | ปัญหาย่อย | | | |
| ผลิตภัณฑ์ | ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ | 3.70 | มาก | 1 |
| ผลิตภัณฑ์ | ไม่มีการรับประกัน ความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ | 3.70 | มาก | 2 |
| ผลิตภัณฑ์ | การให้บริการที่ไม่ครบวงจร | 3.67 | มาก | 3 |
| ราคา | อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม | 3.61 | มาก | 4 |
| ผลิตภัณฑ์ | จำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ | 3.59 | มาก | 5 |
| บุคลากร | พนักงานแก้ปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า | 3.46 | ปานกลาง | 6 |
| บุคลากร | พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร | 3.39 | ปานกลาง | 7 |
| กระบวนการให้บริการ | ระบบการขนส่งล่าช้า | 3.39 | ปานกลาง | 8 |
| กระบวนการให้บริการ | ระบบการจัดทำเอกสารล่าช้า | 3.37 | ปานกลาง | 9 |
| กระบวนการให้บริการ | ระบบการเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ปลอดภัย/ไม่น่าไว้วางใจ | 3.37 | ปานกลาง | 10 |
| กระบวนการให้บริการ | การให้บริการผิดพลาดบ่อย | 3.35 | ปานกลาง | 11 |
| กระบวนการให้บริการ | ระบบการขนส่งไม่ปลอดภัย | 3.35 | ปานกลาง | 12 |
| ราคา | การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง | 3.30 | ปานกลาง | 13 |
| การส่งเสริมการตลาด | ไม่มีการให้ส่วนลดราคา | 3.28 | ปานกลาง | 14 |
| บุคลากร | พนักงานไม่มีความสามารถในการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย | 3.24 | ปานกลาง | 15 |
| บุคลากร | พนักงานไม่สุภาพ | 3.22 | ปานกลาง | 16 |

ตารางที่ 64 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน (เรียงลำดับตามความสำคัญของปัญหา)
(ต่อ)

| ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | อันดับ |
|-------------------------------|---|-----------|---------|--------|
| ด้าน | ปัญหาย่อย | | | |
| กระบวนการให้บริการ | ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก | 3.22 | ปานกลาง | 17 |
| การส่งเสริมการตลาด | ไม่มีการให้ของขวัญหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับบริษัท | 3.20 | ปานกลาง | 18 |
| ราคา | ระยะเวลาในการให้เครดิตไม่เหมาะสม | 3.17 | ปานกลาง | 19 |
| บุคลากร | พนักงานไม่สนใจที่จะรักษาสีทธิประโยชน์ของลูกค้า | 3.13 | ปานกลาง | 20 |
| การส่งเสริมการตลาด | การประชาสัมพันธ์ การให้บริการไม่เหมาะสม | 3.07 | ปานกลาง | 21 |
| บุคลากร | พนักงานไม่มีความสามารถในการให้คำแนะนำ | 3.04 | ปานกลาง | 22 |
| บุคลากร | พนักงานไม่ซื่อสัตย์ | 3.00 | ปานกลาง | 23 |
| การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ | อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีปัญหาขัดข้องบ่อย | 2.93 | ปานกลาง | 24 |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย | สาขาไม่เพียงพอไม่สะดวกในการใช้บริการ | 2.89 | ปานกลาง | 25 |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย | สถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ | 2.85 | ปานกลาง | 26 |
| การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ | การจัดวางอุปกรณ์ และเอกสารไม่เป็นระเบียบ | 2.72 | ปานกลาง | 27 |
| การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ | อาคารสถานที่ไม่สะอาด | 2.61 | ปานกลาง | 28 |
| การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ | ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ | 2.59 | ปานกลาง | 29 |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย | สถานที่ตั้งไกลจากสถานที่ราชการ ไม่สะดวกในการให้บริการ | 2.46 | น้อย | 30 |
| รวม | | 3.20 | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 64 เมื่อพิจารณาปัญหาย่อยในแต่ละด้านพบว่า ปัญหาที่พบเป็นปัญหาในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ การให้บริการที่ไม่ครบวงจร อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม และจำนวนพาหนะ ที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม เงินทุนจดทะเบียน และปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

- ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ และกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การดำเนินพิธีการศุลกากร การพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การขนส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การดำเนินพิธีการศุลกากร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีพนักงานมาติดต่อให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ และมีพนักงานมาติดต่อให้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า – ส่งออก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม และกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า – ส่งออก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้ส่วนลดราคา

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความรู้ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และมีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย มีอสังหาริมทรัพย์และมนุษย์สัมพันธ์ดี และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ กลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ
 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | กลุ่มอุตสาหกรรม | | | | |
|----------------------------------|---|--|--|---|--|
| | อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ | การเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม | สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง | อัญมณีและเครื่องประดับ | อื่นๆ |
| ผลิตภัณฑ์ | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.77) | - การดำเนินพิธีการศุลกากร (4.80) - การพัฒนาและปรับปรุงบริการ อย่างต่อเนื่อง (4.80) - นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ใน การให้บริการ(4.80) - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.80) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.50) | - การขนส่งสินค้า (4.80) | - การดำเนินพิธีการศุลกากร (5.00) |
| ราคา | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.58) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.60) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.75) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.80) | - ค่าธรรมเนียมการ ให้บริการที่เหมาะสม (4.83) |
| ช่องทางการจัด จำหน่าย | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.08) - มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ (4.08) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.60) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.75) - มีสาขาจำนวนมาก สะดวกใน การให้บริการ (4.75) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.40) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ ง่าย (4.00) - มีพนักงานมาติดต่อ ให้บริการ (4.00) - มีสาขาจำนวนมาก สะดวก ในการให้บริการ (4.00) |

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ
จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | กลุ่มอุตสาหกรรม | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|---|--|
| | อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ | การเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม | สิ่งทอและเครื่องแต่ง ตัว | อัญมณีและเครื่องประดับ | อื่นๆ |
| การส่งเสริมการตลาด | - แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการที่ เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก (4.04) | - แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า- ส่งออก (4.40) | - แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า- ส่งออก (4.75) | - ให้ส่วนลดราคา (4.00) | - ให้ส่วนลดราคา (4.33) |
| บุคลากร | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธี การศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.54) | - มีความรู้ในระบบการทำงาน แบบโลจิสติก (4.80) - มีความสามารถในการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (4.80) | - มีความรู้ความเข้าใจในระบบ การค้าระหว่างประเทศ (4.75) - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธี การศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.75) - มีความรู้ระบบขนส่งสินค้า ระหว่างประเทศ (4.75) - มีความสามารถในการให้ คำปรึกษา แนะนำ (4.75) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธี การศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.80) - มีความสามารถให้บริการที่ รวดเร็ว ถูกต้อง (4.80) - มีความสามารถในการให้ คำปรึกษา แนะนำ (4.80) - อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษา เข้าใจง่าย (4.80) - มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี (4.80) - มีความสามารถในการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (4.80) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธี การศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (5.00) - มีความสามารถในการให้ คำปรึกษา แนะนำ (5.00) |

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ
 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ | กลุ่มอุตสาหกรรม | | | | |
|-----------------------------------|--|--|---|---|--|
| | อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ | การเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม | สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง | อัญมณีและเครื่องประดับ | อื่นๆ |
| การสร้างและการนำเสนอ ทางกายภาพ | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัย (3.81) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (4.00) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (4.50) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัย (3.80) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ ทันสมัย (3.50) |
| กระบวนการให้บริการ | - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ และเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (4.69) | - ความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อ (4.80) - ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจน แล้วเสร็จ (4.80) - การขนส่งสินค้ามีความ ปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย (4.80) - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและ เก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (4.80) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่าง รวดเร็ว (4.80) | - ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (4.75) - ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ (4.80) - ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.75) - จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการ ให้บริการ (4.75) - การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้า ไม่เสียหาย (4.75) - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษา ข้อมูลเป็นอย่างดี (4.75) - มีการติดตามผลการดำเนินงาน (4.75) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่าง รวดเร็ว (4.75) - ตรงต่อเวลา(4.75) | - ความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อ (5.00) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว (5.00) | |

- **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน**

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การขนส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท เงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท และเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกกลุ่มให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีบริการรับ – ส่งเอกสารไปยังสถานที่ลูกค้ากำหนด และสถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า – ส่งออก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท และเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า – ส่งออก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้ส่วนลดราคา

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร และมีอสังหาริมทรัพย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย และ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ และมีการแก้ไขปัญหาลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาลูกค้าอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | เงินทุนจดทะเบียน | | | |
|----------------------------------|---|--|--|---|
| | ต่ำกว่า 10 ล้านบาท | 10 – 50 ล้านบาท | 51 – 100 ล้านบาท | มากกว่า 100 ล้านบาท |
| ผลิตภัณฑ์ | - การขนส่งสินค้า (5.00) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.69) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.86) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง (4.71) |
| ราคา | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (5.00) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.44) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.57) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ เหมาะสม (4.65) |
| ช่องทางการจัด จำหน่าย | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.83) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.44) | - สถานประกอบการของผู้ ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (3.86) - มีบริการรับ-ส่งเอกสาร ไปยัง สถานที่ที่ลูกค้ากำหนด (3.86) | - มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ (4.00) |
| การส่งเสริมการตลาด | - แจงข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า- ส่งออก (4.67) | - แจงข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการที่ เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก (4.25) | - แจงข้อมูลข่าวสารของกรม ศุลกากรและหน่วยงานราชการที่ เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก (3.86) | - ให้อส่วนลดราคา (3.94) |

ตารางที่ 66 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | เงินทุนจดทะเบียน | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|--|
| | ต่ำกว่า 10 ล้านบาท | 10 – 50 ล้านบาท | 51 – 100 ล้านบาท | มากกว่า 100 ล้านบาท |
| บุคลากร | - มีความสามารถในการให้ คำปรึกษา แนะนำ (5.00) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการ ศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.75) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการ ศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.43) - มีอัตรายศและมนุษยสัมพันธ์ดี (4.43) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการ ศุลกากรและการเดินพิธีการ ศุลกากร (4.59) - มีความสามารถในการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (4.59) |
| การสร้างและการ นำเสนอทาง กายภาพ | - สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.83) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (4.13) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (3.57) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (3.76) |
| กระบวนการ ให้บริการ | - ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (5.00) - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บ รักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (5.00) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่าง รวดเร็ว (5.00) | - การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย (4.88) | - ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจน แล้วเสร็จ (4.43) | - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บ รักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (4.76) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่าง รวดเร็ว (4.76) - ตรงต่อเวลา(4.76) |

- ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการน้อย ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการปานกลางและปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกกลุ่มให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการน้อย ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการปานกลางและปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีพนักงานมาติดต่อให้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกกลุ่มให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า – ส่งออก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการน้อยและปริมาณการใช้บริการปานกลาง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการน้อย ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการปานกลางและปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการน้อย ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และตรงต่อเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการปานกลาง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และมีการติดตามผลการดำเนินงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี

ตารางที่ 67 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| | น้อย | ปานกลาง | มาก |
| ผลิตภัณฑ์ | - การดำเนินพิธีการศุลกากร (4.80) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง (4.69) | - ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง (4.73) |
| ราคา | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่เหมาะสม (4.67) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่เหมาะสม (4.56) | - ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่เหมาะสม (4.60) |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย | - สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.53) | - มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ (4.31) | - สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย (4.00) |
| การส่งเสริมการตลาด | - แจกข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก (4.20) | - ให้ส่วนลดราคา (4.25) | - แจกข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก (3.87) |
| บุคลากร | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร (4.73) | - มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (4.69) | - มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร (4.60) |
| การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ | - บรรยากาศในสำนักงาน (4.47) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (3.94) | - มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย (3.73) |

ตารางที่ 67 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| | น้อย | ปานกลาง | มาก |
| กระบวนการให้บริการ | <ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (4.80) - ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ (4.80) - การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย (4.80) - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (4.80) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.80) | <ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (4.75) - ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ (4.75) - มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว (4.75) | <ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี (4.80) |

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยใช้แนวคิดการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2541) แนวคิดการประกอบธุรกิจตัวแทนออกของ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(2547) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง การให้บริการดำเนินพิธีการศุลกากร และการขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจตัวแทนออกของของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ซึ่งกล่าวว่า การบริการควรมีความหลากหลาย มีการให้บริการที่ครบวงจร เพื่อความสะดวกในการติดต่อและการขนส่งสินค้า และหากมีสิ่งที่ขาดตกบกพร่อง ตัวแทนออกของจะสามารถแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้าได้

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสมสามารถต่อรองราคาได้ และราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจตัวแทนออกของ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ซึ่งกล่าวว่า ในการกำหนดราคา ควรนำราคาไปเปรียบเทียบกับกลุ่มตลาด เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างจากราคาตลาด ซึ่งจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการให้บริการ และมีบริการรับ-ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ให้บริการไปยังลูกค้า เป็นส่วนสำคัญของกิจกรรมในการช่วยกระจายตัวสินค้าหรือบริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และคิดเป็นปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆซึ่งเกี่ยวกับการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าทราบ เป็นการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า การบริการเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ สิ่งที่จะแสดงให้ลูกค้าเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้าย และความสะอาดของสถานที่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และการขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในการนำเสนอบริการที่รวดเร็วถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และสอดคล้องกับ ม.ร.ว. จิรศักดิ์ จันทรทัต (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อการเสนอขายบริการ การจองระวางบรรทุกสินค้า และบริการอื่นๆ ได้เกิดความสะดวกรวดเร็วต่อลูกค้า

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

จากการศึกษาพบว่าในส่วนของคุณภาพการให้บริการตามความสำคัญและหลักเกณฑ์ 10 ประการ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ดังนี้

การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีที่จอดรถกว้างหรือด้านบุคลากร และมีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ

การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ

ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการบุคลากรและการดำเนินพิธีการบุคลากร

ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ

การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการติดตามผลงาน ตรงต่อเวลา และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี และการขนส่งมีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย

การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีอุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย

การเข้าใจและรู้จักสินค้า (Understanding/ Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำนวน 47 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการตัวแทนออกของสาขาเชียงใหม่ รูปแบบในการตัดสินใจเป็นการพิจารณาโดยผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเพียงผู้เดียว โดยที่ไม่มีการพิจารณาภายในฝ่ายบัญชี ใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศมากที่สุด ทั้งในการนำเข้ามาและส่งออก บริการเสริมที่บริษัทส่วนใหญ่ได้ใช้บริการนอกเหนือไปจากการดำเนินพิธีการศุลกากร คือ การขนส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่บริษัทส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ในขณะที่ปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุด ซึ่งเป็นปัญหาในระดับมากที่สุด คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี และการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ส่วนปัจจัยย่อยที่บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ปัญหาที่บริษัทส่วนใหญ่พบว่าเป็นปัญหามากที่สุด คือ ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ และไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ

การแบ่งส่วนตลาดในการศึกษารั้งนี้ได้แบ่งตามประเภทของลูกค้า โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม และเงินทุนจดทะเบียน และมีการแบ่งส่วนตลาดตามสภาพการซื้อขาย โดยใช้เกณฑ์ปริมาณการใช้บริการ พบว่า ลูกค้าทุกกลุ่มได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

บริการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกันในทุกเกณฑ์การแบ่งส่วนการตลาด

เมื่อพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การตอบสนองปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นี้พบว่ามีปัญหาในการใช้บริการมาก ได้แก่ ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ การให้บริการที่ไม่ครบวงจร และจำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ

เมื่อจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการปานกลางและปริมาณการใช้บริการมาก ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องมากที่สุด ในขณะที่บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการน้อยให้ความสำคัญต่อการดำเนินพิธีการศุลกากรมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมการให้บริการที่เหมาะสม และพบว่าปัญหาค่าธรรมเนียมในการให้บริการเป็นปัญหาในระดับมาก เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการให้บริการของตัวแทนออกของเป็นต้นทุนสินค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย ในขณะที่ปัญหาสถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ พบว่าเป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจ การให้ส่วนลดราคาเป็นปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญน้อยที่สุด คือ การบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท และพบว่าการให้ของขวัญหรือการบริจาคเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของบริษัท เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร ในขณะที่ปัญหาพนักงานขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการน้อยและปริมาณการใช้บริการปานกลาง ให้ความสำคัญต่อพนักงานมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากรมากที่สุด ในขณะที่บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการมากให้ความสำคัญต่อพนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ในขณะที่ปัญหาอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ขัดข้องบ่อย เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการน้อยและปริมาณการใช้บริการปานกลาง ให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ในขณะที่บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการมากให้ความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความสำคัญปานกลางต่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว และข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี ในขณะที่ปัญหากระบวนการเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ปลอดภัย ไม่น่าไว้วางใจ เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับบริษัทตัวแทนออกของในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ตัวแทนออกของควรมีการให้บริการเสริมอื่นๆ เพิ่มเติมจากบริการดำเนินพิธีการศุลกากร เพื่อการให้บริการที่ครบวงจร โดยเฉพาะบริการขนส่งสินค้า ซึ่งลูกค้ามีความต้องการใช้บริการมาก ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าด้วย

ตัวแทนออกของควรแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของตัวแทนออกของ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า เช่น การแสดงความรับผิดชอบของตัวแทนออกของในกรณีการสำแดงรายการในใบขนสินค้าผิดพลาด โดยการชดเชยค่าเสียหายหรือดำเนินการแก้ไขปัญหาโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมแก่ลูกค้า เป็นต้น

เมื่อเกิดปัญหาระหว่างการให้บริการลูกค้า ตัวแทนออกของควรแจ้งลูกค้าและอธิบายถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง

ด้านราคา ตัวแทนออกของควรมีค่าธรรมเนียมการให้บริการของบริษัทตัวแทนออกของเปรียบเทียบกับราคาตลาด เพื่อการกำหนดราคาที่เหมาะสม และแจกแจงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นว่า ค่าธรรมเนียมในการให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตัวแทนออกของควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับลูกค้า โดยลูกค้าสามารถติดต่อตัวแทนออกของได้ง่าย และควรให้พนักงานติดต่อกับลูกค้าเพื่อให้บริการอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งควรมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและการให้บริการของบริษัท

ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถลดการให้ของขวัญหรือการบริจาคเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของลูกค้าได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ตัวแทนออกของควรแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานทางราชการต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกรนำเข้า - ส่งออก สำหรับลูกค้าในกลุ่มที่มีปริมาณการใช้บริการมากควรมีการให้ส่วนลดราคา

ด้านบุคลากร ควรฝึกอบรมพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร ระบบการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ เพื่อให้พนักงานมีทักษะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

พนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าควรมีการพัฒนาให้สามารถอธิบาย ให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย และต้องปลูกฝังให้พนักงานให้มีจริยธรรมในการดำเนินงาน มีความซื่อสัตย์ และรักษาความลับของลูกค้า

ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ควรตรวจสอบเครื่องใช้สำนักงานเป็นประจำ เพื่อป้องกันปัญหาเครื่องใช้สำนักงานขัดข้อง และควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ เช่น ลูกค้าสามารถส่งข้อมูลใบรายการสินค้าทาง email ได้ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนการส่งเอกสารให้ลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ตัวแทนออกของต้องสร้างระบบการทำงานให้ลูกค้ามั่นใจว่า ข้อมูลของลูกค้าที่เป็นความลับ เช่น ราคาสินค้า จะได้รับการจัดเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี เช่น การจัดเก็บเอกสารมีความเป็นระเบียบ หรือการจัดส่งเอกสารให้กับลูกค้าต้องไม่เกิดความผิดพลาด ทั้งนี้ระบบการทำงานต้องไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีความรวดเร็ว และควรตรวจสอบ ปรับปรุงระบบให้มีมาตรฐานในการทำงาน