

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ทั้งหมดที่ใช้บริการตัวแทนออกของในการนำเข้าหรือส่งออก และยังคงเปิดดำเนินการอยู่ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกตัวแทนออกของแบ่งออกเป็น กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายนำเข้า-ส่งออก ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้จัดการทั่วไป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม** ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในองค์กร (ตารางที่ 1 – ตารางที่ 4)

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กรและพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของขององค์กร** ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ เงินทุนจดทะเบียน ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ มูลค่าการนำเข้าหรือส่งออกเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนใบขนขาเข้าและ/หรือขาออกเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบบริการการขนส่งในการนำเข้าและ/หรือการส่งออกที่ใช้เป็นประจำมากที่สุด การใช้บริการตัวแทนออกของ จำนวนตัวแทนออกของที่ใช้บริการในปัจจุบัน สาขาของตัวแทนออกของที่ใช้บริการ และรูปแบบในการตัดสินใจเลือกตัวแทนออกของ (ตารางที่ 5 – ตารางที่ 20)

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน** ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 21 – ตารางที่ 28)

**ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน** ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคลากรหรือพนักงาน ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 29 – ตารางที่ 36)

**ส่วนที่ 5 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม เงินทุนจดทะเบียน และปริมาณการใช้บริการ** (ตารางที่ 37 - ตารางที่ 62)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	8.51
หญิง	43	91.49
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 91.49 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 8.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 25 ปี	6	12.77
26 – 30 ปี	16	34.04
31 – 35 ปี	10	21.28
36 – 40 ปี	9	19.15
41 – 45 ปี	3	6.38
มากกว่า 45 ปี	3	6.38
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.04 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.28 และอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.15

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	8.51
ปริญญาตรี	40	85.11
ปริญญาโท	3	6.38
ปริญญาเอก	0	0.00
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.11 รองลงมาคือ การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.51 และการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 6.38

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	5	10.64
ผู้จัดการฝ่ายนำเข้า-ส่งออก	30	63.83
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	7	14.89
ผู้จัดการทั่วไป	3	6.38
อื่นๆ	2	4.26
รวม	47	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายนำเข้า – ส่งออก และเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี - จัดซื้อ

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในองค์กรในระดับผู้จัดการฝ่ายนำเข้า – ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 63.83 รองลงมาคือ ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชี คิดเป็นร้อยละ 14.89 และตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 10.64

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กรและพฤติกรรมการใช้บริการตัวแทนออกของขององค์กร

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	16	34.04
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์	10	21.28
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	6	12.77
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	6	12.77
อุตสาหกรรมการเกษตร	3	6.38
อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	2	4.26
อุตสาหกรรมผ้าและสิ่งทอ	2	4.26
อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์	2	4.26
อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	1	2.13
อุตสาหกรรมผลิตแปรงหรือพู่กัน	2	4.26
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	1	2.13
อุตสาหกรรมผลิตเลนส์	1	2.13
อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์กีฬา	1	2.13
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าบริษัทอยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.04 รองลงมาคือ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 21.28 และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 12.77

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	7	14.89
10 – 50 ล้านบาท	16	34.04
51 – 100 ล้านบาท	7	14.89
มากกว่า 100 ล้านบาท	17	36.17
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.17 รองลงมาคือ เงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 – 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.04 และเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาทและเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.89

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 4 ปี	1	2.13
4 – 8 ปี	14	29.79
9 – 12 ปี	13	27.66
มากกว่า 12 ปี	19	40.42
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าบริษัทที่เปิดดำเนินการเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.42 รองลงมาคือ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการอยู่ระหว่าง 4 – 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.79 และระยะเวลาอยู่ระหว่าง 9 – 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.66

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามข้อมูลการนำเข้าและ/หรือส่งออก

การนำเข้า - ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
มีการนำเข้าเพียงอย่างเดียว	2	4.26
มีการส่งออกเพียงอย่างเดียว	4	8.51
มีทั้งการนำเข้าและส่งออก	41	87.23
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า บริษัทที่มีการนำเข้าเพียงอย่างเดียว จำนวน 2 บริษัท มีการส่งออกเพียงอย่างเดียว จำนวน 4 บริษัท บริษัทที่มีทั้งการนำเข้าและส่งออก จำนวน 41 บริษัท ตามลำดับ ดังนั้นบริษัทที่มีการนำเข้า จำนวน 43 บริษัท และบริษัทที่มีการส่งออก จำนวน 45 บริษัท

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือน

มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ล้านบาท	12	27.91
5 – 10 ล้านบาท	8	18.60
11 – 15 ล้านบาท	2	4.65
16 – 20 ล้านบาท	5	11.63
มากกว่า 20 ล้านบาท	16	37.21
รวม	43	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าบริษัทที่มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.21 รองลงมาคือมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.91 และมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.60

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนใบขนสินค้าขาเข้าเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนใบขนสินค้าขาเข้าเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6 ใบ	10	23.25
6 – 10 ใบ	7	16.28
11 – 20 ใบ	4	9.30
21 – 30 ใบ	5	11.63
31 – 40 ใบ	1	2.33
มากกว่า 40 ใบ	16	37.21
รวม	43	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าบริษัทมีจำนวนใบขนสินค้าขาเข้าเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40 ใบ คิดเป็นร้อยละ 37.21 รองลงมาคือจำนวนใบขนต่ำกว่า 6 ใบ คิดเป็นร้อยละ 23.25 จำนวนใบขนอยู่ระหว่าง 6 – 10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 16.28 และจำนวนใบขนอยู่ระหว่าง 21 – 30 ใบ คิดเป็นร้อยละ 11.63

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามรูปแบบบริการการขนส่งที่ใช้ในการนำเข้าเป็นประจํามากที่สุด

รูปแบบบริการการขนส่งที่ใช้ในการนำเข้าเป็นประจํามากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
การขนส่งทางเรือ	18	41.86
การขนส่งทางอากาศ	25	58.14
รวม	43	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการการขนส่งในการนำเข้าเป็นประจํามากที่สุดคือ การขนส่งทางอากาศ คิดเป็นร้อยละ 58.14 รองลงมาคือ การขนส่งทางเรือ คิดเป็นร้อยละ 41.86

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยต่อเดือน

มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ล้านบาท	9	20.00
5 – 10 ล้านบาท	8	17.78
11 – 15 ล้านบาท	3	6.67
16 – 20 ล้านบาท	2	4.44
มากกว่า 20 ล้านบาท	23	51.11
รวม	45	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.11 รองลงมาคือมูลค่าต่ำกว่า 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมูลค่าอยู่ระหว่าง 5 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.78

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนใบอนุญาตสินค้าขาออกเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนใบอนุญาตสินค้าขาออกเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6 ใบ	8	17.78
6 – 10 ใบ	7	15.55
11 – 20 ใบ	8	17.78
21 – 30 ใบ	3	6.67
31 – 40 ใบ	4	8.89
มากกว่า 40 ใบ	15	33.33
รวม	45	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนใบอนุญาตสินค้าขาออกเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40 ใบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือจำนวนใบอนุญาตต่ำกว่า 6 ใบและจำนวนใบอนุญาตอยู่ระหว่าง 11 – 20 ใบ มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.78



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามรูปแบบบริการการขนส่งที่ใช้ในการส่งออกเป็นประจำมากที่สุด

รูปแบบบริการการขนส่งที่ใช้ในการส่งออกเป็นประจำมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
การขนส่งทางเรือ	15	33.33
การขนส่งทางอากาศ	30	66.67
รวม	45	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการการขนส่งในการส่งออกเป็นประจำคือการขนส่งทางอากาศ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ การขนส่งทางเรือ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามการใช้บริการตัวแทนออกของ

การใช้บริการตัวแทนออกของ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	46	97.87
ไม่ใช้บริการ	1	2.13
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของ คิดเป็นร้อยละ 97.87 และบริษัทที่ไม่ใช้บริการตัวแทนออกของ คิดเป็นร้อยละ 2.13

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามการให้บริการของตัวแทนออกของ

บริการของตัวแทนออกของ	จำนวน	ร้อยละ
การดำเนินพิธีการศุลกากร	45	97.83
การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก	34	73.91
การขนส่งสินค้า	41	89.13
บริการด้านการขายระหว่างเรือ	24	52.17
บริการตรวจปล่อยสินค้าจากอารักขาศุลกากร	37	80.43
จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ	17	36.96
การประกันภัยสินค้า	23	50.00
อื่นๆ	2	4.35

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 46 คนที่ใช้บริการตัวแทนออกของ

จากตารางที่ 16 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการตัวแทนออกของในด้านการดำเนินพิธีการศุลกากร คิดเป็นร้อยละ 97.83 รองลงมาคือการขนส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 89.13 บริการตรวจปล่อยสินค้าจากอารักขาของศุลกากร คิดเป็นร้อยละ 80.43 และการคำนวณภาษีขาเข้า – ขาออก คิดเป็นร้อยละ 73.91

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามจำนวนตัวแทนออกของที่ใช้บริการ

จำนวนตัวแทนออกของที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 บริษัท	15	32.61
3 – 4 บริษัท	11	23.91
5 – 6 บริษัท	5	10.87
มากกว่า 6 บริษัท	15	32.61
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของจำนวน 1 – 2 บริษัท และใช้บริการมากกว่า 6 บริษัท มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมาคือจำนวน 3 – 4 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.91 และจำนวน 5 – 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.87

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามสาขาของตัวแทนออกของที่ใช้บริการ

สาขาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ลำพูน	29	63.04
เชียงใหม่	42	91.30
กรุงเทพ	22	47.83
อื่นๆ	2	4.35
รวม	46	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 46 คนที่ใช้บริการตัวแทนออกของ

อื่นๆ ได้แก่ สาขาเชียงรายและสาขาแหลมฉบัง

จากตารางที่ 18 พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการตัวแทนออกของสาขาเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมาคือสาขาลำพูน คิดเป็นร้อยละ 63.04 และสาขากรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 47.83

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามรูปแบบในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ

รูปแบบในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
คณะกรรมการร่วมพิจารณาโดยฝ่ายนำเข้า - ส่งออกและฝ่ายบัญชี	11	23.91
พิจารณาภายในฝ่ายนำเข้า - ส่งออก	20	43.48
พิจารณาโดยผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเพียงผู้เดียว	24	52.17
อื่นๆ	4	8.70

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 46 คนที่ใช้บริการตัวแทนออกของ  
อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างเป็นผู้กำหนด สำนักงานใหญ่ที่ต่างประเทศเป็นผู้กำหนด และตัดสินใจร่วมกัน  
ระหว่างบริษัทในเครือภายในประเทศ

จากตารางที่ 19 พบว่ารูปแบบการตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นการพิจารณาโดยผู้ที่มีอำนาจในการ  
ตัดสินใจเพียงผู้เดียว คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาคือการพิจารณาภายในฝ่ายนำเข้า - ส่งออก  
คิดเป็นร้อยละ 43.48 และการตั้งคณะกรรมการร่วมพิจารณาจากฝ่ายนำเข้า - ส่งออกและฝ่ายบัญชี  
คิดเป็นร้อยละ 23.91

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของเพียงผู้เดียว

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	13	54.17
ผู้จัดการฝ่ายนำเข้า - ส่งออก	6	25.00
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	0	0.00
ผู้จัดการทั่วไป	3	12.50
อื่นๆ	2	8.33
รวม	24	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายโลจิสติก และผู้จัดการฝ่ายซื้อ - ขาย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของแต่เพียงผู้เดียวของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมาคือผู้จัดการฝ่ายนำเข้า - ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.33

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของ  
ของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การดำเนินพิธีการศุลกากร	28 (60.87%)	12 (26.09%)	6 (13.04%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.48	มาก	2
2. การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก	17 (36.96%)	13 (28.26%)	12 (26.09%)	3 (6.52%)	1 (2.17%)	3.91	มาก	8
3. การขนส่งสินค้า	23 (50.00%)	20 (43.48%)	3 (6.52%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.43	มาก	3
4. บริการด้านขายระหว่างเรือ	9 (19.57%)	15 (32.61%)	11 (23.91%)	3 (6.52%)	8 (17.39%)	3.30	ปานกลาง	10
5. บริการตรวจปล่อยสินค้าจาก อารักขาศุลกากร	24 (52.17%)	14 (30.43%)	5 (10.87%)	0 (0.00%)	3 (6.52%)	4.22	มาก	6
6. จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ	13 (28.26%)	11 (23.91%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	7 (15.22%)	3.48	ปานกลาง	9
7. การประกันภัยสินค้า	11 (23.91%)	11 (23.91%)	13 (28.26%)	2 (4.35%)	9 (19.57%)	3.28	ปานกลาง	11
8. ชื่อเสียงและความชำนาญในการ ให้บริการ	28 (54.78%)	12 (26.09%)	6 (13.04%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.17	มาก	7
9. พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่าง ต่อเนื่อง	20 (43.48%)	21 (45.65%)	5 (10.87%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.33	มาก	4
10. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการ ให้บริการ	18 (39.13%)	21 (45.65%)	7 (15.22%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.24	มาก	5
11. ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง	32 (69.57%)	13 (28.26%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.67	มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และในรายละเอียดในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.67 และปัจจัยย่อยอื่นๆมีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับคือ การให้บริการดำเนินพิธีการศุลกากร มีค่าเฉลี่ย 4.48 การให้บริการขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 และมีการพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.33 และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม	29 (63.04%)	16 (34.78%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.61	มากที่สุด	1
2. ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น	16 (34.78%)	21 (45.65%)	8 (17.39%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	4.13	มาก	3
3. ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น	19 (41.30%)	12 (26.09%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	4.07	มาก	4
4. ระยะเวลาในการให้เครดิต	12 (26.09%)	19 (41.30%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	3.91	มาก	5
5. สามารถต่อรองราคาได้	15 (32.61%)	24 (52.17%)	7 (15.22%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.17	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.18	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และในรายละเอียดในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.61 และปัจจัยย่อยอื่น ๆ มีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับคือ สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.13 ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.07 และระยะเวลาในการให้เครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.91



ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีบริการรับ-ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ถูกกำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท	11 (23.91%)	20 (43.48%)	13 (28.26%)	0 (0.00%)	2 (4.35%)	3.83	มาก	4
2. สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย	18 (39.13%)	18 (39.13%)	10 (21.74%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.17	มาก	1
3. มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือ หรือด่านศุลกากร	7 (15.22%)	16 (34.78%)	17 (36.96%)	5 (10.87%)	1 (2.17%)	3.50	มาก	5
4. มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ	13 (28.26%)	19 (41.30%)	13 (28.26%)	0 (0.00%)	1 (2.17%)	3.93	มาก	3
5. มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ	12 (26.09%)	25 (54.35%)	9 (19.57%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.07	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.07 มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 มีบริการรับ - ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ถูกกำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.83 และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร มีค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากร และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก	16 (34.78%)	21 (45.65%)	7 (15.22%)	1 (2.17%)	1 (2.17%)	4.09	มาก	1
2. มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร	3 (6.52%)	7 (15.22%)	27 (58.70%)	7 (15.22%)	2 (4.35%)	3.04	ปานกลาง	6
3. มีเว็บไซต์ในการนำเสนอ ข้อมูล	5 (10.87%)	14 (30.43%)	21 (45.65%)	5 (10.87%)	1 (2.17%)	3.37	ปานกลาง	3
4. จดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ	2 (4.35%)	11 (23.91%)	25 (54.35%)	6 (13.04%)	2 (4.35%)	3.11	ปานกลาง	5
5. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	2 (4.35%)	17 (36.96%)	19 (41.30%)	6 (13.04%)	2 (4.35%)	3.24	ปานกลาง	4
6. ให้ส่วนลดราคา	12 (26.09%)	19 (41.30%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	3.91	มาก	2
7. มีการให้ของขวัญ	2 (4.35%)	4 (8.70%)	25 (54.35%)	8 (17.39%)	7 (15.22%)	2.70	ปานกลาง	7
8. มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท	1 (2.17%)	8 (17.39%)	17 (36.96%)	12 (26.09%)	8 (17.39%)	2.61	ปานกลาง	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.26	ปานกลาง	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากร และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก มีค่าเฉลี่ย 4.09 และการให้ส่วนลดราคา มีค่าเฉลี่ย 3.91 และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเว็บไซต์ในการนำเสนอ ข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.37 คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.24 จดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.11

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ	24 (52.17%)	16 (34.78%)	6 (13.04%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.39	มาก	6
2. มีความรู้ เรื่องกฎหมายด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร	31 (67.39%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.65	มากที่สุด	1
3. มีความรู้ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	23 (50.00%)	16 (34.78%)	6 (13.04%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	4.33	มาก	7
4. มีความรู้ ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/ จีน/ ญี่ปุ่น	12 (26.09%)	19 (41.30%)	13 (28.26%)	2 (4.35%)	0 (0.00%)	3.89	มาก	9
5. มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก	18 (39.13%)	23 (50.00%)	5 (10.87%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.28	มาก	8
6. มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน	12 (26.09%)	19 (41.30%)	12 (26.09%)	2 (4.35%)	1 (2.17%)	3.85	มาก	10
7. มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง	27 (58.70%)	18 (39.13%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.57	มากที่สุด	2
8. มีความสามารถในการให้คำปรึกษาคำแนะนำ	27 (58.70%)	16 (34.78%)	3 (6.52%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.52	มากที่สุด	3
9.อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย	20 (43.48%)	21 (45.65%)	5 (10.87%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.33	มาก	7
10. มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี	25 (54.35%)	19 (41.30%)	2 (4.35%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.50	มากที่สุด	4
11. มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ	25 (54.35%)	17 (36.96%)	4 (8.70%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.46	มาก	5
12. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	28 (60.87%)	16 (34.78%)	2 (4.35%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.57	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.47	มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้ เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีค่าเฉลี่ย 4.65 มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 มีความสามารถในการให้คำปรึกษาคำแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 4.52 มีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ย 4.50

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	9 (19.57%)	21 (45.65%)	16 (34.78%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	3.85	ปานกลาง	1
2. มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด	3 (6.52%)	13 (28.26%)	25 (54.35%)	3 (6.52%)	2 (4.35%)	3.26	ปานกลาง	4
3. สถานที่จอดรถเพียงพอ	4 (8.70%)	13 (28.26%)	22 (47.83%)	6 (13.04%)	1 (2.17%)	3.28	ปานกลาง	3
4. พนักงานมีการแต่งกายที่ดี	3 (6.52%)	17 (36.96%)	23 (50.00%)	2 (4.35%)	1 (2.17%)	3.41	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45	ปานกลาง	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.85 พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.41 สถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.28 และมีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.26

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	34 (73.91%)	9 (17.57%)	3 (6.52%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.67	มากที่สุด	3
2. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ	32 (69.57%)	13 (28.26%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.67	มากที่สุด	3
3. ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	28 (60.87%)	14 (30.43%)	4 (8.70%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.52	มากที่สุด	5
4. จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	25 (54.35%)	17 (36.96%)	4 (8.70%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.46	มาก	6
5. การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย	35 (76.09%)	8 (17.39%)	3 (6.52%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.70	มากที่สุด	2
6. ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี	35 (76.09%)	10 (21.74%)	1 (2.17%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.74	มากที่สุด	1
7. มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	36 (78.26%)	8 (17.39%)	2 (4.35%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.74	มากที่สุด	1
8. มีการติดตามผลการดำเนินงาน	30 (65.22%)	14 (30.43%)	2 (4.35%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.61	มากที่สุด	4
9. ตรงต่อเวลา	34 (73.91%)	9 (17.57%)	3 (6.52%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4.67	มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.64	มากที่สุด	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 โดย มีปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี และมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.74 การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย มีค่าเฉลี่ย 4.70 ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ และตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.67

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ผลิตภัณฑ์	4.05	มาก	4
ราคา	4.18	มาก	3
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	มาก	5
การส่งเสริมการตลาด	3.26	ปานกลาง	7
บุคลากร	4.47	มาก	2
การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	3.45	ปานกลาง	6
กระบวนการให้บริการ	4.64	มากที่สุด	1

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ โดยพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ กระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.64 ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับคือ บุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.47 ราคา มีค่าเฉลี่ย 4.18 ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.90 และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.45 และการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.26

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ  
จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ  
จากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้บริการที่ไม่ครบวงจร	10 (21.74%)	16 (34.78%)	16 (34.78%)	3 (6.52%)	1 (2.17%)	3.67	มาก	3
2. จำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ	10 (21.74%)	15 (32.61%)	15 (32.61%)	4 (8.70%)	2 (4.35%)	3.59	มาก	2
3. ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ	15 (32.61%)	10 (21.74%)	14 (%)	6 (13.04%)	1 (2.17%)	3.70	มาก	1
4. ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ	17 (36.96%)	9 (19.57%)	11 (23.91%)	7 (15.22%)	2 (4.35%)	3.70	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66	มาก	

จากตารางที่ 29 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมเป็นปัญหาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 โดยแต่ละปัญหาย่อยเป็นปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ และไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.70 จำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 การให้บริการที่ไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม	9 (19.57%)	15 (32.61%)	17 (36.96%)	5 (6.52%)	0 (0.00%)	3.61	มาก	1
2. การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง	6 (13.04%)	15 (32.61%)	13 (28.26%)	11 (23.91%)	1 (2.17%)	3.30	ปานกลาง	2
3. ระยะเวลาในการให้เครดิตไม่เหมาะสม	3 (6.52%)	14 (30.43%)	18 (39.13%)	10 (21.74%)	1 (2.17%)	3.17	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36	ปานกลาง	

จากตารางที่ 30 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านราคาโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 โดยปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.61 และปัญหาย่อยอื่นๆเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ การปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.30 และระยะเวลาในการให้เครดิตไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.17



ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ	1 (2.17%)	11 (23.91%)	15 (32.61%)	18 (39.13%)	1 (2.17%)	2.85	ปานกลาง	2
2. สถานที่ตั้งไกลจากสถานที่ราชการไม่สะดวกในการให้บริการ	1 (2.17%)	5 (10.87%)	11 (23.91%)	26 (56.52%)	3 (6.52%)	2.46	น้อย	3
3. สาขาไม่เพียงพอไม่สะดวกในการใช้บริการ	2 (4.35%)	10 (21.74%)	17 (34.69%)	15 (32.61%)	2 (4.35%)	2.89	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.73	ปานกลาง	

จากตารางที่ 31 พบว่าปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 โดยปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขาไม่เพียงพอไม่สะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.89 สถานที่ตั้งไม่สะดวกในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 2.85 ปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับน้อยคือ สถานที่ตั้งไกลจากสถานที่ราชการ ไม่สะดวกในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.46

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การประชาสัมพันธ์ การให้บริการไม่เหมาะสม	2 (4.35%)	12 (26.09%)	20 (43.48%)	11 (23.91%)	1 (2.17%)	3.07	ปานกลาง	3
2. ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	9 (19.57%)	9 (19.57%)	15 (32.61%)	12 (26.09%)	1 (2.17%)	3.28	ปานกลาง	1
3. ไม่มีการให้ของขวัญหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับบริษัท	5 (10.87%)	12 (26.09%)	17 (36.96%)	11 (23.91%)	1 (2.17%)	3.20	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.18	ปานกลาง	

จากตารางที่ 32 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 โดยปัญหาย่อยเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการให้ส่วนลดราคา มีค่าเฉลี่ย 3.28 ไม่มีการให้ของขวัญหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.20 และการประชาสัมพันธ์การให้บริการไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.07

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร	13 (28.26%)	7 (15.22%)	13 (28.26%)	11 (23.91%)	2 (4.35%)	3.39	ปานกลาง	2
2. พนักงานไม่มีความสามารถในการให้คำแนะนำ	7 (15.22%)	7 (15.22%)	15 (32.61%)	15 (32.61%)	2 (4.35%)	3.04	ปานกลาง	6
3. พนักงานไม่มีความสามารถในการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย	8 (17.39%)	8 (17.39%)	18 (39.13%)	11 (23.91%)	1 (2.17%)	3.24	ปานกลาง	3
4. พนักงานไม่สุภาพ	8 (17.39%)	10 (21.74%)	14 (%)	12 (26.09%)	2 (4.35%)	3.22	ปานกลาง	4
5. พนักงานแก้ปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า	13 (28.26%)	6 (13.04%)	18 (39.13%)	7 (15.22%)	2 (4.35%)	3.46	ปานกลาง	1
6. พนักงานไม่ซื่อสัตย์	12 (26.09%)	1 (2.17%)	13 (28.26%)	15 (32.61%)	5 (10.87%)	3.00	ปานกลาง	7
7. พนักงานไม่สนใจที่จะรักษาสีทธิประโยชน์ของลูกค้า	10 (21.74%)	3 (6.52%)	17 (36.96%)	15 (32.61%)	1 (2.17%)	3.13	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.21	ปานกลาง	

จากตารางที่ 33 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านบุคลากรโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 โดยปัญหาหายเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานแก้ปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.46 พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินพิธีการศุลกากร มีค่าเฉลี่ย 3.39 พนักงานไม่มีการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.24 พนักงานไม่สุภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.22 พนักงานไม่สนใจที่จะรักษาสีทธิประโยชน์ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.13 พนักงานไม่มีความสามารถในการให้คำแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.04 และพนักงานไม่ซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านการสร้างและการ นำเสนอทางกายภาพ	ระดับของปัญหา					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมี ปัญหาขัดข้องบ่อย	5 (10.87%)	9 (19.57%)	13 (28.26%)	16 (34.78%)	3 (6.52%)	2.93	ปาน กลาง	1
2. อาคารสถานที่ไม่สะอาด	0 (0.00%)	8 (17.39%)	16 (34.78%)	18 (39.13%)	4 (8.70%)	2.61	ปาน กลาง	3
3. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	0 (0.00%)	8 (17.39%)	16 (34.78%)	17 (36.96%)	5 (10.87%)	2.59	ปาน กลาง	4
4. การจัดวางอุปกรณ์ และ เอกสารไม่เป็นระเบียบ	1 (2.17%)	7 (15.22%)	19 (41.30%)	16 (34.78%)	3 (6.52%)	2.72	ปาน กลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม						2.71	ปานกลาง	

จากตารางที่ 34 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 โดยปัญหาย่อยเป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีปัญหาขัดข้องบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.93 การจัดวางอุปกรณ์และเอกสารไม่เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 2.72 อาคารสถานที่ไม่สะอาด มีค่าเฉลี่ย 2.61 และที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.59

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้บริการผิดพลาดบ่อย	14 (30.43%)	4 (8.70%)	14 (30.43%)	12 (26.09%)	2 (4.35%)	3.35	ปานกลาง	3
2. ระบบการขนส่งล่าช้า	11 (23.91%)	8 (17.39%)	16 (34.78%)	10 (21.74%)	1 (2.17%)	3.39	ปานกลาง	1
3. ระบบการขนส่งไม่ปลอดภัย	14 (30.43%)	4 (8.70%)	13 (28.26%)	14 (30.43%)	1 (2.17%)	3.35	ปานกลาง	3
4. ระบบการจัดทำเอกสารล่าช้า	11 (23.91%)	9 (19.57%)	14 (30.43%)	10 (21.74%)	2 (4.35%)	3.37	ปานกลาง	2
5. ระบบการเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ปลอดภัย/ไม่น่าไว้วางใจ	12 (26.09%)	6 (13.04%)	14 (30.43%)	10 (21.74%)	2 (4.35%)	3.37	ปานกลาง	2
6. ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยากซับซ้อน	10 (21.74%)	6 (13.04%)	16 (34.78%)	12 (26.09%)	2 (4.35%)	3.22	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.34	ปานกลาง	

จากตารางที่ 35 พบว่าการใช้บริการตัวแทนออกของพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมเป็นปัญหาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยปัญหาย่อยที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบการขนส่งล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.39 ระบบการทำเอกสารล่าช้า และระบบการเก็บข้อมูลของลูกค้าไม่ปลอดภัย/ไม่น่าไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.37 ระบบการขนส่งไม่ปลอดภัยและการให้บริการผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.35

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ผลิตภัณฑ์	3.66	มาก	1
ราคา	3.36	ปานกลาง	2
ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.73	ปานกลาง	6
การส่งเสริมการตลาด	3.18	ปานกลาง	5
บุคลากร	3.21	ปานกลาง	4
การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	2.71	ปานกลาง	7
กระบวนการให้บริการ	3.34	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 36 พบว่าปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่เป็นปัญหาในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.66 ปัญหาที่เป็นปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ราคา มีค่าเฉลี่ย 3.36 กระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.34 บุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.21 การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.18 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.73 และการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.71

ส่วนที่ 5 ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม เงินทุนจดทะเบียน และปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของแต่ละบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์	26	56.52
กลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มน้ำ	5	10.87
กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	4	8.70
กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	5	10.87
กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ	6	13.04
รวม	46	100.00

หมายเหตุ : กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์ 2 บริษัท ผลิตแปรง/พู่กัน 2 บริษัท ผลิตเลนส์ 1 บริษัท และผลิตอุปกรณ์กีฬา 1 บริษัท

จากตารางที่ 37 พบว่าบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วน อุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 56.52 รองลงมาคือ กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.04 กลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มน้ำ คิดเป็นร้อยละ 10.87 กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 8.70 และกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 10.87

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตรอาหารและเครื่องมือ	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. การดำเนินพิธีการศุลกากร	4.35 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
2. การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก	3.85 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
3. การขนส่งสินค้า	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
4. บริการด้านขาระวางเรือ	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
5. บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอรั้งขาศุลกากร	4.08 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
6. จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
7. การประกันภัยสินค้า	3.31 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
8. ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	4.19 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)
9. พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง	4.42 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
10. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.35 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.50 (มาก)
11. ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง	4.77 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)



จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง การขนส่งสินค้า การบริการดำเนินพิธีการศุลกากร นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก บริการด้านขายระหว่างเรือ และจัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง คือ การประกันภัยสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องคั่วให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การดำเนินพิธีการศุลกากร พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร และชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การขนส่งสินค้า และการจัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การคำนวณภาษีขาเข้า – ขาออก และบริการด้านขายระหว่างเรือ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับน้อย คือ การประกันภัยสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยการตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การดำเนินพิธีการศุลกากร บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง การคำนวณภาษีขาเข้า – ขาออก การขนส่งสินค้า บริการด้านขายระหว่างเรือ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ และการประกันภัยสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขนส่งสินค้า บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร และชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง การดำเนินพิธีการศุลกากร นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก พัฒนาและปรับปรุง

บริการอย่างต่อเนื่อง และบริการด้านขายระหว่างเรือ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ และการประกันภัยสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การดำเนินพิธีการศุลกากร การขนส่งสินค้า บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก และตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง การประกันภัยสินค้า ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ บริการด้านขายระหว่างเรือ และจัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตร อาหาร และ เครื่องดื่ม	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม	4.58 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
2. ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)
3. ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น	4.15 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)
4. ระยะเวลาในการให้เครดิต	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)
5. สามารถต่อรองราคาได้	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	3.75 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 โดยทุกปัจจัยย่อยพบว่ามีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 โดยทุกปัจจัยย่อยพบว่ามีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ระยะเวลาในการให้เครดิต สามารถต่อรองราคาได้ และราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัย

ย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น สามารถต่อรองราคาได้ ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น สามารถต่อรองราคาได้ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ระยะเวลาในการให้เครดิต และสามารถต่อรองราคาได้

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตร อาหาร และ เครื่องดื่ม	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. มีบริการรับ-ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)
2. สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย	4.08 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือ หรือด่านศุลกากร	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
4. มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ	2.93 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
5. มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ	4.08 (มาก)	3.80 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)	4.28 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยมีสาขาเป็นจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีความสำคัญในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหารและเครื่องดื่มให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยสถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีสาขาเป็นจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีสาขาจำนวนมาก มีบริการมาก สะดวกในการใช้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ถูกกำหนด และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ถูกกำหนด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร และมีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ถูกกำหนด

**ตารางที่ 41** แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตรอาหารและเครื่องดื่ม	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก	4.04 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	4.17 (มาก)
2. มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร	3.12 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
3. มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4. จัดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ	3.15 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
5. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
6. ให้ส่วนลดราคา	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)
7. มีการให้ของขวัญ	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
8. มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท	2.73 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออกให้ทราบ และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้า

มาใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และมีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหารและเครื่องดื่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดราคา และการมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร มีจดหมายเชิญชวน ลูกค้ามาใช้บริการ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ การให้ของขวัญ และมีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า- ส่งออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ และการได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ การให้ของขวัญ และ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดราคา และการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ และมีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ การให้ของขวัญ และการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท



ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และมีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านบุคลากร	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์ และผลิต ชิ้นส่วน อุปกรณ์	การเกษตร อาหาร และ เครื่องคัม	สิ่งทอและ เครื่องตกแต่ง	อัญมณีและ เครื่องประดับ	อื่นๆ
1. มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ	4.23 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
2. มีความรู้ เรื่องกฎหมายด้านพิธีการศุลกากร และการดำเนินพิธีการศุลกากร	4.54 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
3. มีความรู้ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	4.15 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
4. มีความรู้ ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/ จีน/ ญี่ปุ่น	3.81 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)
5. มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก	4.31 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
6. มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน	3.77 (มาก)	4.40 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
7.มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง	4.46 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
8. มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ	4.31 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
9.อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย	4.23 (มาก)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
10. มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.42 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
11. มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ	4.38 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)

12. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.46 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.42 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และมีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ และมีความ น่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความเชี่ยวชาญ ในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความรู้ใน

ระบบการทำงานแบบ โลจิสติก มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง อธิบาย รายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และมีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากร และการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ และมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบ โลจิสติก มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน และมีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ ญี่ปุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี และมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น มีความรู้ในระบบการทำงานแบบ โลจิสติก และมีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตร อาหาร และ เครื่องดื่ม	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)
2. มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด	3.31 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	2.60 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
3. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.19 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
4. พนักงานมีการแต่งกายที่ดี	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

3.80 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด สถานที่จอดรถเพียงพอ และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด สถานที่จอดรถเพียงพอ และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี ปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จอดรถเพียงพอ และ มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	กลุ่มอุตสาหกรรม				
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตร อาหาร และ เครื่องดื่ม	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
2. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ	4.58 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
3. ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.42 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
4. จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	4.42 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.33 (มาก)
5. การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย	4.62 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
6. ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี	4.69 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
7. มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.62 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
8. มีการติดตามผลการดำเนินงาน	4.58 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)
9. ตรงต่อเวลา	4.62 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ มีการติดตามผลการดำเนินงาน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ปัจจัยย่อยที่มี

ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีการติดตามผลการดำเนินงาน และตรงต่อเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องตกแต่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการติดตามผลการดำเนินงาน และตรงต่อเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย และตรงต่อเวลา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และ มีการติดตามผลการดำเนินงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.85 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการติดตามผลการดำเนินงาน และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน



ตารางที่ 45 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	กลุ่มอุตสาหกรรม					รวม
	อิเล็กทรอนิกส์และผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์	การเกษตรอาหารและเครื่องตี	สิ่งทอและเครื่องตกแต่ง	อัญมณีและเครื่องประดับ	อื่นๆ	
ผลิตภัณฑ์	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.05 (มาก)
ราคา	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.18 (มาก)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)	4.28 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)
ส่งเสริมการตลาด	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
บุคลากร	4.26 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.42 (มาก)	4.47 (มาก)
การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	3.42 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
กระบวนการให้บริการ	4.56 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมได้ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ ในระดับเดียวกัน แต่สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรและด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมให้ความสำคัญในระดับที่ต่างกัน

ปัจจัยที่ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. การดำเนินพิธีการศุลกากร	4.83 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.35 (มาก)
2. การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก	4.50 (มากที่สุด)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)
3. การขนส่งสินค้า	5.00 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.43 (มาก)	4.35 (มาก)
4. บริการด้านขายระวางเรือ	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
5. บริการเคลียร์ของให้ลูกค้า	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	3.63 (มาก)	4.18 (มาก)
6. จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ	4.33 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
7. การประกันภัยสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
8. ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)
9. พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.24 (มาก)
10. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
11. ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง	4.33 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขนส่ง

สินค้า การบริการดำเนินพิธีการศุลกากร และการคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับ ปานกลาง ได้แก่ บริการด้านขายระหว่างเรือ และการประกันภัยสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10- 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และการดำเนินพิธีการศุลกากร ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร การขนส่งสินค้า นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ และการคำนวณภาษีขาเข้า - ขาออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ การประกันภัยสินค้า และบริการด้านขายระหว่างเรือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การขนส่งสินค้า พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง การดำเนินพิธีการศุลกากร ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร และการประกันภัยสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ และบริการด้านขายระหว่างเรือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การขนส่งสินค้า การดำเนินพิธีการศุลกากร พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก และบริการด้านขายระหว่างเรือ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับ ปานกลาง ได้แก่ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ และ การประกันภัยสินค้า

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม	5.00 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
2. ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)
3. ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น	4.67 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	4.12 (มาก)
4. ระยะเวลาในการให้เครดิต	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
5. สามารถต่อรองราคาได้	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม และราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ระยะเวลาในการให้เครดิต และสามารถต่อรองราคาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม สามารถต่อรองราคาได้ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก

ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น สามารถต่อรองราคาได้ ระยะเวลาในการให้เครดิต และราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. มีบริการรับ-ส่งเอกสารไปยังสถานที่ลูกค้ากำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท	4.50 (มากที่สุด)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.53 (มาก)
2. สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย	4.83 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
3. มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือ หรือด่านศุลกากร	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
4. มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.88 (มาก)
5. มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	3.47 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40 (มาก)	4.05 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ลูกค้ากำหนด และมีพนักงานมาติดต่อให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ลูกค้ากำหนด และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 – 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ใน

รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ และมีพนักงานมาติดต่อให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย และมีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก	4.67 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
2. มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร	2.67 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
3. มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล	3.67 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
4. จัดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
5. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.33 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
6. ให้ส่วนลดราคา	4.33 (มาก)	3.88 (มาก)	3.57 (มาก)	3.94 (มาก)
7. มีการให้ของขวัญ	2.67 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
8. มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท	2.83 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.14 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออกให้ทราบ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดราคา และการมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร และการให้ของขวัญ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ การให้ของขวัญ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และมีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และมีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดราคา และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร มีจดหมายเชิญชวน ลูกค้ามาใช้บริการ และการให้ของขวัญ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านบุคลากร	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ	4.50 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)
2. มีความรู้ เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร	4.83 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
3. มีความรู้ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	4.00 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)
4. มีความรู้ ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่นอังกฤษ/ จีน/ ญี่ปุ่น	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)	3.57 (มาก)	3.88 (มาก)
5. มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก	4.17 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)
6. มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน	4.17 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)
7.มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง	4.83 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
8. มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ	5.00 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.47 (มาก)
9.อธิบายรายละเอียด โดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย	4.67 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)
10. มีอริยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)
11. มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.47 (มาก)
12. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.67 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.38 (มาก)	3.98 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ และมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และมีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ และมีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และมีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีอธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน และมีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ มีธรรมาภิบาลและมนุษยสัมพันธ์ดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และ มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

**ตารางที่ 51** แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.67 (มาก)	4.13 (มาก)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)
2. มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด	3.17 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
3. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.83 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
4. พนักงานมีการแต่งกายที่ดี	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่จอดรถเพียงพอ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จอดรถเพียงพอ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี และมีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เงินทุนจดทะเบียน			
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	5.00 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
2. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ	4.83 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)
3. ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.50 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.47 (มาก)
4. จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.47 (มาก)
5. การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย	4.83 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)
6. ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี	5.00 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)
7. มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)
8. มีการติดตามผลการดำเนินงาน	4.83 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)
9. ตรงต่อเวลา	4.83 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.81 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.81 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย มีการติดตามผลการดำเนินงาน ตรงต่อเวลา ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.74 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ตรงต่อเวลา มีการติดตามผลการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 51 - 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการติดตามผลการดำเนินงาน ตรงต่อเวลา จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย และข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในบริษัทที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย มีการติดตามผลการดำเนินงาน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

ตารางที่ 53 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เงินทุนจดทะเบียน				รวม
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	10 – 50 ล้านบาท	51 – 100 ล้านบาท	มากกว่า 100 ล้านบาท	
ผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
ราคา	4.37 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40 (มาก)	4.05 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)
ส่งเสริมการตลาด	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
บุคลากร	4.37 (มาก)	4.38 (มากที่สุด)	3.98 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.47 (มาก)
การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	3.54 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.36 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
กระบวนการให้บริการ	4.81 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.27 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนพบว่า ทุกกลุ่มได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ ในระดับเดียวกัน แต่สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรและด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ในแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญในระดับที่ต่างกัน

ปัจจัยที่ทุกกลุ่มให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญในระดับมากที่สุด



ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของแต่ละบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ	จำนวน	ร้อยละ
น้อย	10	21.74
ปานกลาง	12	26.09
มาก	24	52.17
รวม	46	100.00

หมายเหตุ : ปริมาณการใช้บริการ คัดจาก ยอดรวมของใบขนขาเข้าและใบขนขาออกโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณน้อย คือ บริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของและมียอดรวมของใบขนขาเข้าและขาออกโดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 11 ใบ

ปริมาณปานกลาง คือ บริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของและมียอดรวมของใบขนขาเข้าและขาออกโดยเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 11 – 40 ใบ

ปริมาณมาก คือ บริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของและมียอดรวมของใบขนขาเข้าและขาออกโดยเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40 ใบ

จากตารางที่ 54 พบว่าบริษัทที่ใช้บริการตัวแทนออกของส่วนใหญ่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมาก คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาคือ ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.09 และปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.74

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. การดำเนินพิธีการศุลกากร	4.60 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
2. การคำนวณภาษีขาเข้า - ขาออก	4.40 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
3. การขนส่งสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)
4. บริการด้านขายระหว่างเรือ	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)
5. บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)
6. จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
7. การประกันภัยสินค้า	3.80 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
8. ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	3.90 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
9. พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)
10. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	3.90 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)
11. ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง	4.20 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การดำเนินพิธีการศุลกากร และการขนส่งสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจาก

อารักขาของศุลกากร ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ การประกันภัยสินค้า และบริการด้านขากระวางเรือ

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลาง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง การดำเนินพิธีการศุลกากร พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การขนส่งสินค้า ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร การคำนวณภาษีขาเข้า-ขาออก บริการด้านขากระวางเรือ และจัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การประกันภัยสินค้า

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมาก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การขนส่งสินค้า การดำเนินพิธีการศุลกากร บริการตรวจปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร พัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ และการคำนวณภาษีขาเข้า - ขาออก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดทำเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ การประกันภัยสินค้า และบริการด้านขากระวางเรือ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านราคา	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม	4.60 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
2. ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น	4.50 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
3. ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น	4.50 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)	4.08 (มาก)
4. ระยะเวลาในการให้เครดิต	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)
5. สามารถต่อรองราคาได้	4.30 (มาก)	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น และราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ และระยะเวลาในการให้เครดิต

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น สามารถต่อรองราคาได้ ระยะเวลาในการให้เครดิต และราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น สามารถต่อรองราคาได้ ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น และระยะเวลาในการให้เครดิต

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. มีบริการรับ-ส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด เช่น ธนาคาร บริษัท	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	3.63 (มาก)
2. สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย	4.70 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือ หรือด่านศุลกากร	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)
4. มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ	4.20 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)
5. มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด และมีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ และที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานประกอบการของผู้ให้บริการสามารถติดต่อได้ง่าย

มีพนักงานมาติดต่อให้บริการ มีสาขาจำนวนมาก สะดวกในการใช้บริการ และมีบริการรับส่งเอกสารไปยังสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีที่ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือหรือด่านศุลกากร

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. แจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออก	4.40 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)
2. มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
3. มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล	3.70 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
4. จัดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ	3.40 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
5. คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ	3.40 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
6. ให้ส่วนลดราคา	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)
7. มีการให้ของขวัญ	3.10 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)
8. มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท	2.70 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออกให้ทราบ การให้ส่วนลดราคา และมีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจดหมาย

เชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการลงโฆษณาตาม นิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออกให้ทราบ และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร การให้ของขวัญ และ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า - ส่งออกให้ทราบ และการให้ส่วนลดราคา ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล มีจดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร/วารสาร และ มีการบริจาคเพื่อร่วมกิจกรรมของบริษัท ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ การให้ของขวัญ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. มีความรู้ความเข้าใจในระบบการศรัทธาระหว่างประเทศ	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)
2. มีความรู้ เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
3. มีความรู้ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	4.40 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
4. มีความรู้ ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่นอังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)
5. มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
6. มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)
7.มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง	4.70 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
8. มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ	4.70 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
9.อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)
10. มีอธชาติและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.40 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
11. มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ	4.30 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
12. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	4.60 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความสามารถใน



การให้คำปรึกษาแนะนำ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความรู้ระบบขนส่ง การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีอสังหาริมทรัพย์และมนุษยสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และ มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีอสังหาริมทรัพย์และมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น และมีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ด้านพิธีการศุลกากรและการเดินพิธีการศุลกากร มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความสามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำ และมีอสังหาริมทรัพย์และมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ อธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความรู้ความเข้าใจในระบบการค้าระหว่างประเทศ มีความรู้ในระบบการทำงานแบบโลจิสติก มีความรู้ระบบขนส่งการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญในระบบการทำเอกสารเพื่อการชำระเงิน และมีความรู้ความถนัดในภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ/จีน/ญี่ปุ่น

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)
2. มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
3. สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.80 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4. พนักงานมีการแต่งกายที่ดี	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 โดยทุกปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย สถานที่จอดรถเพียงพอ มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และพนักงานมีการแต่งกายที่ดี

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่ดี มีบรรยากาศในสำนักงาน เช่น ตกแต่งสวยงาม สะอาด และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของ		
	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
2. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
3. ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
4. จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	4.40 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
5. การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย/ สินค้าไม่เสียหาย	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
6. ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
7. มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.80 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
8. มีการติดตามผลการดำเนินงาน	4.70 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
9. ตรงต่อเวลา	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.71 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 61 พบว่าบริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของน้อยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71 ในรายละเอียดแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย / สินค้าไม่เสียหาย ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีการติดตามผลการดำเนินงาน และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมาก คือ จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของปานกลางให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.81 โดยทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย / สินค้าไม่เสียหาย มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการติดตามผลการดำเนินงาน ตรงต่อเวลา ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

บริษัทที่มีปริมาณการใช้บริการตัวแทนออกของมากให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตรงต่อเวลา การขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย / สินค้าไม่เสียหาย ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการติดตามผลการดำเนินงาน ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และจำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ

ตารางที่ 62 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของจำแนกตามปริมาณการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปริมาณการใช้บริการ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)
ราคา	4.42 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)
ส่งเสริมการตลาด	3.50 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
บุคลากร	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)	4.27 (มาก)	4.47 (มาก)
การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	3.65 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.30 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
กระบวนการให้บริการ	4.71 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 62 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามปริมาณการใช้บริการพบว่า ทุกกลุ่มได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ และบุคลากร ในระดับเดียวกัน แต่สำหรับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ในแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญในระดับต่างกัน ได้แก่ กลุ่มที่มีปริมาณการใช้มาก และปริมาณการใช้ปานกลางให้ความสำคัญในระดับมาก แต่กลุ่มที่มีปริมาณการใช้ให้น้อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่ทุกกลุ่มให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญในระดับมากที่สุด

