

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออก ของบริษัทที่ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออก นิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ ของบริษัทที่ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออก นิคมอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย บริษัทที่ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออก นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 43 บริษัท โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยมีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในบริษัทเป็นผู้จัดการฝ่าย บริษัทมีการดำเนินกิจการในเขตอุตสาหกรรมส่งออก นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เป็นเวลา 11-15 ปี ประเภทธุรกิจส่วนใหญ่เป็นประเภทผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าต่อเดือน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ใบขนส่งออกและใบขนขาเข้าเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10 ใบขน รูปแบบบริการที่ใช้ในการส่งออกและการนำเข้าเป็นการขนส่งทางอากาศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของที่มีผลอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดเจ้าหน้าที่ ปัจจัยบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลอยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของ ที่มีผลอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดเจ้าหน้าที่

จากการทดสอบสมมติฐาน สภาพทั่วไปในการดำเนินธุรกิจจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ มูลค่าการนำเข้าต่อเดือนและจำนวนใบขนส่งขาเข้าเฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันในปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และสภาพทั่วไปในการดำเนินธุรกิจจำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ และมูลค่าการนำเข้าต่อเดือนมีความแตกต่างกันในปัจจัยทางด้านการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

The objectives of this independent study were to find out 1) marketing factors affecting the selection of custom brokers' services by companies in the export processing zone of the northern region industrial estate, Amphur Muang, Lamphun province, and 2) problems concerning the selection of custom brokers' services. The data was collected by means of questionnaires from 43 companies, selected by simple random sampling from those in the export processing zone, and analyzed with the use of the SPSS.

It was found that most of the respondents were division managers and the companies have carried out businesses for 11-15 years. Most businesses were concerned with production and assembly of electronic parts, the import and export values were less than 10 million baht per month, the number of times for export and import was less than 10. and the export and import was conducted by air.

The factors affecting the selection of custom brokers' services at a high level were services, price, distribution, personnel, production and physical presentation, and process while marketing promotion affected the selection at a moderate level.

The problems concerning the selection of custom brokers' services which had a high level of seriousness were price, services, personnel, and process while production and physical presentation, marketing promotion, and distribution had a moderate level of seriousness.

From the hypothesis tests the general conditions of businesses classified by business duration, business type, the amount of import per month and average number of import entry per month were different in marketing promotion while general conditions of businesses classified by business duration, business type and the amount of import per month were different in production and physical presentation.