

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน และเพื่อศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำนวน 47 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายนำเข้า – ส่งออก บริษัทส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 12 ปี โดยบริษัทที่ทำการนำเข้าส่วนใหญ่มีมูลค่าการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท มีจำนวนใบขนขาเข้ามากว่า 40 ใบต่อเดือน และให้บริการการขนส่งทางอากาศในการนำเข้าเป็นประจำมากที่สุด บริษัทที่ทำการส่งออกส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาท จำนวนใบขนขาออกมากกว่า 40 ใบต่อเดือน และให้บริการการขนส่งทางอากาศในการส่งออกเป็นประจำมากที่สุด

บริษัทที่นำเข้าหรือส่งออกส่วนใหญ่ใช้บริการตัวแทนออกของในการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยใช้บริการจากตัวแทนออกของ 1 – 2 บริษัท และมากกว่า 6 บริษัทในจำนวนที่เท่ากัน สาขาที่ใช้บริการคือ สาขาจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการตัวแทนออกของส่วนใหญ่จะพิจารณาโดยผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเพียงผู้เดียว คือ กรรมการผู้จัดการ รองลงมาคือผู้จัดการฝ่ายนำเข้า – ส่งออก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกของเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี มีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว การขนส่งสินค้าปลอดภัย/สินค้าไม่เสียหาย การตอบสนองและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จ ตรงต่อเวลา มีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์พิธีการศุลกากรและการดำเนินพิธีการศุลกากร ค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่เหมาะสม และมีการติดตามผลการดำเนินงาน

ปัญหาโดยรวมที่พบจากการใช้บริการตัวแทนออกของมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยมีการระบุปัญหาย่อยที่สำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ ไม่มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดจากตัวแทนออกของ การให้บริการที่ไม่ครบวงจร อัตราค่าธรรมเนียมไม่เหมาะสม และจำนวนพาหนะที่ใช้ในการขนส่งไม่เพียงพอ

The objective of this study, “Services Marketing Mix Factors Affecting the Selection of Customs Brokers for Companies in The Northern Region Industrial Estate Lamphun Province”, was to investigate the service marketing mix factors which affected the decision of companies in Lamphun province in using customs brokers, including the problem in using the customs brokers.

The study was conducted by using questionnaire with the population of 47 companies located in The Northern Region Industrial Estate, Lamphun Province. The collected data was analyzed by using descriptive statistical techniques i.e. frequency, percentage and means.

The results of the study indicated that the respondents were mainly importing – exporting managers, the majority of the companies were electronics companies, with registered capital more than 100 million baht. The companies had been in business for more than 12 years. In the study period, the average value of importing and exporting was more than 20 million baht per month of most companies. In terms of documents produced, it was more than 40 documents per month. The air transportation was mostly used for importing and exporting.

The majority of the companies used services from customs brokers to do customs for them. The number of customs brokers used was 1 – 2 companies or more than 6 companies. The branch of customs brokers office which they used was located in Chiang Mai province. The decision for the selection of customs brokers was done by the managing director of the company, the second decision maker would be the importing – exporting manager.

The service marketing mix factors that affected the selection of customs brokers were process factor, followed by people or employees, price, product, place, physical evidence and marketing promotion factors, respectively.

The sub-factors that affected the selection of customs brokers and indicated at the most important level were the customer information was kept confidential, problems were solved rapidly, product security during the shipping process, respond and efficient problem solving, convenient contact between the customs broker office, the process time, punctuality, the customs broker’s knowledge in the customs regulation and customs process, the appropriate fee rate and the process monitoring, respectively.

The average score of problems in services for the whole picture indicated less problem. However, the problems which indicated very important were non-standard service, no damage guarantee from the customs broker, incomplete service cycle, inappropriate fee rate, and the insufficient transportation vehicle.