



เวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

ปัจจัยภายในองค์กร พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ

ปัจจัยระหว่างบุคคล พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ

ปัจจัยเฉพาะบุคคล พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับ

**Independent Study Title** Factors Affecting Decision of Companies in The Northern Industrial Estate Towards Selecting Import Trading Firms

**Author** Miss Wasana Maneewan

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisory Committee**  
Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha

### **ABSTRACT**

The objective of this independent study was to study factors affecting decision of companies in the Northern Industrial Estate in selecting import trading firms. Questionnaire was used to collect data from import department (overseas procurement department) or from executives who were decision makers from 65 factories in the industrial estate, using one copy of questionnaire per factory. The data was analyzed by descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

The study showed that most respondents were females aged between 30-39 years and they worked in import departments with 4-6 years of work period. Their companies were from the electronic industrial sector and were owned by foreigners in the export and import industry mainly from Japan. People who were in charge of decision making were in buying department.

For product, the sub - factors relating to decision making were, the quality of product to be distributed, 100% genuine imported parts or products, and variety of product.

For price, the sub-factors relating to decision making were lower price than other importers, discount with bulk buying, and price confirmation period.

For place, the sub-factors relating decision making were prompt delivery with product in good condition, fast delivery and according to the order, and convenient ordering.

For marketing, the sub-factors relating to decision making were public relations such

as trade show, advertisements in industrial magazines such as Yellow Guide and Industrial Guide, and sales promotions campaigns such as discount and gift.

For environmental conditions, the sub-factors relating to decision making were current national economic situation, current international economic situation, and information about technological development.

For organization, the sub-factors relating to decision making were objectives of selecting import trading firms, structure of procurement/import department, and demand for foreign manufactured merchandise.

For personnel, the sub-factors relating to decision making were opinion of production engineers, opinion of maintenance unit, and opinion of buying department.

For personal information, the sub-factors relating to decision making were respondents' work experience and skills/knowledge from their field of profession.