

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 ราย ซึ่งเป็นฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม ของโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน 65 โรงงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 52.3 มีอายุ 30– 39 ปี ร้อยละ 58.5 ลักษณะงานเป็นฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 60 มีประสบการณ์ทำงานในงานปัจจุบัน 4 – 6 ปี ร้อยละ 41.5 อยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 40 เจ้าของบริษัท/ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ ร้อยละ 63.1 อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ร้อยละ 52.3 นำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 90.8 และซื้อสินค้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 76.9 และพบว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้ามากที่สุดคือ ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 38.5

ส่วนที่ 2 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% และความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น การให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ และระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม

ส่วนที่ 3 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

ปัจจัยภายในองค์กร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ

ปัจจัยระหว่างบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องความคิดเห็นของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน และทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน

ส่วนที่ 4 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 35 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	จำแนกตามลักษณะงาน			
	ฝ่ายจัดซื้อ n = 39	ฝ่ายวิศวกรรม การผลิต n = 7	ฝ่ายควบคุม สต็อก n = 6	ฝ่ายซ่อมบำรุง n = 13
1. ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	การปรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย
2. ด้านราคา	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่นและระยะเวลาขึ้นชั้นราคาสินค้าและการให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ
3. ด้านการจัดจำหน่าย	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนดและความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อและความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนดและความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อและความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า

ตารางที่ 35 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	จำแนกตามลักษณะงาน			
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต็อก	ฝ่ายซ่อมบำรุง
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้าและมีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี	ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบันและภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน
6. ด้านภายในองค์กร	ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศและวัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน

ตารางที่ 35 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	จำแนกตามลักษณะงาน			
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต็อก	ฝ่ายซ่อมบำรุง
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13
7. ด้านระหว่างบุคคล	ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิตและความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง
8. ด้านเฉพาะบุคคล	ประสบการณ์การทำงานของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่านและทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่านและทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่าน

ส่วนที่ 5 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 36 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตาม ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน			
	น้อยกว่า 3 ปี n = 18	4-6 ปี n = 27	7-10 ปี n = 14	11 ปีขึ้นไป n = 6
1. ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%และการมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ
2. ด้านราคา	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	ระยะเวลายื่นยื่นราคาสินค้า
3. ด้านการจัดจำหน่าย	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนดและความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	ความเร็วในการจัดส่งสินค้า	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	ความรวดเร็วในการเสนอราคาและความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า

ตารางที่ 36 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตาม ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน			
	น้อยกว่า 3 ปี n = 18	4-6 ปี n = 27	7-10 ปี n = 14	11 ปีขึ้นไป n = 6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	การส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	การส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้าและความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า	ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบันและภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบันและภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน
6. ด้านภายในองค์กร	วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ	วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและนโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน

ตารางที่ 36 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตาม ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน			
	น้อยกว่า 3 ปี n = 18	4-6 ปี n = 27	7-10 ปี n = 14	11 ปีขึ้นไป n = 6
7. ด้านระหว่างบุคคล	ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิตและประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน
8. ด้านเฉพาะบุคคล	ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่าน และทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่าน	ประสบการณ์การทำงานของท่าน

ตารางที่ 37 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.52	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2	สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	4.45	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
3	การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	4.35	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
4	ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	4.35	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
5	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.31	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
6	ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ	4.31	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
7	ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	4.29	ปัจจัยด้านราคา
8	ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	4.29	ปัจจัยระหว่างบุคคล
9	ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า	4.22	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
10	ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง	4.22	ปัจจัยระหว่างบุคคล
11	ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ	4.2	ปัจจัยระหว่างบุคคล
12	ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.18	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
13	ความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.15	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
14	ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	4.11	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
15	การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้	4.09	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
16	มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	4.08	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
17	การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	4.03	ปัจจัยด้านราคา
18	ประสบการณ์การทำงานของท่าน	4.02	ปัจจัยเฉพาะบุคคล
19	ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	3.98	ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
20	ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน	3.98	ปัจจัยเฉพาะบุคคล

จากการเรียงลำดับความสำคัญปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยระหว่างบุคคล

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย 5 ลำดับแรก อยู่ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง คุณภาพของสินค้าที่จัด

จำหน่าย สินค้าที่นำเข้ามาเป็นสินค้าแท้จริง 100% การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย 5 ลำดับถัดไปอยู่ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า และความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุงตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาผลการศึกษาแยกแต่ละส่วนปัจจัยพบว่า สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Concept) โดยทุกปัจจัยมีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และเมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยแล้วพบว่า ปัจจัยแต่ละด้านยังมีปัจจัยย่อยที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ คือปัจจัยย่อยเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม คือ ปัจจัยย่อยเรื่องความคงทนในการใช้งานของหม้อแปลงไฟฟ้า โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ คือปัจจัยย่อยเรื่องราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น และการให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม คือปัจจัยย่อยเรื่องราคาขายของหม้อแปลงไฟฟ้าสามารถต่อรองราคาได้และการให้ส่วนลดเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องเนื่องจากลักษณะของธุรกิจและลักษณะของสินค้าที่

แตกต่างกันส่งผลให้การให้ส่วนลดแตกต่างกันไประหว่างการให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ และการให้ส่วนลดเงินสด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ คือปัจจัยย่อยเรื่องการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการผลึกษาของ ชีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม คือ ปัจจัยย่อยเรื่อง การส่งมอบหม้อแปลงไฟฟ้าตรงตามกำหนดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ คือปัจจัยย่อยเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า และความเอาใจใส่ของพนักงานขาย โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม คือ ปัจจัยย่อยเรื่องความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการพิจารณาเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจตัดสินใจเพียงผู้เดียว จะประกอบด้วยผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหลายฝ่าย ดังนั้นจึงมีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. จากการศึกษ พบว่าฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายควบคุมสต็อกให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องคุณภาพสินค้าที่จัดจำหน่าย และสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%
2. จากการศึกษ พบว่าฝ่ายวิศวกรรมการผลิตให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องการปรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้
3. จากการศึกษ พบว่าฝ่ายซ่อมบำรุงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยเรื่องมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. จากการศึกษา พบว่าฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายซ่อมบำรุงให้ความสำคัญต่อการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า
2. จากการศึกษา พบว่าฝ่ายวิศวกรรมการผลิต และฝ่ายควบคุมสต็อกให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ปัจจัยด้านราคา

ลูกค้าทุกฝ่ายให้ความสำคัญต่อราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. จากการศึกษา พบว่าฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต และฝ่ายควบคุมสต็อก ให้ความสำคัญต่อ การส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า
2. จากการศึกษา พบว่าฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อความเอาใจใส่ของพนักงานขาย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยระหว่างบุคคลตามลำดับ จึงได้มีการจัดทำข้อเสนอแนะเรียงตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพดีให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงการตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ความคงทน สวยงาม และรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อีกทั้งคุณภาพของสินค้าที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราหือ เมื่อสินค้ามีคุณภาพสูง ไม่เพียงแต่ตัวสินค้าเองที่มีคุณภาพ ยังบ่งบอกถึงควมมีคุณภาพของกิจการผู้นำเข้าอีกด้วย

2. เลือกผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์ที่สามารถรักษามาตรฐานด้านคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง
3. มีนโยบายรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้
4. ต้องมีการรับประกันหลังการขาย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. ตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่งให้ลูกค้าว่าถูกต้องตามคำสั่งซื้อทุกประการ
2. จัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด โดยนำระบบ Just in Time เข้ามาช่วยในการจัดการระบบจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าเร็วที่สุด ทันเวลาที่ลูกค้า
3. ดูแลรักษาสินค้าให้มีความสมบูรณ์ในขณะส่งถึงมือลูกค้า
4. เพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าโดยลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับทางบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบข้อมูลทางโทรศัพท์ ทางอีเมล หรือเพิ่มเบอร์โทรศัพท์สายตรงสำหรับการติดต่อเมื่อมีการสอบถามเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวในตัวสินค้า ระยะเวลารอสินค้า หรือเรื่องอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการข้อมูลอย่างเร่งด่วน

ปัจจัยด้านราคา

1. มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ (Quantity discount)
2. มีการจัดการใบสั่งซื้อโดยรวมยอดสั่งซื้อของลูกค้าหลายๆ รายเข้าด้วยกันเพื่อให้ได้รับส่วนลดที่เกิดจากการนำเข้า

ปัจจัยระหว่างบุคคล

รับฟังความคิดเห็นของฝ่ายต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ฝ่ายซ่อมบำรุง ฝ่ายจัดซื้อ หรือฝ่ายควบคุมสต็อก เพื่อนำไปปรับปรุงการขาย

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มดังนี้

ฝ่ายซ่อมบำรุง

ลูกค้าในส่วนของฝ่ายซ่อมบำรุงควรมีการปรับปรุงเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าหลังการขายให้ได้มากกว่าการรับประกันของคู่แข่ง เพราะคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายจะเป็นตัววัดการจำนวนการขอเปลี่ยนคืนสินค้าจากลูกค้า

จัดให้มีเจ้าหน้าที่ทางด้านเทคนิคทำงานควบคู่ไปกับฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด เพื่อให้บริการความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะทางโทรศัพท์หรือเข้าไปดูแลลูกค้าโดยตรง ช่วยในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานแก่ลูกค้า ให้บริการหลังการขาย เช่น จัดให้มีการสัมมนาจากผู้ผลิต จัดให้มีการตรวจสอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และจัดให้มีการนำผลิตภัณฑ์ไปตรวจวัดต่างๆ ขึ้นอยู่กับตัวสินค้า เป็นต้น

ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต

ลูกค้าในส่วนของฝ่ายวิศวกรรมการผลิตควรปรับปรุงการรับประกันสินค้า ให้มีการรับประกัน/คืนสินค้า เมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้เมื่อสินค้าไม่สามารถใช้ได้หรือใช้ได้อย่างไม่สมบูรณ์กิจการจำเป็นต้องยอมเปลี่ยนสินค้าให้แก่ลูกค้า เพราะสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่มีราคาสูง เมื่อเทียบกับสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้นการรับประกันสินค้าเมื่อมีการบกพร่องของสินค้า ถือว่าเป็นสิ่งที่กิจการนำเข้าสินค้าจะต้องปฏิบัติเป็นอย่างยิ่ง

มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ โดยทำราคาแบ่งเป็นช่วงระดับราคาขึ้นอยู่กับจำนวนที่สั่งซื้อ เมื่อมีปริมาณการซื้อสูงส่วนลดก็ต้องสูงเช่นกัน และถ้าสินค้ามีมูลค่าสูง การทำราคาโดยให้ลูกค้าแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ จำเป็นจะต้องนำมาใช้เพื่อรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าไว้

จัดให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานกับผู้ผลิตสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยเพิ่มความสะดวกในการสอบถามข้อมูลในตัวสินค้า การสั่งซื้อสินค้า ฯลฯ ไม่ว่าจะผ่านทางโทรศัพท์สายตรง อีเมลที่สามารถติดต่อได้โดยตรง และที่สำคัญบุคคลที่ต้องรับผิดชอบแบ่งตามเขตพื้นที่ หรือแบ่งตามลักษณะหรือประเภทของโรงงานลูกค้า

เน้นพนักงานขาย โดยให้พนักงานขายใจใส่ลูกค้าเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นการเน้นการขายตรงระหว่างผู้ผลิตไปยังผู้ใช้สินค้าอุตสาหกรรม โดยผ่านผู้นำเข้าเป็นคนกลาง ดังนั้น ต้องอาศัยความเอาใจใส่และความชำนาญเฉพาะด้านของทีมงานขายเป็นอย่างมาก