ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของ

บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ผู้เขียน

นางสาววาสนา มณีวรรณ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาค)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คร.พัชรา ตันติประภา

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้ นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ทำการสำรวจโคยใช้แบบสอบถามเก็บ รวบรวมข้อมูลจากฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า อุตสาหกรรมของโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน 65 โรงงาน โดยเก็บข้อมูลจากทุกโรงงาน โรงงานละ 1 ราย โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 39 ปี เป็น ฝ่ายจัดซื้อมากที่สุด ประสบการณ์ทำงาน 4-6 ปี อยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สัญชาติเจ้าของ บริษัท/ผู้ถือหุ้นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ อยู่ในอยู่ในเขตอุตสาหกรรม ส่งออก นำเข้าและซื้อสินค้าจากประเทศญี่ปุ่น ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ ฝ่ายจัดซื้อ

ปัจจัยค้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของ บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โคยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่ จัดจำหน่าย สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% และความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิด สินค้า

ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทใน นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น การ ให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ และระยะเวลายืนยันราคาสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของ บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตาม เวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และ ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้า สินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การ ประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของ บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของ ประเทศ ณ ปัจจุบัน ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการ เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

ปัจจัยภายในองค์กร พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทใน นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โคยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือก กิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน และความ ต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ

ปัจจัยระหว่างบุคคล พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของ บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่าย วิสวกรรมการผลิต ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ

ปัจจัยเฉพาะบุคคล พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัท ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบ แบบสอบถาม และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

## ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม Copyright<sup>©</sup> by Chiang Mai University All rights reserved

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.

## ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright<sup>©</sup> by Chiang Mai University All rights reserved