บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม ของโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน 65 โรงงานโดยเก็บข้อมูลจากทุกโรงงาน โรงงานละ 1 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและแปลผล ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและแปลผล ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	31	47.70
หญิง	34	52.30
รวม	**65**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.30 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29 ปี	21	32.30
30 - 39 ปี	38	58.50
40 - 49 ปี	6	9.20
50 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	**65**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ อายุ 20 - 29 ปี ร้อยละ 32.3 อายุ 40 - 49 ปี ร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะงาน

ลักษณะงาน	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายจัดซื้อ	39	60.00
ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	7	10.80
ฝ่ายควบคุมสต๊อค	6	9.20
ฝ่ายซ่อมบำรุง	13	20.00
รวม	**65**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นฝ่ายจัดซื้อมากที่สุด ร้อยละ 60 รองลงมาเป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ร้อยละ 20 และฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในงานปัจจุบัน

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	18	27.70
4 - 6 ปี	27	41.50
7 - 10 ปี	14	21.50
11 ปีขึ้นไป	6	9.20
รวม	**65**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ทำงาน 4-6 ปี ร้อยละ 41.50 รองลงมาคือมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี ร้อยละ 27.7 และมีประสบการณ์ทำงาน 7-10 ปี ร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	26	40.00
อุตสาหกรรมเกษตร	1	1.50
อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	5	7.70
อุตสาหกรรมก่อสร้าง	1	1.50
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	20	30.80
อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	1	1.50
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	4	6.20
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	1	1.50
อุตสาหกรรมอื่นๆ	6	9.20
รวม	**65**	**100.00**

หมายเหตุ : อุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตเลนส์ อุตสาหกรรมชุบแข็ง และอุตสาหกรรมผลิตแปรงพู่กันเสริมความงาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 40 รองลงมาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ร้อยละ 30.8 และอุตสาหกรรมผลิตเลนส์ อุตสาหกรรมชุบแข็ง และอุตสาหกรรมผลิตแปรง พู่กันเสริมความงาม ร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติเจ้าของบริษัท/ผู้ถือหุ้น

เจ้าของ/ผู้ถือหุ้น	จำนวน	ร้อยละ
คนไทย	6	9.20
คนไทยและคนต่างชาติ	18	27.70
คนต่างชาติ	41	63.10
รวม	**65**	**100.00**

หมายเหตุ : เจ้าของบริษัท/ผู้ถือหุ้นเป็นคนไทยและคนต่างชาติ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อเมริกา จีน ฮ่องกง ฝรั่งเศส

: เจ้าของบริษัท/ผู้ถือหุ้นเป็นคนต่างชาติ ได้แก่ ญี่ปุ่น สวิส เกาหลี ฮ่องกง เนเธอร์แลนด์ อินเดีย และอเมริกา

จากตารางที่ 6 พบว่าสัญชาติเจ้าของบริษัท/ผู้ถือหุ้นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ ร้อยละ 63.1 รองลงมาคือคนไทยและคนต่างชาติ ร้อยละ 27.7 และคนไทย ร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตพื้นที่ของสถานประกอบการ

พื้นที่ของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เขตอุตสาหกรรมทั่วไป General Industrial Zone	31	47.70
เขตอุตสาหกรรมส่งออก Export Processing Zone	34	52.30
รวม	**65**	**100.00**

จากตาราง 7 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่อยู่ในอยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ร้อยละ 52.3 และเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้านำเข้า

ประเทศที่ซื้อสินค้านำเข้า	จำนวน	ร้อยละ
ญี่ปุ่น	59	90.80
อเมริกา	29	44.60
ฮ่องกง	6	9.20
สิงคโปร์	43	66.20
ไต้หวัน	9	13.80
จีน	35	53.80
ประเทศอื่นๆ	3	4.60

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 65 คน)

: ประเทศอื่นได้แก่ เกาหลี และ เนเธอร์แลนด์

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นำเข้าสินค้าประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 90.8 รองลงมาคือสิงคโปร์ ร้อยละ 66.2 และจีน ร้อยละ 53.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามนำเข้าสินค้ามากที่สุด

ประเทศที่นำเข้าสินค้ามากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ญี่ปุ่น	50	76.90
อเมริกา	7	10.80
ฮ่องกง	-	-
สิงคโปร์	3	4.60
ไต้หวัน	-	-
จีน	2	3.10
ประเทศอื่นๆ	-	-
รวม	**65**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด ร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 10.8 และสิงคโปร์ ร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายจัดซื้อ	25	38.50
วิศวกรโรงงานผู้ดูแลงานนั้นๆ	20	30.80
ผู้จัดการโรงงาน	6	9.20
ผู้ใช้สินค้า (ทีมงาน)	11	16.90
บุคคลอื่นๆ	3	4.60
รวม	**65**	**100.00**

หมายเหตุ : บุคคลอื่นๆ ได้แก่ ผู้บริหารชาวญี่ปุ่น

ตารางที่ 10 พบว่าผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ วิศวกรโรงงานผู้ดูแลงานนั้นๆ ร้อยละ 30.8 และผู้ใช้สินค้า (ทีมงาน) ร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า	18 (27.7)	43 (66.2)	4 (6.2)	-	-	65	4.22 (มาก)	3
2. คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	35 (53.8)	29 (44.6)	1 (1.5)	-	-	65	4.52 (มากที่สุด)	1
3. ความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้า	4 (6.2)	37 (56.9)	21 (32.3)	3 (4.6)	-	65	3.65 (มาก)	8
4. สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	32 (49.2)	30 (46.2)	3 (4.6)	-	-	65	4.45 (มาก)	2
5. การบรรจุหีบห่อของสินค้า	7 (10.8)	43 (66.2)	13 (20.0)	1 (1.5)	1 (1.5)	65	3.83 (มาก)	7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
6. สินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน	9 (13.8)	44 (67.7)	11 (16.9)	1 (1.5)	-	65	3.94 (มาก)	6
7. การมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ	16 (24.6)	30 (46.2)	18 (27.7	1 (1.5)	-	65	3.94 (มาก)	6
8. การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้	20 (30.8)	33 (50.8)	10 (15.4)	2 (3.1)	-	65	4.09 (มาก)	4
9. การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้ว	4 (6.2)	10 (15.4)	23 (35.4)	22 (33.8)	6 (9.2)	65	2.75 (ปานกลาง)	9
10. มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	19 (29.2)	34 (52.3)	10 (15.4)	2 (3.1)	-	65	4.08 (มาก)	5
10. มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	19 (29.2)	34 (52.3)	10 (15.4)	2 (3.1)	-	65	4.08 (มาก)	5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) และ การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้ว ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	26 (40.0)	33 (50.8)	5 (7.7)	1 (1.5)	-	65	4.29 (มาก)	1
2. การปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาท	10 (15.4)	26 (40.0)	27 (41.5)	2 (3.1)	-	65	3.68 (มาก)	5
3. ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า	9 (13.8)	38 (58.5)	17 (26.2)	1 (1.5)	-	65	3.85 (มาก)	3
4. การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	14 (21.5)	41 (63.1)	8 (12.3)	2 (3.1	-	65	4.03 (มาก)	2
5. ระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม	11 (16.9)	28 (43.1)	24 (36.9)	2 (3.1)	-	65	3.74 (มาก)	4
6. วิธีการชำระเงิน	8 (12.3)	29 (44.6)	26 (40.0)	1 (1.5)	1 (1.5)	65	3.65 (มาก)	6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.29) การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ทำเลที่ตั้งของบริษัท	5 (7.7)	21 (32.3)	21 (32.3)	15 (23.1)	3 (4.6)	65	3.15 (ปานกลาง)	7
2. ความรวดเร็วในการเสนอราคา	17 (26.2)	41 (63.1)	7 (10.8)	-	-	65	4.15 (มาก)	4
3. ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	15 (23.1)	47 (72.3)	3 (4.6)	-	-	65	4.18 (มาก)	3
4. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	23 (35.4)	39 (60.0)	3 (4.6)	-	-	65	4.31 (มาก)	2
5. การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	27 (41.5)	34 (52.3)	4 (6.2)	-	-	65	4.35 (มาก)	1
6. ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ	26 (40.0)	33 (50.8)	6 (9.2)	-	-	65	4.31 (มาก)	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
7. ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	25 (38.5)	38 (58.5)	2 (3.1)	-	-	65	4.35 (มาก)	1
8. ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	18 (27.7)	36 (55.4)	11 (16.9)	-	-	65	4.11 (มาก)	5
9. ความง่ายของขั้นตอนการสั่งซื้อโดยรวม	5 (7.7)	40 (61.5)	20 (30.8)	-	-	65	3.77 (มาก)	6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	12 (18.5)	34 (52.3)	19 (29.2)	-	-	65	3.89 (มาก)	1
2. มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี	7 (10.8)	32 (49.2)	24 (36.9)	2 (3.1)	-	65	3.68 (มาก)	4
3. การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น	3 (4.6)	12 (18.5)	37 (56.9)	13 (20.0)	-	65	3.08 (ปานกลาง)	6
4. การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า	4 (6.2)	15 (23.1)	29 (44.6)	17 (26.2)	-	65	3.09 (ปานกลาง)	5
5. ความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า	9 (13.8)	30 (46.2)	23 (35.4)	3 (4.6)	-	65	3.69 (มาก)	3
6. ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย	11 (16.9)	32 (49.2)	20 (30.8)	2 (3.1)	-	65	3.80 (มาก)	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
7. การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม	4 (6.2)	14 (21.5)	19 (29.2)	25 (38.5)	3 (4.6)	65	2.86 (ปานกลาง)	7
8. การบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้า	3 (4.6)	9 (13.8)	21 (32.3)	23 (35.4)	9 (13.8)	65	2.60 (ปานกลาง)	8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.68) ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยหารออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.09) การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.08) และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	11 (16.9)	42 (64.6)	12 (18.5)	-	-	65	3.98 (มาก)	1
2. ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	12 (18.5)	39 (60.0)	14 (21.5)	-	-	65	3.97 (มาก)	2
3. ภาวะทางการเมืองของประเทศ	6 (9.2)	25 (38.5)	26 (40.0)	8 (12.3)	-	65	3.45 (ปานกลาง)	4
4. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	3 (4.6)	48 (73.8)	11 (16.9)	3 (4.6)	-	65	3.78 (มาก)	3
5. แนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	3 (4.6)	16 (24.6)	20 (30.8)	16 (24.6)	10 (15.4)	65	2.78 (ปานกลาง)	5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.78) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ	5 (7.7)	36 (55.4)	22 33.8)	2 (3.1)	-	65	3.68 (มาก)	3
2. วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	4 (6.2)	45 (69.2)	14 (21.5)	2 (3.1)	-	65	3.78 (มาก)	1
3. นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	3 (4.6)	38 (58.5)	21 (32.3)	3 (4.6)	-	65	3.63 (มาก)	4
4. โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน	5 (7.7)	41 (63.1)	18 (27.7)	1 (1.5)	-	65	3.77 (มาก)	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยภายในองค์กรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.78) โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ	19 (29.2)	40 (61.5)	6 (9.2)	-	-	65	4.20 (มาก)	3
2. ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	25 (38.5)	34 (52.3)	6 (9.2)	-	-	65	4.29 (มาก)	1
3. ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง	17 (26.2)	45 (69.2)	3 (4.6)	-	-	65	4.22 (มาก)	2
4. ความคิดเห็นของพนักงานขาย	2 (3.1)	24 (36.9)	36 (55.4)	3 (4.6)	-	65	3.38 (ปานกลาง)	6
5. ประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน	6 (9.2)	46 (70.8)	12 (18.5)	1 (1.5)	-	65	3.88 (มาก)	4
6. วัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน	10 (15.4)	30 (46.2)	19 (29.2)	6 (9.2)	-	65	3.68 (มาก)	5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องความคิดเห็นของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.22) และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ประสบการณ์การทำงานของท่าน	7 (10.8)	52 (80.0)	6 (9.2)	-	-	65	4.02 (มาก)	1
2. ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน	9 (13.8)	46 (70.8)	10 (15.4)	-	-	65	3.98 (มาก)	2

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและแปลผล ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความหลากหลายของสินค้าประเภท/ชนิดสินค้า	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	3.92 (มาก)	4.22 (มาก)
2. คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.62 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
3. ความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้า	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)
4. สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	4.51 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.45 (มาก)
5. การบรรจุหีบห่อของสินค้า	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)
6. สินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)
7. การมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.94 (มาก)
8. การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)
9. การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้ว	2.79 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
10. มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.46 (มาก)	4.08 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.62) และ สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย 4.51) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และการมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า ความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้า การบรรจุหีบห่อของสินค้า สินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน การมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ และมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) การบรรจุหีบห่อของสินค้า สินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ และมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้า การมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย4.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	4.38 (มาก)	4.14 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)
2. การปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาท	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
3. ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.85 (มาก)
4. การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	4.15 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
5. ระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม	3.77 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)
6. วิธีการชำระเงิน	3.69 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.38) การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม และวิธีการชำระเงินให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.14) ระเวลายืนยันราคาสินค้า และการให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาท (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาท และ ระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอมให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อและวิธีการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า และ การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.08) การปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาทและ ระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และวิธีการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ทำเลที่ตั้งของบริษัท	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
2. ความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)
3. ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)
5. การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	4.38 (มาก)	3.86 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.35 (มาก)
6. ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ	4.38 (มาก)	3.71 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)
7. ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	4.38 (มาก)	3.86 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.35 (มาก)
8. ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	4.15 (มาก)	3.71 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)
9. ความง่ายของขั้นตอนการสั่งซื้อโดยรวม	3.85 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) และความรวดเร็วในการเสนอราคา และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัท และ ความง่ายของขั้นตอนการสั่งซื้อโดยรวม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วในการเสนอราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) ทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ ความรวดเร็วในการเสนอราคา และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)
2. มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการและความรู้/เทคโนโลยี	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	4.17 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)
3. การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น	3.05 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
4. การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า	2.87 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)
5. ความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	3.69 (มาก)
6. ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย	3.72 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	3.80 (มาก)
7. การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม	2.67 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
8. การบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้า	2.44 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.64) และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.54) ให้ความสำคัญในระดับมาก การบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้าให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05) การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.87) และ การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.71) และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) และการประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า และมีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า และความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.38) การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.15) และการบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.08) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.15) การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	3.98 (มาก)
2. ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	3.87 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)
3. ภาวะทางการเมืองของประเทศ	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
4. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)
5. แนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	2.64 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.64) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.62) และภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กร	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)
2. วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)
3. นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	4.17 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)
4. โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน	3.72 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ และวัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.74) โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และนโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่านให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ และนโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.17) วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.00) โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.83) และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.08) วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ และนโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	3.69 (มาก)	4.20 (มาก)
2. ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	4.26 (มาก)	4.43 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)
3. ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง	4.26 (มาก)	3.86 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)
4. ความคิดเห็นของพนักงานขาย	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
5. ประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.54 (มาก)	3.88 (มาก)
6. วัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต และความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.26) และประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง และวัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.83) และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ และความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.67) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และความคิดเห็นของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน และวัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องวัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่านให้ความสำคัญในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิตและความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความคิดเห็นของพนักงานขาย และประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ลักษณะงาน				
	ฝ่ายจัดซื้อ	ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	ฝ่ายควบคุมสต๊อค	ฝ่ายซ่อมบำรุง	รวม
	n = 39	n = 7	n = 6	n = 13	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ประสบการณ์การทำงานของท่าน	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	4.15 (มาก)	4.02 (มาก)
2. ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายวิศวกรรมการผลิต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายควบคุมสต๊อค ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นฝ่ายซ่อมบำรุง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและแปลผล ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความหลากหลายของสินค้าประเภท/ชนิดสินค้า	3.94 (มาก)	4.48 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
2. คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.44 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
3. ความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้า	3.33 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.65 (มาก)
4. สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100%	4.39 (มาก)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.45 (มาก)
5. การบรรจุหีบห่อของสินค้า	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
6. สินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
7. การมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	3.94 (มาก)
8. การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	3.50 (มาก)	4.09 (มาก)
9. การรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้ว	2.33 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
10. มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และปัจจัยย่อยในเรื่องการรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย 4.39) และการรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) และคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า และสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% (ค่าเฉลี่ย 4.48) การรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและสินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย4.36) ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า (ค่าเฉลี่ย4.14) และการรับเปลี่ยน/คืนสินค้าเมื่อสินค้ามีการบกพร่องก่อนการใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการรับคืนซากสินค้าที่ใช้แล้วให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าแท้จริง 100% และการมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าชนิดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความหลากหลายของสินค้า ประเภท/ชนิดสินค้า การบรรจุหีบห่อของสินค้า และมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความมีชื่อเสียงของกิจการผู้นำเข้าสินค้าและสินค้ามีเอกสารบอกคุณลักษณะสินค้า/คู่มือการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้า จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น	4.22 (มาก)	4.41 (มาก)	4.43 (มาก)	3.67 (มาก)	4.29 (มาก)
2. การปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาท	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
3. ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า	4.11 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)
4. การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	3.50 (มาก)	4.03 (มาก)
5. ระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
6. วิธีการชำระเงิน	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22) ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.41) การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และการปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาทและระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 1-10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องวิธีการชำระเงินให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.43) การให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องวิธีการชำระเงินให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ระยะเวลายืนยันราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาต่ำกว่าผู้นำเข้ารายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.67) การปรับราคาตามอัตราการเปลี่ยนแปลงเงินบาทการให้ส่วนลด ตามปริมาณการซื้อและระยะเวลาให้การชำระเงิน/เครดิตเทอม (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ทำเลที่ตั้งของบริษัท	3.11 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
2. ความรวดเร็วในการเสนอราคา	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)
3. ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
4. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.11 (มาก)	4.48 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)
5. การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	4.43 (มาก)	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)
6. ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ	4.28 (มาก)	4.41 (มาก)	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.31 (มาก)
7. ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า	4.33 (มาก)	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)
8. ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
9. ความง่ายของขั้นตอนการสั่งซื้อโดยรวม	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 29 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน4-6 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรกได้แก่ การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน11 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของบริษัทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรกได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความถูกต้องของสินค้าตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3 ปี	**4-6 ปี**	**7-10 ปี**	**11 ปีขึ้นไป**	**รวม**
	n = 18	**n = 27**	**n = 14**	**n = 6**	**N = 65**
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย** (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย** (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย** (แปลผล)	**ค่าเฉลี่ย** (แปลผล)
1. การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)
2. มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการและความรู้/เทคโนโลยี	3.89 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
3. การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
4. การประชาสัมพันธ์ โดยการออกงานแสดงสินค้า	3.06 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
5. ความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)
6. ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
7. การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม	2.94 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
8. การบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้า	2.66 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11) การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) ให้ความสำคัญในระดับมาก การบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้าให้ความสำคัญในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11) การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี และ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ความเอาใจใส่ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3. 83) การส่งเอกสารความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้า และความรู้ของพนักงานขายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) ให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้าและการบริจาคและการให้ความช่วยเหลือสังคมและชุมชนของบริษัทผู้นำเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.33) การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.17) และมีการแจกสิ่งพิมพ์เฉพาะเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการ และความรู้/เทคโนโลยี และ การโฆษณาตามวารสารอุตสาหกรรม เช่น Yellow Guide, Industrial Guide เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	4.36 (มาก)	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)
2. ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	4.36 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
3. ภาวะทางการเมืองของประเทศ	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
4. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)
5. แนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ	2.83 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.78 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบันและข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.63)ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดแวดล้อมส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบันและภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ภาวะทางการเมืองของประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดแวดล้อมทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ณ ปัจจุบันและภาวะเศรษฐกิจของโลก ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ภาวะทางการเมืองของประเทศ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และแนวโน้มความต้องการความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กร	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
2. วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)
3. นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)
4. โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	4.17 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 32 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.94) โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.85) วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และโครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และ นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.71) โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ โครงสร้างของหน่วยงานจัดซื้อของกิจการของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) นโยบายของกิจการที่มีต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ วัตถุประสงค์ของการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 3ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	3.83 (มาก)	4.20 (มาก)
2. ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต	4.28 (มาก)	4.26 (มาก)	4.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
3. ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.36 (มาก)	3.83 (มาก)	4.22 (มาก)
4. ความคิดเห็นของพนักงานขาย	3.44 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
5. ประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
6. วัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 33 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายวิศวกรรมการผลิต และความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.28) และประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ความคิดเห็นนของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ความคิดเห็นนของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ความคิดเห็นนของพนักงานขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคิดเห็นของฝ่ายวิศวกรรมการผลิต และ ประสบการณ์การซื้อสินค้าจากกิจการผู้นำเข้าสินค้าของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความคิดเห็นของฝ่ายซ่อมบำรุง และความคิดเห็นของฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และวัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเข้าของท่าน เช่น เลือกกิจการผู้นำเข้าจากประเทศเดียวกันกับบริษัทของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน				
	น้อยกว่า 1 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	11ปีขึ้นไป	รวม
	n = 18	n = 27	n = 14	n = 6	N = 65
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ประสบการณ์การทำงานของท่าน	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)	4.02 (มาก)
2. ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 34 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 4-6 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน และประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 7-10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) และทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน 11 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ ทักษะ/ความรู้ ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพ ของท่าน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามท่านใดให้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved