

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ธุรกิจสินค้าคั่วคั่วในบ้านในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
 ผู้เขียน นางวาสนา ตรียานุรักษ์
 ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)
 คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ ประธานกรรมการ
 รองศาสตราจารย์สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ กรรมการ
 รองศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและการตลาดของ
 ธุรกิจสินค้าคั่วคั่วในบ้าน ของบริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด และ ศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มี
 ผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าคั่วคั่วในบ้าน ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสอบถาม
 เจ้าของบริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด และการสอบถามลูกค้าชาวต่างประเทศที่ซื้อสินค้าคั่วคั่ว
 บ้านจากบริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด จำนวน 50 ราย

บริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด ทำการผลิตและส่งออกสินค้าคั่วคั่วในบ้านที่ใช้วัตถุดิบ
 คือไม้มะม่วง สินค้าที่ผลิตและได้รับความนิยมจากลูกค้าชาวต่างประเทศมากที่สุดคือ แจกันไม้ เซิง
 เทียนไม้ และกรอบรูปไม้ ต้นทุนในการผลิตสินค้าคั่วคั่วในบ้านร้อยละ 42.5 เป็นค่าจ้าง เนื่องจาก
 เป็นการผลิตที่ใช้แรงงานมาก รองลงมาคือค่าวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการบริหารและการขาย
 ร้อยละ 35 และร้อยละ 14.5 ตามลำดับ ลูกค้าทั้งหมดของบริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัดเป็นชาว
 ต่างประเทศ บริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด มีการจ้างแรงงานทั้งหมด 176 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็น
 ลูกจ้างรายวัน โดยได้รับค่าจ้างวันละ 160-200 บาท

การศึกษาด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคั่วคั่วในบ้านของ
 ลูกค้าชาวต่างประเทศ พบว่า ลูกค้าชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวสหราชอาณาจักร สเปน และ
 สหรัฐอเมริกา ลูกค้าเหล่านี้ทำธุรกิจที่เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้า และเป็นกิจการที่มีทุนจดทะเบียน
 ส่วนใหญ่ตั้งแต่ 150,001 เหรียญสหรัฐ มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 12 ปี มียอดขายต่อปี
 มากกว่า 12,000,000 เหรียญสหรัฐ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มักหาสินค้าใหม่ๆ จากงานแสดงสินค้า

นานาชาติ มูลค่าที่สั่งซื้อต่อครั้งไม่เกิน 30,000 เหรียญสหรัฐ วิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายคือการทำสัญญาซื้อขายผ่านธนาคาร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตกแต่งบ้านของลูกค้าชาวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านราคา คือราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านรสนิยมน คือลูกค้ามีความชอบในรูปแบบสินค้าของบริษัท และปัจจัยด้านการตลาดคือ การที่บริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด ได้เข้าร่วมในงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้ามีคุณภาพ สินค้ามีรูปแบบและสีสันทที่สวยงาม อันดับที่สามคือ ปัจจัยด้านผู้ผลิตสินค้าคือ บริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และบริษัท วาสนาคอลเล็คชั่น จำกัด ยังได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Home Decorative Manufacture Business in San Kamphaeng District, Chiang Mai Province

Author Mrs. Wasana Treyanurak

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Porntip Tianteerawit Chairperson

Associate Professor Suraporn Wisitsuwan Member

Associate Professor Kanchana Chokethaworn Member

ABSTRACT

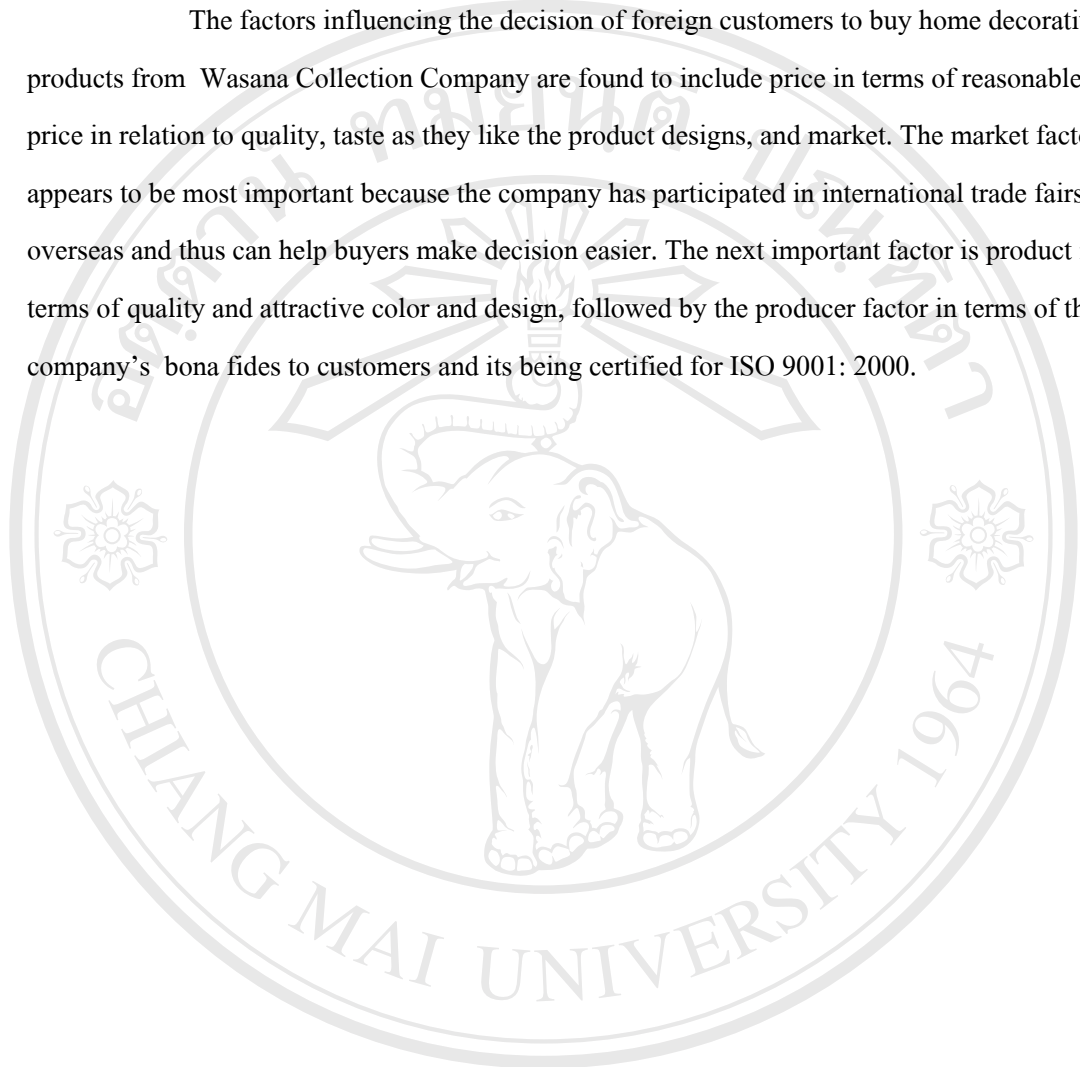
This study aimed to examine the production and marketing structure of home décor business of Wasana Collection Company, Limited in Chiang Mai and to understand consumers' behavior and the factors influencing their decision to buy particular home decorative items. Information was collected from questionnaire interview of the Company's owner and 50 samples of foreign customers who purchased home decorative items from Wasana Collection Company.

Wasana Collection Company produces and exports products made or manufactured from mango wood for home decoration. Its most popularly sold products to foreign customers are Vase, Candle holder, and picture frame. Its total production and operation cost of various products can be decomposed into 42.5 % for usage as the major component because the production process is highly labor – intensive, 35 % for raw materials and 14.5 % for administration and selling. Virtually all customers of Wasana Collection Company are foreigners. The company currently employs 176 workers mostly daily wage workers who are paid 160 – 200 baht per day.

The study on the part of customers reveals that most of the company's buyers are British, Spanish, and American importing businesses with authorized capital generally above US\$ 150,001, running the business for more than 12 years, and making more than US\$ 12,000,000 total annual sale value. This group of customers often searches for new products for import at

various international houseware exhibitions or trade fairs. Generally, each purchase order is not more than US\$ 30,000 and payment is made by means of Letter of Credit.

The factors influencing the decision of foreign customers to buy home decorative products from Wasana Collection Company are found to include price in terms of reasonable price in relation to quality, taste as they like the product designs, and market. The market factor appears to be most important because the company has participated in international trade fairs overseas and thus can help buyers make decision easier. The next important factor is product in terms of quality and attractive color and design, followed by the producer factor in terms of the company's bona fides to customers and its being certified for ISO 9001: 2000.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved