

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ช่องทางการจัดทำหน่วยกระเบื้องเซรามิกในครปักกิ่ง
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัท เซรามิก
อุตสาหกรรมไทย จำกัด

ชื่อผู้เขียน นายยุนตี จาญลักษณ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชร มนีสงวน

ประธานกรรมการ

อาจารย์นิศา วัฒนคุณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ด็อกเตอร์จิราวรรณ นาฏสุวรรณ

กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าแบบอิสระนี้ เพื่อศึกษาช่องทางการจัดทำหน่วยกระเบื้องเซรามิกในครปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัท เซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด

ในการศึกษาระบบนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการการตลาด ของบริษัท เซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด ในประเทศจีน รวบรวมข้อมูลทุกด้านจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย และเอกสารรายงานการศึกษา ตลอดจนข้อมูลสถิติต่าง ๆ แล้วนำมายกระหับประมวลผลโดยใช้ทฤษฎีและแนวคิดทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดทำหน่วยกระเบื้องเซรามิกได้ดังนี้

จากการศึกษาทฤษฎีของช่องทางการจัดทำหน่วยกระเบื้องกับการเลือกประเภทคนกลุ่ม จำนวนคนกลุ่ม หน้าที่ความรับผิดชอบของคนกลุ่ม และเครื่องมือการบริหารช่องทางการจัดทำหน่วยกระเบื้อง เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สามารถแยกเป็นกลุ่มสำหรับบุคคล กลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับล่าง หรืองานโครงการอื่น ๆ นำมาพิจารณาทั้งปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกในศ้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ปัจจัยแวดล้อมภายนอกในเกี่ยวกับนโยบายการ

ตลาด ระบบการกระจายสินค้าของญี่ปุ่นขึ้น การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขนาดของการซื้อ ความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา จากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นผู้ศึกษาได้เสนอช่องทางการ จำหน่ายกระแสเงินสด ของบริษัทอุตสาหกรรม ไทย จำกัด ในประเทศไทย มี 2 ลักษณะ คือ

1. มีผู้แทนจำหน่ายที่เป็นจำนวนมาก (Intensive Distribution) เพื่อขาย ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่อาศัยระดับบุคคล

2. มีผู้แทนจำหน่ายแบบเลือกสรร (Selective Distribution) ที่มีมากกว่า 1 ราย เพื่อขายให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่อาศัยระดับล่าง และงานโครงการอื่น ๆ

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ลักษณะนี้แล้ว ผู้ทำการศึกษายังเสนอ เครื่องมือเพื่อใช้เป็นแนวทางการบริหารช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ การสร้างความนิยมในตรา สินค้า การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง การพิจารณาผลตอบแทนทางการเงินในรูปของส่วนลดสินค้า ให้กับผู้แทนจำหน่าย ที่มายังของผู้แทนจำหน่าย และในรูปของการอบรม

Author Mr. Yoontee Jaruluxcana

M.B.A. Business Administration

Examining Committee	Assis. Prof. Orachron Maneesong	Chairman
	Lecturer Nitaya Wattanakhun	Member
	Assis. Prof. Dr. Jirawan Chinesuwan	Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study about the distribution channel for Ceramic Tile in Beijing, People Republic of China of Thai Ceramic Industry Co.,Ltd.

In this study, the primary data was collected from interview with General Manager and Marketing Manager of Thai Ceramic Industry Co.,Ltd. in China. The secondary data was gathered from research, report document including statistic data, magazines and so on. Both data was analyzed by using marketing theory. The results can be concluded as follows :

The study of distribution channel theory, including selecting distributors' type, distributors' amount, distributors' responsibility and distribution channel management approach, concerns with the target group of consumer which can classified as high level group and low level group or construction project. The study is also concerned with the external environmental factors, such as economic, social and political, and the internal environmental factors consisted of marketing policy, competitor's logistic system, consumer's decision making process, purchasing power, size of purchasing, transportation and warehousing system. From the study and concerning factors, the researcher suggested two ways of distribution channel in China :

1. Intensive Distribution, focusing on high level consumers.
2. Selective Distribution, focusing on low level consumers or construction project.

Besides two ways, the researcher also suggested the method to manage the distribution channel, that is, to build brand awareness, manufacturer high quality of products, consider the incentive by giving financial benefits to distributors and sale representatives in term of special discount on prices and training.