

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

พฤติกรรมการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่น
ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน

นางนุชนภา อินตามูล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชชานติ ประธานกรรมการ
... ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์ บุญเจดีย์ว กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้ คือ บริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ลำพูน จำนวน 29 บริษัท โดยทำการศึกษากลุ่มประชากรทั้งหมด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาประมวลผลเพื่อวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนของข้อมูลทั่วไปของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่น พบว่าบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ดำเนินกิจการประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 ล้านบาท โดยผู้ถือหุ้นสัญชาติญี่ปุ่นมีสัดส่วนการถือหุ้น 76-100% ดำเนินกิจการมาเป็นเวลาระหว่าง 10-15 ปี มียอดขายต่อปีต่ำกว่า 500 ล้านบาท ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ส่วนของข้อมูลพฤติกรรมการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่น พบว่าบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นแบบซื้อซ้ำด้วยวิธีการเดิม โดยมีเหตุผลในการซื้อวัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานของบริษัท ส่วนใหญ่มีการกำหนดปริมาณและช่วงเวลาในการจัดซื้อวัตถุดิบโดยใช้วิธีการวางแผนความต้องการวัตถุดิบ (Material requirement planning) มีการจัดซื้อวัตถุดิบเดือนละ 2-3 ครั้ง โดยมีกำหนดระยะเวลาส่งมอบวัตถุดิบในแต่ละครั้งประมาณ 15 - 30 วัน

บุคคลผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและอนุมัติการซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่คือผู้บริหารสูงสุดของบริษัท ในขณะที่ฝ่ายจัดซื้อจะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบ และทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบรวมถึงการควบคุมกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่น

การเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำจะมีผลกระทบต่อนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ โดยบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะทำการจัดซื้อวัตถุดิบโดยเปลี่ยนนโยบายการจัดซื้อให้มีระดับสินค้าคงคลังต่ำสุด ปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มากเป็นอันดับหนึ่งคือนโยบายของกิจการ อันดับสองคือกระบวนการด้านการผลิตและการจัดซื้อ อันดับสามคือวัตถุประสงค์ของกิจการ ส่วนปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ พบว่าปัจจัยที่มีผลมากเป็นอันดับแรกในแต่ละด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ไม่มีที่สิ้นสุด ด้านการเมืองและกฎหมาย ได้แก่ ระเบียบข้อบังคับหรือสิทธิพิเศษที่รัฐบาลออกมาบังคับใช้ และด้านวัฒนธรรมและสังคม ได้แก่ วัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ส่วนของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยที่มีผลมากเป็นอันดับแรกได้แก่ สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้า ด้านสถานที่จำหน่ายได้แก่ ระบบการจัดส่งวัตถุดิบมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ รวดเร็ว และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีพนักงานขายหรือหน่วยขายมาแนะนำลูกค้า

บริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มียอดซื้อวัตถุดิบโดยเฉลี่ยต่อปีเป็นจำนวนประมาณน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ล้านบาท ทุกบริษัทมีการกำหนดคุณสมบัติหรือรายละเอียดของวัตถุดิบที่จะจัดซื้อทุกครั้ง ส่วนใหญ่มีนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นแบบกระจายอำนาจ โดยมีนโยบายจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายหลายรายมีการค้นหาข้อมูลของผู้จำหน่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้งและได้มีการพิจารณาข้อมูลและข้อเสนอต่าง ๆ จากผู้จำหน่าย

บริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่ตั้งอยู่ในและต่างประเทศรวมกัน โดยมีสัดส่วนการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ 51 - 80% ของยอดซื้อวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่เป็นบริษัทในเครือ โดยมีสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากบริษัทในเครือที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยจำนวนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25% และจากบริษัทในเครือที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศจำนวน 76-100% สำหรับบริษัทร่วมทุนที่ไม่ได้มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่เป็นบริษัทในเครือส่วนใหญ่จะทำการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอื่นและตั้งอยู่ในต่างประเทศ

บริษัทร่วมทุนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้มีการจัดเตรียมใบสั่งซื้อเพื่อกำหนดลักษณะเฉพาะของการสั่งซื้อทุกครั้งที่ทำกรจัดซื้อวัตถุดิบ มีการชำระเงินค่าวัตถุดิบด้วยเงินเชื่อทั้งหมด โดยได้รับเงื่อนไขการชำระเงินภายในระยะเวลาประมาณ 30 - 45 วัน จะมีการตรวจสอบวัตถุดิบทุกครั้งทีซื้อโดยทำการสุ่มตรวจบางชิ้น กรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ซื้อหรือการบริการที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขส่วนใหญ่ จะทำการติดต่อผู้ขายให้ทราบถึงปัญหาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และร่วมแก้ไขรวมถึงป้องกันปัญหาและหาแนวทางในการดำเนินการให้เป็นไปตามเงื่อนไขของการซื้อ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Raw Material Purchasing Behavior of Japanese Joint Venture
Companies in Northern Region Industrial Estate, Lamphun Province

Author Ms.Nuchnapa Intamool

Degree Master of Business Administration

Advisory Committee Assoc.Prof.Sirikiat Ratchusanti Chairman
Assist.Prof.Dararat Booncharieng Member

ABSTRACT

The object of this independent study was to study raw material purchasing behavior of Japanese joint ventured companies in Northern Region Industrial Estate, Lamphun. The Sample group for this study included 29 Japanese joint-ventured companies in northern Region industrial Estate. The tool for data collecting was questionnaire. The data was analyzed by frequency, percentage, and arithmetic mean. The results of the study were divided into 3 parts as follows.

General information about Japanese joint-ventured companies: it was found that most Japanese joint-ventured companies were in electronics. They held registration investment of or less than 50 million baht. The proportion of Japanese shareholders was 76-100 %. They had been in business for 10-15 years and had the total sale of less than 500 million baht. They produced merchandise for domestic and international markets.

Raw material purchasing behavior of Japanese joint-ventured companies: it was found that the companies used the same method of purchasing over time and the reason for the purchase was to reduce management cost of the company. Most companies determined the quantity and the purchasing time through raw material requirement planning. They purchased 2 - 3 times a month and the period of raw material delivery was approximately 15-30 days.

The people who had authority in decision making were the CEOs of the company. The purchasing division also took part in decision making and did the purchasing including supervising the purchasing process.

Economic crises affected the purchasing policy of most companies; they would change their policy by reducing their in-stock materials to the lowest amount possible. The factor which influenced the purchasing decision of most companies the most was their policy. The second factor was production and purchasing processes. The third was objectives of the company. As purchasing decision, it was found that the factors which namely currency exchange; technology, namely the unending development in technology; politics and law, namely rules, regulations and privileges issued by the government; and culture and society, namely management culture of the company.

The total buy of raw materials done by most Japanese joint-ventured companies was approximately or less than 100 million baht. Every company determined the specifications and details of the raw materials before each purchase. The purchasing policy was based on the distribution of power by buying from several suppliers with every purchase, information about suppliers was researched for and their proposals discussed.

Most of the Japanese joint-ventured companies bought raw materials from both domestic and international suppliers. The domestic suppliers the companies purchased from accounted to 51-80% of the total buy. The companies made it a point to purchase from their joint-ventured companies. The joint-ventured suppliers located in the country accounted for or less than 25% and the joint-ventured suppliers located abroad was 76-100%. Those companies that did not purchase from their raw materials from suppliers located in other provinces or abroad.

Most Japanese joint-ventured companies prepared purchase order form to determine the specifications of each purchase order. The materials bought were paid for by credit, with the duration of paying of 30-45 days. Materials bought were randomly checked in each order. In cases where there were problems concerning raw materials or service which was not according to the criteria, most of the time the companies would contact the supplier about the problems so that things would be remedied.

Marketing factors affecting raw material purchase decision: it was found that the mixed marketing factors which affected the purchase decision were as follows. In terms of product, the factor which affected purchase decision the most was products were according to the standard.

In terms of price, the factor which affected purchase decision the most was efficient and speedy delivery process. In terms of marketing promotion, the factor which affected purchase decision the most was the availability of sales people to give information about the products to the customers.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved