

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ช่องทางการจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกในนครปักกิ่ง
 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัท เซรามิก
 อุตสาหกรรมไทย จำกัด

ชื่อผู้เขียน นายยุ่นดี จารุลึกขณา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
อาจารย์นิศยา วัฒนคุณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ค็อกเตอร์จิรวรรณ ฉายสุวรรณ	กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าแบบอิสระนี้ เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย
 กระเบื้องเซรามิกในนครปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัท เซรามิกอุตสาหกรรม
 ไทย จำกัด

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการ
 สัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการการตลาด ของบริษัท เซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด
 ในประเทศจีน รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย และเอกสารราย
 งานการศึกษา ตลอดจนข้อมูลสถิติต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้ทฤษฎีและแนว
 คิดทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

จากการศึกษาทฤษฎีของช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับการเลือกประเภทคน
 กลาง จำนวนคนกลาง หน้าที่ความรับผิดชอบของคนกลาง และเครื่องมือการบริหารช่องทางการ
 จัดจำหน่าย เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สามารถแยกเป็นลูกค้าระดับบน กลุ่ม
 ลูกค้าเป้าหมายระดับล่าง หรืองานโครงการอื่น ๆ นำมาพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยแวด
 ล้อมภายนอกในด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ปัจจัยแวดล้อมภายในเกี่ยวกับนโยบายการ

ตลาด ระบบการกระจายสินค้าของกลุ่มแข่งขัน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขนาดของการซื้อ ความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา จากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นผู้ศึกษาได้เสนอช่องทางการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิก ของบริษัทอุตสาหกรรม ไทย จำกัด ในประเทศจีน มี 2 ลักษณะ คือ

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

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ลักษณะนี้แล้ว ผู้ทำการศึกษา ยังเสนอ เครื่องมือเพื่อใช้เป็นแนวทางการบริหารช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ การสร้างความนิยมในตราสินค้า การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง การพิจารณาผลตอบแทนทางการเงินในรูปแบบของส่วนลดสินค้าให้กับผู้แทนจำหน่าย ทีมขายของผู้แทนจำหน่าย และในรูปแบบของการอบรม