

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้านำเข้าจากประเทศจีน
ชื่อ	กรณีศึกษา ผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	นางสาวรศิพร เพชรฤทธิ์
วิชาเอก	อาจารย์สุภาพร คุ้มมัย
ปีการศึกษา	ธุรกิจระหว่างประเทศ
	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้านำเข้าจากประเทศจีนของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 372 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Chi-square

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบบริษัทในการดำเนินธุรกิจ มีอายุการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี ขนาดธุรกิจจะอยู่ในระดับกลาง สำหรับสินค้าส่วนใหญ่ที่มีการสั่งซื้อนำเข้า คือ เครื่องจักรและส่วนประกอบและค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 1,000,000 บาท

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านราคาโดยรวมระดับมาก ด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมของส่วนประสมทางการตลาดจะอยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจ อายุการดำเนินธุรกิจขนาดธุรกิจ สินค้าหลักที่มีการสั่งซื้อมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อปี และในด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อปี

Independent Study Title	The Factors Having Influence for Purchasing Products Imported by China: Case Study the Firms in Samutsakhon
Name	Miss Rasiporn Petrit
Advisor	Mrs. Supaporn Kupimai
Major	International Business
Academic Year	2008

ABSTRACT

The research has the purpose to study the factors having influence for purchasing products imported from China for the firms in Samutsakhon, numbering 372 firms, by using questionnaires as the tools for collection of information, analysis of information and use of statistical values, i.e., percentage, mean, standard deviation, analysis relation by using Chi-square statistic.

The result of the research found that most of profile business sampling group were company, more than 10 years, size of firms were middle size, most products that the firms order were machinery and parts and expense average less than 1,000,000 baht.

The importance level of marketing mix were product in high level, price high level, distribution middle level and promotion give in middle level. For overall marketing mix were in middle level.

The result of testing of relation found that general information had the relations with the purchasing expenses average by year and product marketing mix, price and distribution had the relations with the purchasing expenses average by year.