

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยของกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกในกลุ่มอาเซียน + 6
ชื่อผู้เขียน	ธนุ สอนำชัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จริญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2555

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยในกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังกลุ่มอาเซียน+6 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยในผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังกลุ่มอาเซียน+6 และเพื่อเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดของผู้ส่งออกไทยที่มีคุณลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกัน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทที่ส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยไปยังกลุ่มอาเซียน+6 จำนวน 365 บริษัทจากทั้งหมด 4,084 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวในการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญในการทดสอบเท่ากับ 0.05

จากการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของตัวอย่างส่วนใหญ่มี ยอดการส่งออกต่อปี มากกว่า 1,000,000 บาท มีการดำเนินกิจการมา 11-15 ปี มีการประกอบธุรกิจประเภท โรงงานรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ให้กับต่างประเทศมากที่สุด มีสินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์พลาสติกมากที่สุด มีการผลิตประเภท การฉีดพลาสติกมากที่สุด และมีการส่งออกสินค้าพลาสติกไปประเทศจีนมากที่สุด

ผลการศึกษาการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ส่งออกฯ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยผู้ส่งออกให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ส่งออกที่มี ยอดการส่งออกต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ประเภทสินค้า ประเภทการผลิต และประเทศที่ส่งออก แตกต่างกันมีระดับการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

Thesis Title	The marketing strategy of plastic products of Thailand's exporters in ASEAN+6.
Author	Mr. Thanu Hoinamchai.
Thesis Adviser	Asst.Prof.Dr. Adilla Pongyeela.
Co-Thesis Adviser	Asst.Prof.Dr. Charunya Parncharoen
Department	Business Administration.
Academic Year	2012

### **ABSTRACT**

The objectives of this study are 1) to investigate the degree of emphasis on marketing strategy of Thailand's exporters of plastic products to ASEAN+6 countries, and to compare the degree of the emphasis on marketing strategy of plastic products of Thailand's exporters to ASEAN+6 countries among the different features of business. The sample of this study was 365 companies from the total of 4,084 companies. The data was collected by using questionnaire, and analyzed by using percentage, mean, standard deviation, One-way ANOVA was used to test the hypothesis. The results of this study are as below.

Most of the respondents have total exporter higher than one-million bahts and have business operation between 11 and 15 years. Moreover, most of them are contract manufacturing, and mostly produce plastic products and are mainly exported to China.

The results of this study also show that most Thailand's exporters mainly emphasize on product strategy, follows by promotion, price and place respectively.

The results of hypothesis testing also show that Thailand's exporters which have different total exports, operation time, business types, products, processing types and exporting countries have significant difference in the degree of the emphasis on marketing strategy.