

การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดและระบบ โลจิสติกส์การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกของประเทศไทยไปยังประเทศจีน

THE ANALYSIS OF THE MARKETS PERFORMANCE AND SUPPLYCHAIN LOGISTICS SYSTEM OF BIRD'S NEST BEVERAGE FROM THAILAND TO CHINA

QIULI MO 6450483

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., รองศาสตราจารย์ กัญญาภัคส์ ปันจัยสิทธิ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐพันธ์ กองบัวใหม่, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายการวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดและระบบ โลจิสติกส์ การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกของประเทศไทยไปยังประเทศจีน ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านโลจิสติกส์และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรตาม แนวทางการพัฒนาการยุทธการตลาดและการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกจากประเทศไทยไปประเทศจีน โดยงานวิจัยเป็นแบบผสมผสานทั้งในเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ก็คือ บริษัทที่มีการซื้อขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกจำนวน 10 รายและผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกจำนวน 212 ตัวอย่าง

โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวจีนชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม บรรจุ 45-50 มิลลิลิตร ราคาระหว่าง 20 บาท ถึง 1,500 บาทต่อชิ้นที่ซื้อผ่านในช่องทางออนไลน์

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 25-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้อยู่ที่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือนจะนิยมซื้อเครื่องดื่มรังนก ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวก และด้านส่งเสริมการขายมีผลเชิงลบ ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนก

คำสำคัญ : เครื่องดื่มรังนก , การตลาดประเทศจีน