

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	บ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	6
การตัดสินใจในการทำตลาดต่างประเทศ	6
ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ส่งออกไปยังต่างประเทศ	12
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ	29
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	29
บทที่ 3 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	35
ขอบเขตการศึกษา	35
ขอบเขตประชากร	35
วิธีการศึกษา	35
เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	37
ระยะเวลาในการศึกษา	38

บทที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูล	39
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
ส่วนที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ	51
ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ	76
ส่วนที่ 4 ความสำคัญของแหล่งการค้าภายในประเทศและประโยชน์ที่ผู้ส่งออก ได้รับจากโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการส่งออก	78
ส่วนที่ 5 ข้อมูลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการค้าการดำเนินการทางธุรกิจในส่วนต่าง ๆ จำแนกตามวิธีการส่งออกและระยะเวลาในการส่งออก	80
ส่วนที่ 6 การสัมภาษณ์เพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม	190
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	195
ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา	196
ส่วนที่ 2 การอภิปรายผล	235
ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา	240
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ	242
บรรณานุกรม	246
ภาคผนวก	247
รายชื่อบริษัทที่ให้ความอนุเคราะห์	248
แบบสอบถาม	250
ประวัติผู้เขียน	262

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทของขั้วและของตงเต่งบ้านในช่วงปี พ.ศ. 2544- 2546	1
2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิธีการส่งออกทางอ้อมและทางตรง	25
3 บทบาท หน้าที่ ผู้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ผลตอบแทนจากการดำเนินการ รวมถึงขนาดของกิจการของคนกลางที่อยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางอ้อม	26
4 บทบาท หน้าที่ ผู้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ผลตอบแทนจากการดำเนินการ รวมถึงขนาดของกิจการของคนกลางที่อยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางตรง	28
5 การให้คะแนนตามระดับความสำคัญ	38
6 การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย	38
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการร่วมทุนกับ ชาวต่างชาติ	42
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ของขั้วและของตงเต่งบ้านที่มีจำหน่าย	43
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโชว์รูม ภายในประเทศ	44
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโชว์รูมใน ต่างประเทศ	44
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีแผนกส่งออก เพื่อทำหน้าที่ด้านการส่งออกโดยเฉพาะ	45
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่บริหารการส่งออกของบริษัท	45
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการออกงาน แสดงสินค้าในประเทศโดยเฉลี่ยต่อปี	46

ลิขสิทธิ์ในหนังสือฉบับนี้ของใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการ ออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศโดยเฉลี่ยต่อปี	47
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งใน การเดินทางของผู้บริหารเพื่อไปติดต่อธุรกิจกับลูกค้าที่ต่างประเทศ	48
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลเริ่มแรกที่ ทำให้ส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ	49
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของสินค้าที่ ทำการผลิตเอง	50
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใน การส่งออกไปยังต่างประเทศ	51
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการส่งออก ในปีแรกของผู้ส่งออก	52
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการ ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพื่อการส่งออกในปีแรกของการส่งออก	53
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตลาดต่างๆ ที่ส่งออก	54
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออก ไปยังตลาดส่งออกในทวีปต่างๆ	55
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของมูลค่า สินค้าส่งออกต่อสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศ	57
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของ การส่งออกทางตรง	58
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการ ส่งออกต่าง ๆ ในวิธีการส่งออกทางตรง	59
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการ จัดจำหน่ายต่าง ๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายในวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	60
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางอ้อม	61
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางอ้อม	62
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนในการส่งออกทางตรงเพียงอย่างเดียว จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ	63
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทั้งทางตรงและทางอ้อม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ	65
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในแต่ละช่องทางของการส่งออกทางตรง	67
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	69
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	71
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายของการส่งออกทางอ้อม	73
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบทบาทของผู้ส่งออกในการทำตลาดต่างประเทศ	75
38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลค่าและอันดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ	76
39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลค่าและอันดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งการค้าภายในประเทศ	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลค่าและอันดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการได้รับประโยชน์จากโครงการของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการส่งออก	79
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการส่งออก	82
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	83
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าของขงัวญและของตกแต่งบ้านระยะเวลาและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	84
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโชว์รูมภายในประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	86
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีแผนกส่งออกเพื่อทำหน้าที่ด้านการส่งออกและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	87
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่บริหารการส่งออกและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	88
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการออกงานแสดงสินค้าในประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	89
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการออกงานแสดงสินค้ายังต่างประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	90
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางของผู้บริหารเพื่อไปติดต่อธุรกิจกับลูกค้าที่ต่างประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	91
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของสินค้าที่ทำการผลิตเองและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการส่งออกและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	93
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพื่อการส่งออกในปีแรกและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	94
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	96
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเท่ากับทางอ้อม จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	98
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	100
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของมูลค่าสินค้าที่ส่งออกต่อสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	102
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางส่งออกต่าง ๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	104
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้าและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	105
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายในวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้าและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	107
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกต่างๆ	108
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเท่ากับทางอ้อม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกต่างๆ	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกต่างๆ	111
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการ ส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	112
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเท่ากับทางอ้อม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออก ทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	114
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออก ทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	116
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการ ส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	118
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเท่ากับทางอ้อม จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออก ทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	120
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออก ทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	122
69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทาง การจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางอ้อมและวิธีการส่งสินค้าออก ไปยังตลาดต่างประเทศ	124
70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการ ส่งออกทางอ้อม	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับ จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการ ส่งออกทางอ้อม	127
72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการ ส่งออกทางอ้อม	129
73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบทบาทของ ผู้ส่งออกในการทำตลาดต่างประเทศและวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาด ต่างประเทศ	131
74 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อบริษัทในการเลือก ช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	133
75 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อแหล่งการค้าภายในประเทศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการส่งสินค้าออกไปยังตลาดต่างประเทศ	136
76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา ในการส่งออก	139
77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจและระยะเวลาในการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	140
78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้า ของขวัญและของตกแต่งบ้านและระยะเวลาในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	141
79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนโชว์รูม ภายในประเทศและระยะเวลาในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	143
80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีแผนกส่งออก เพื่อทำหน้าที่ด้านการส่งออกและระยะเวลาในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	144
81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคลากรที่ ทำหน้าที่บริหารการส่งออกและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	145

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการออกงาน แสดงสินค้าในประเทศและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	146
83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการออกงาน แสดงสินค้ายังต่างประเทศและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	147
84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งใน การเดินทางของผู้บริหารเพื่อ ไปติดต่อธุรกิจกับลูกค้าที่ต่างประเทศและระยะเวลา การส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	148
85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของสินค้า ที่ทำการผลิตเองและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	149
86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการได้รับ คำสั่งซื้อจากลูกค้าเพื่อการส่งออกในปีแรกของการส่งออกและระยะเวลา การส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	150
87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 1 – 4 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	152
88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 5 – 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	154
89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก มากกว่า 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งสินค้าไปยังตลาดในทวีปต่างๆ	156
90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนของ มูลค่าสินค้าส่งออกต่อสินค้าที่จำหน่ายภายในประเทศและระยะเวลาในการ ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	158
91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วน การส่งออกทางตรงและระยะเวลาการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	159
92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทาง การส่งออกต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยัง ต่างประเทศ	160

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้าและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	161
94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายในวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้าและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ	163
95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออก 1 -4 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกทางตรงต่างๆ	164
96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออก 5 -10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกทางตรงต่างๆ	165
97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออกมากกว่า 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกทางตรงในช่องทางการส่งออกทางตรงต่างๆ	166
98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 1 -4 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ของการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	167
99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 5 -10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ของการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	169
100 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออกมากกว่า 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของการส่งออกทางตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า	171

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 1-4 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ของวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	173
102 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก 5-10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกและช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	174
103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการส่งออก มากกว่า 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า	176
104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วน การส่งออกทางอ้อมและระยะเวลาในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	178
105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางอ้อมและระยะเวลาการส่งสินค้า ออกไปยังต่างประเทศ	179
106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออก 1-4 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ของวิธีการส่งออกทางอ้อม	180
107 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออก 5-10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางอ้อม	182
108 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการส่งออก มากกว่า 10 ปี จำแนกตามสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางอ้อม	184
109 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบทบาทของ ผู้ส่งออกในการทำตลาดต่างประเทศและระยะเวลาการส่งสินค้าออกไปยัง ต่างประเทศ	186

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
110 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือก ช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการส่งออก	188
111 แสดงข้อมูลทั่วไปต่างๆ ของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรง เท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับข้อมูลทั่วไป จากผู้ส่งออกในภาพรวม	204
112 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับ ทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	206
113 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดในทวีปต่างๆ ของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อมและ ผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	207
114 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	209
115 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงไม่ผ่านตัวแทนการค้าของ ผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	210
116 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงไม่ผ่านตัวแทนการค้า ของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	211
117 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงผ่านตัวแทนการค้าของ ผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออก ทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	213

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
118 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางตรงผ่านตัวแทนการค้าของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับ ทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	214
119 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางอ้อมของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่า ๆ กับทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	215
120 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางอ้อม ของผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่าๆกับ ทางอ้อม และผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลัก เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	216
121 สรุปปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ 5 อันดับแรก ที่ผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่าๆกับทางอ้อมและ ผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลักให้ความสำคัญ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	218
122 สรุปแหล่งการค้าภายในประเทศ 5 อันดับแรก ที่ผู้ส่งออกทางตรงเป็นหลัก ผู้ส่งออกทางตรงเท่าๆกับทางอ้อมและผู้ส่งออกทางอ้อมเป็นหลักให้ความสำคัญ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	219
123 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	221
124 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดในทวีปต่างๆ ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	223
125 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงของผู้ส่งออก ที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	225
126 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงไม่ผ่านตัวแทนการค้าของ ผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	226

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
127 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในวิธีการส่งออกทางตรงไม่ผ่านตัวแทนการค้า ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	227
128 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางตรงผ่านตัวแทนการค้าของ ผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	229
129 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน sales representative และ buying agent ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออก ต่าง ๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	230
130 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกทางอ้อม ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลา การส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	231
131 ร้อยละของผู้ส่งออกและสัดส่วนการส่งออกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของวิธีการส่งออกทางอ้อม ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	232
132 สรุปปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ 5 ลำดับแรก ของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการส่งออกต่างๆ เทียบกับผู้ส่งออกในภาพรวม	233

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
รูปที่ 1 ขั้นตอนการทำตลาดต่างประเทศ (Kotler, 2000)	7
รูปที่ 2 สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ (Kotler, 2000)	10
รูปที่ 3 วิธีการเข้าไปยังตลาดต่างประเทศ (Terpstra and Sarathy, 2000)	13



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved