

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดโคเนื้อพันธุ์ตากใน จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้จัดทำ	:	นางสาวสุชาทิพย์ ธีวทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.ทวีวรรณ ชารพิพัฒน์
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	กันยายน 2549
จำนวนหน้า	:	51 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดโคเนื้อพันธุ์ตากในจังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่เป็นโคพันธุ์ในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น จำนวน 200 ชุด และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้เลี้ยงโคพันธุ์ตากเนื่องจากไม่รู้จักโคพันธุ์นี้ มีเพียงร้อยละ 27.0 ที่รู้จักโคพันธุ์ตากแต่ไม่เลี้ยงโคพันธุ์นี้ เพราะเกษตรกรมีการรับรู้เกี่ยวกับโคพันธุ์ตากไม่ดีพอ เกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อพันธุ์ตากมีร้อยละ 11.0 ของเกษตรกรทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงโคพันธุ์ตากร่วมกับโคพันธุ์บราห์มัน และเกษตรกรส่วนใหญ่มีรูปแบบการเลี้ยงเพื่อผลิตลูกโค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต่อการเลือกเลี้ยงโคพันธุ์ตาก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ คือ เนื้อโคมีความชุ่มฉ่ำ โคแข็งแรงทนทาน โคติดโรคน้อย โคมีลักษณะภายนอกดี โคมีเนื้อส่วนที่มีคุณภาพมาก และโคมีประสิทธิภาพในการเจริญเติบโตเร็ว ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีผู้ค้าโคเนื้อเข้ามาติดต่อซื้อขายโดยตรง ปัจจัยที่เกษตรกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคาและปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคพันธุ์ตากได้เปรียบเทียบโคพันธุ์ตากกับโคพันธุ์บราห์มัน โดยเกษตรกรเชื่อว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโคพันธุ์บราห์มันมีระดับความสำคัญมากกว่าโคพันธุ์ตากในทุกด้าน ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย เจ้าหน้าที่หรือผู้ค้าโคพันธุ์ตากควรให้การฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับโคพันธุ์ตากแก่เกษตรกรมากยิ่งขึ้น ควรมีการประสานงานและร่วมมือจากภาครัฐในการให้ความรู้แก่เกษตรกร ควรมีการวางแผนระยะยาวเกี่ยวกับการส่งเสริมการเลี้ยงโคพันธุ์ตากและการตลาด และควรใช้วิธีการสื่อสารข้อมูลโดยการสนทนากับเกษตรกรโดยตรง

PAYAP UNIVERSITY