บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการใช้ในการดำเนินธุรกิจสวนส้ม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นางสาวบุษกร จันทร์ปวน
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร. ฐติกุล ไชยวรรณ์
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วันที่อนุมัติผลงาน	:	กันยายน 2549
จำนวนหน้า	:	114 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการใช้ในการดำเนินธุรกิจสวนส้ม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์ศึกษาหากลยุทธ์ทางการตลาดและความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมส้ม โดยใช้แรงผลักดันทั้งห้าของการแข่งขัน (Five Forces Model) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการสวนส้ม อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก (Lottery Method) และไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีการใช้สถิติวิเคราะห์คือ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสวนส้มส่วนใหญ่เป็นเพศชายระหว่างอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับโดยเฉลี่ยต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นผู้ประกอบการที่เคยประกอบธุรกิจอื่นมาก่อนการเลือก หันมาประกอบธุรกิจสวนส้ม แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างธุรกิจสวนส้มส่วนใหญ่ให้ความสำคัญคือ การสอบถามเรียนรู้จากญาติพี่น้อง

สายพันธุ์ส้มที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างนิยมปลูกคือ พันธุ์สายน้ำผึ้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการปลูกส้ม แต่ศึกษาหาข้อมูลจากประสบการณ์ที่เคยทำมาสอบถามจากญาติพี่น้อง ส่วนเหตุผลจูงใจให้เลือกตัดสินใจประกอบธุรกิจสวนส้มคือ รายได้ดีและมีโอกาสได้ประกอบกิจการส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการ

PAYAP UNIVERSITY

สวนส้มมาแล้วเป็นเวลาเฉลี่ย 3 – 5 ปี ใช้ที่ดินของตนเองในการดำเนินการเพาะปลูก โดยเฉลี่ยได้รับประโยชน์จากพื้นที่เพาะปลูกระหว่าง 10 – 50 ไร่ สำหรับแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการสวนส้มส่วนใหญ่มาจากแหล่งเงินทุนของตัวเอง เงินลงทุนในการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นจนสามารถเก็บผลผลิตได้โดยเฉลี่ยทั้งสิ้น 50,000 บาทต่อไร่

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยให้ความสำคัญในปัจจัยทางด้านราคาเป็นประเด็นสำคัญ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ เรื่องคุณภาพส้ม ในด้านคุณภาพของส้มนิยมคัดเกรดส้มโดยพิจารณาจากผิวส้ม มีการตรวจสอบคุณภาพส้มก่อนออกสู่จำหน่าย และมีการควบคุมส้มออกนอกฤดูกาลผลิต ขนาดผลส้มที่ตลาดมีความต้องการคือขนาดเบอร์ 4 และเบอร์ 5 ผู้ประกอบส่วนใหญ่ไม่นิยมติดตราสินค้าและการบรรจุหีบห่อตราสินค้าของตนเองในการจำหน่าย ผู้ประกอบการเลือกบรรจุสินค้าในตะกร้า การผลิตส้มมีอุปสรรคอันเนื่องมาจากผลผลิตไม่ออกตามกำหนดเป็นผลให้สินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย

ด้านราคา ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาโดยเฉพาะด้านการตั้งราคาสินค้า การกำหนดราคาขายผลผลิตส่วนใหญ่พิจารณาราคาตลาดเป็นเกณฑ์และมีนโยบายการตั้งราคา ตามคุณภาพของเกรดส้ม สำหรับการจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า ราคาของผลิตภัณฑ์ส้มได้มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงไปตามปริมาณผลผลิตในท้องตลาดเป็นหลัก

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมคือจำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง/ตัวแทนจำหน่าย และได้ระบุว่าเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับธุรกิจนี้ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพ่อค้าคนกลาง/ตัวแทนจำหน่ายคือ พิจารณาจากฐานะทางการเงิน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ มีบางรายที่ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดในลักษณะ การตลาดทางตรงคือการขายทางโทรศัพท์ ส่วนการส่งเสริมการขายนิยมการลดราคา การชิมฟรี การแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่มาก การโฆษณาเป็นการติดสติ๊กเกอร์ป้ายสินค้าทาง Internet การใช้ปากต่อปาก และการประชาสัมพันธ์แบบนำเสนอสินค้าในลักษณะการเข้าร่วมงาน OTOP การเข้าร่วมกิจกรรมทางอำเภอ

ในอำเภอฝางมีการจัดงานส้มประจำปี ผลปรากฏว่าในปี 2548 ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ร่วมกิจกรรมดังกล่าว

PAYAP UNIVERSITY

จากการวิเคราะห์โมเดลแรงผลักดัน 5 ประการเห็นได้ว่าปัจจัยการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจสวนส้ม ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจสวนส้มในปัจจุบันเอง รองลงมาคือ ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน ด้านอำนาจต่อรองของพ่อค้าคนกลางและผู้ซื้อ และด้านอุปสรรคจากคู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ในธุรกิจสวนส้ม ตามลำดับ และผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจสวนส้มในระดับปานกลางคือ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง)

PAYAP UNIVERSITY