

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการซื้อและกลยุทธ์ทางการตลาด ธุรกิจขายส่งผักสด
ตลาดออมสิน จังหวัดลำปาง

ผู้จัดทำ : นางสาวสุชมาลย์ เล็ก

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์

วันที่อนุมัติผลงาน : 12 พฤษภาคม 2553

จำนวนหน้า : 92 หน้า

คำสำคัญ : พฤติกรรม การซื้อ กลยุทธ์ทางการตลาด ธุรกิจขายส่ง ผักสด

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการขายส่งผักสด ตลาดออมสิน จังหวัดลำปาง ทำการรวบรวมข้อมูลสำมะโนประชากรโดยการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการขายส่งผักสดในตลาดออมสิน อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งมีทั้งสิ้น จำนวน 22 ราย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 40-60 ปี ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา อาศัยอยู่ในจังหวัดลำพูนและลำปาง ประสบการณ์ทำธุรกิจประมาณ 21-30 ปี ใช้รถกระบะบรรทุกมี 4 ล้อ เป็นพาหนะในการประกอบธุรกิจ ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ มีบุคลากร 1-2 คนเป็นคนในครอบครัว และใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมดในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกซื้อผักจำนวน 11-20 ชนิด เป็นผักสดที่มีความต้องการของตลาดมาก ปริมาณ 1,000 – 2,000 กิโลกรัม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อผักจาก ตลาดเมืองใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีผักขายจำนวนมาก ในช่วงเวลา 09.00-15.00 น. กรณีรับซื้อผักสด ณ ที่พักอาศัย สามารถซื้อผักสดได้ตลอดทั้งวัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งซื้อด้วยตนเองและจำนวนมากได้รับการติดต่อจากผู้ขาย จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละวันต่างกันตาม ปริมาณผัก ชนิดผัก และต้นทุนของผักชนิดที่ซื้อเพื่อจำหน่าย ซื้อสินค้ากับผู้ขายที่ทำการซื้อผักสดเป็นประจำจนเกิดความคุ้นเคยและไว้วางใจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลแหล่งผลิตผักของจังหวัดลำปาง จึงคิดว่าจังหวัดลำปางปลูกผักได้น้อย และคิดว่าที่ตลาดขายส่งผักในจังหวัดลำปาง ผู้ขายส่งมีผักขายน้อย ราคาขายส่งสูงกว่าจังหวัดเชียงใหม่ จึงไม่ซื้อผักจากผู้ขายส่งในจังหวัดลำปางและตัดสินใจซื้อผักจากผู้ขายส่งผักในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการรับรู้ความต้องการซื้อผักจากความต้องการของตลาด และต้องการซื้อผักจากเกษตรกร เพราะผักมีคุณภาพและ

ราคาถูกกว่าผักที่ขายในตลาด ผู้ประกอบการซื้อผักที่มีความสดใหม่ สะอาด ไม่มีรอยข้ำ และเกรดดีที่สุด ไม่ให้ความสำคัญกับผักปลอดสารพิษ บางรายซื้อผักสดที่นำเข้าจากต่างประเทศบางชนิดเมื่ออัตราการผลิตในประเทศไม่เพียงพอับความต้องการของตลาด มีเลือกวิธีการขนส่ง โดยการเปรียบเทียบวิธีที่เสียค่าขนส่งน้อยที่สุด ไม่มีการทำสัญญาซื้อ เพราะทำให้ขาดอิสระในการเลือกซื้อผัก มีความพึงพอใจกับผู้ขายในปัจจุบัน และส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อผักจากผู้ผลิตในจังหวัดลำปาง

กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีการคัดคุณภาพผักและตัดแต่งผัก เฉพาะผู้ประกอบการที่ซื้อผักจากเกษตรกร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการเก็บรักษาของผักชนิดแต่ละชนิด ด้านช่องทางจำหน่าย มีบริการขนส่งผักให้ที่พาหนะของลูกค้า และรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้การตลาดทางตรง มีเจ้าของกิจการเป็นพนักงานขาย บางรายมีการส่งเสริมการขาย โดยลดราคาผักที่จำหน่าย เมื่อไม่สามารถขายผักได้หมด ด้านราคาส่วนใหญ่ตั้งราคาขายผักตามราคาตลาด แต่ทั้งนี้หากมีการกำหนดราคาด้วยตนเองใช้ราคาต้นทุนบวกกำไร