

ชื่อเรื่อง	ศึกษาการนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการหัตถกรรมอำเภอท่าบวช จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวพรเพ็ญ แซ่ตู้
หลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. จุติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน	พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	102 หน้า
คำสำคัญ	ผู้ประกอบการหัตถกรรมอำเภอท่าบวช ส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหัตถกรรมอำเภอท่าบวช จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการเก็บข้อมูล ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และสังเกตการทำงานของผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มหาบเร่ คิดเป็นร้อยละ 26.19 กลุ่มแผงลอย 64.29 กลุ่มเช่าลิ้นชัก 9.52 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการทุกคนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อำเภอท่าบวช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ดำเนินธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้เข้ารับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียน ส่วนใหญ่ตัดสินใจย้ายมาจากอำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เพราะไม่มีที่ดินทำกินซึ่งเป็นกลุ่มหาบเร่และแผงลอยที่เข้ามาอยู่ในเมืองเชียงใหม่โดยมีการรวมตัวกันอยู่เป็นกลุ่มมากกว่าการจัดกระจาย ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 10 ปี โดยผู้ประกอบการทุกรายขายผลิตภัณฑ์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ผู้ประกอบการทุกรายดำเนินการค้าปลีก และมีเพียงส่วนน้อยที่ค้าส่ง โดยใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอำเภอชาวมีความหลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรมอำเภอชาวมองตามความคิดเห็นของตนเอง โดยสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญา และตกแต่งด้วยลวดลายที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและธรรมชาติ ทั้งนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการออกแบบเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ประกอบการไม่มีนโยบายในการกำหนดตราสินค้า และใช้ถุงพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพพบว่าผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญโดยทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนจำหน่ายทุกครั้ง และผู้ประกอบการร้อยละ 50.00 สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วย นโยบายรับประกันสินค้าโดยทำการเปลี่ยนสินค้าให้ทันทีในกรณีที่ผลิตภัณฑ์มีปัญหา

ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการตั้งราคาเท่ากับคู่แข่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอำเภอชาวมองส่วนใหญ่ที่มีความใกล้เคียงกัน อีกทั้งมีการแข่งขันสูง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอำเภอชาวมองแบบดั้งเดิม ที่มีอายุเก่าแก่ และหาได้ยากในปัจจุบันนี้ พบว่าผู้ประกอบการมีการเสนอขายโดยตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง และให้ส่วนลดแบบปริมาณเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าในปริมาณที่มาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ผู้ประกอบการใช้ช่องทางจำหน่ายทางตรงและทางอ้อม มีทำเลที่ตั้งกระจายตัวกระจายบริเวณไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มตั้งแต่สี่แยกวัดอุปกุดจรถึงสี่แยกแสงตะวัน จำหน่ายบริเวณอาคารกาแล ตลาดอนุสรณ์ อาคารไนท์บาซาร์ สำหรับหาบเร่ มีการเดินขายตลอดเส้นทางไนท์บาซาร์ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 64.29 นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ถนนคนเดินท่าแพ เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า

ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบการร้อยละ 14.29 โฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านนามบัตร โฆษณาผ่านเว็บไซต์ ร้อยละ 4.76 และกลุ่มหาบเร่มีการขายโดยใช้พนักงานที่แต่งชุดอำเภอชาวมองประดับด้วยหมวก สะพายย่ามอำเภอชาวมองเพื่อดึงดูดลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 16.67 นอกจากนี้มีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า และยังพบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดไม่เคยออกงานแสดงสินค้า ไม่มีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า แต่จะมีวิธีการสื่อสารทางตรงกับลูกค้าทางโทรศัพท์