

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เทศบาลตำบลสันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ศึกษากลยุทธ์การตลาด และ ศึกษาปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เทศบาลตำบลสันทรายหลวง อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการและสมาชิกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเทศบาลตำบลสันทรายหลวงจำนวน 6 กลุ่ม 15 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร 5 ผลิตภัณฑ์ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องคืม 1 ผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย 1 ผลิตภัณฑ์ 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และเครื่องประดับ 2 ผลิตภัณฑ์ 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก 5 ผลิตภัณฑ์ และ 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 ผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ด้านจัดการส่วนใหญ่มีการแบ่งงานและหน้าที่รับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ด้านการผลิตพบว่าส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าให้พอดีกับความต้องการของตลาด วัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากภายในท้องถิ่น มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์พบว่าใช้แรงงานภายในท้องถิ่น และมีการฝึกอบรมโดยผู้นำกลุ่ม ด้านการเงินพบว่าส่วนใหญ่มีการลงทุนด้วยเงินออมส่วนตัว และมีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายและ งบดุล งบกำไรขาดทุน ด้านการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐพบว่าส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนด้านแรงงานจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เน้นการทำสินค้าให้มีคุณภาพที่ดีและเป็นเอกลักษณ์ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ รวมถึงการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น กลยุทธ์ด้านราคา พบว่าทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เน้นที่การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และภาพลักษณ์ บางกิจการใช้กลยุทธ์การลดแลกแจกแถมร่วมด้วย ส่วนใหญ่ใช้วิธีการกำหนดราคาแบบบวกเพิ่มจากต้นทุนตามต้องการ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการประกอบธุรกิจ และแหล่งวัตถุดิบ การขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย ตรงเวลา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้เครื่องมือส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้ครบถ้วนเกือบทุกเครื่องมือ

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับทุกผลิตภัณฑ์คือการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในการหาช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ การขาดความรู้ด้านการตลาดทางตรงและอินเทอร์เน็ต การโฆษณาที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และ วิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจลูกค้า ตามลำดับ

โดยรวมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ใช้ในการขายสินค้าให้กับลูกค้า