

## หลักการและเหตุผล

ส้มเป็นไม้ผลสำคัญทางเศรษฐกิจของไทยและของโลก เป็นผลไม้ที่มีการบริโภคกันทุกระดับ อีกทั้งมีประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างมาก เป็นพืชที่ปลูกกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก เป็นพืชสกุลที่ทำรายได้ที่ดีให้กับผู้ประกอบการ เพราะความต้องการของตลาดมีสูง

สำหรับพื้นที่การเพาะปลูกส้มในประเทศไทย นิยมปลูกกันมากในแถบบางมด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการปลูกส้มเขียวหวาน และส้มโอ แล้วมีการขยายพื้นที่ปลูกส้มต่อไปยังพื้นที่ทางรังสิต ซึ่งในปัจจุบันจะเหลือพื้นที่เพียง 130,000 ไร่ โดยพื้นที่ลดลงนับตั้งแต่ ปี 2538 เป็นต้นมา เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เฟื่องฟู จึงทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้นมาก ประกอบกับสภาพแวดล้อมเริ่มเสื่อมโทรมลง ปัญหาน้ำเน่าจากปล่อยน้ำเสียจากชุมชนลงสู่แม่น้ำ ชาวสวนส้มรังสิตจึงได้ขยายทำเลการเพาะปลูกไปยังบริเวณใกล้เคียงมากขึ้น โดยขยายไปยังพื้นที่จังหวัดลพบุรี ปราจีนบุรี อยุธา แต่พื้นที่การลงทุนปลูกยังไม่มากนัก โดยพื้นที่ปลูกที่เพิ่มขึ้นยังคงเป็นส้มเขียวหวานเนื่องจากมีความคุ้นเคยมากกว่า ประกอบกับส้มโชกุนหรือสายน้ำผึ้ง ยังไม่นิยมปลูกในเขตภาคกลาง เพราะยังคงมีปัญหาผลแตก อีกทั้งส้มยังสู้ทางภาคเหนือไม่ได้

ขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการบางส่วนได้ขยายพื้นที่ไปยังภาคเหนือ เช่น จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร แพร่ เชียงรายและเชียงใหม่ ซึ่งจังหวัดในภาคเหนือค่อนข้างได้เปรียบกว่าภาคอื่นโดยเฉพาะในเรื่องของสึ่วเนื่องจากมีสภาพอากาศที่เย็นทำให้ สึ่วสีเหลืองทอง ซึ่งการเลือกซื้อส้มจะดูที่สึ่วเป็นหลัก อีกทั้งได้เปรียบในเรื่องของโครงสร้างของดินที่อุดมสมบูรณ์กว่าสภาพดินเป็นดินร่วนปนทรายทำให้คุณภาพโดยรวมของส้มภาคเหนือค่อนข้างจะดีกว่าเขตภาคกลางมาก ทำให้พื้นที่แหล่งผลิตส้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในเขตภาคเหนือ ซึ่งการลงทุนจะเป็นการปลูกส้มสายน้ำผึ้งหรือส้มโชกุน โดยเป็นส้มสายพันธุ์ใหม่ที่ได้จากการเพาะเมล็ดซึ่งได้มาจากประเทศจีนในแหล่งชั่วเวลา<sup>1</sup> โดยนำเข้ามาปลูกในสองพื้นที่ คือ ทางภาคใต้มีชื่อเรียกว่า ส้มโชกุน และทางภาคเหนือ เรียกส้มสายน้ำผึ้ง ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับส้มเขียวหวาน ขนาดของผลปานกลางและเมื่อผลแก่จัดผิวจะเป็นสีเหลืองแดง รส

<sup>1</sup> เปรมปรี ฌ สงขลา, “สภาวะการณ์ส้มเขียวหวานในเขตรังสิต”, *เดหาการเกษตร* 4 (2542) : 35.

<sup>2</sup> รวี เสธฐภักดี, “ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมส้มเมืองไทย”, *เดหาการเกษตร* 6 (2542) : 64-

ชาติหวานแหลม ดิคมเปรี้ยวชนิดๆ ซึ่งในภาคเหนือผู้เริ่มต้นบุกเบิกปลูกส้มสายน้ำผึ้ง คือสวนส้มธารนาร ซึ่งตั้งอยู่ที่ อ.ฝาง จ.เชียงใหม่ โดยเริ่มต้นปลูกส้มเมื่อปี พ.ศ. 2534

จากการสำรวจพบว่า มีผู้สนใจหันมาลงทุนปลูกส้มสายน้ำผึ้งค่อนข้างมาก ในเขต อ.ไชยปราการ อ.ฝาง และ อ.แม่เอย จ.เชียงใหม่ จากเดิมพื้นที่ปลูกก่อนปี 2539 พื้นที่ในการเพาะปลูกมีอยู่กว่า 10,000 ไร่ แต่ปัจจุบันพื้นที่ขยายตัวออกไปมากกว่า 20,000 ไร่<sup>3</sup> เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของดิน มีแม่น้ำทำเป็นเขื่อนเก็บกักน้ำ อากาศที่หนาวเย็น ทำให้สามารถปลูกส้มได้หลายพันธุ์ โดยพันธุ์ที่นิยมปลูกคือ ส้มสายน้ำผึ้ง ซึ่งต่อมาทำให้พื้นที่ทั้ง 3 อำเภอกลายเป็นศูนย์กลางการปลูกส้มทางภาคเหนือ และได้ผลผลิตที่ดีทดแทนผลผลิตส้มที่แหล่งปลูกประสบกับปัญหาภัยธรรมชาติได้อย่างดี

เมื่อนำส้มสายน้ำผึ้งออกสู่ตลาดก็ได้รับความนิยมในการบริโภคอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยรสชาติที่ดีแตกต่างจากพันธุ์อื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาด<sup>4</sup> จากจุดนี้ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสและช่องทางที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจส้มสายน้ำผึ้งประกอบกับในช่วงแรกมีผู้ประกอบการอยู่น้อยราย ทำให้สามารถได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าไม้ผลอื่น ๆ โดยที่ผ่านมาได้มีการส่งเสริมการจัดการตลาดอย่างมากเพื่อสร้างตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการคิดฉลากสติ๊กเกอร์ยี่ห้อบนผลส้ม การเคลือบผิวด้วยขี้ผึ้ง การทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าให้เป็นที่ต้องการมากขึ้น

ในปัจจุบันสภาพพื้นที่เพาะปลูกส้มในเขตทั้ง 3 อำเภอ มีพื้นที่มากกว่า 20,000 ไร่ มีผู้ลงทุนจำนวน 40 รายในพื้นที่ ส่งผลให้ปริมาณส้มสายน้ำผึ้งในปี 2543 ออกสู่ตลาดมากกว่า 2 แสนตันและคาดว่าในอนาคตจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นจนส่งผลให้ราคาส้มลดลงและนักลงทุนได้รับผลตอบแทนที่น้อยลง<sup>5</sup> ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้น ฉะนั้นผู้ประกอบการที่จะสามารถดำเนินการต่อไปได้ จะต้องเน้นที่คุณภาพ ต้นทุนต่ำ และมีกลยุทธ์การตลาดที่ดีควบคู่ไปด้วยเป็นหลัก ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายได้มีการปรับตัวในด้านการตลาดเพื่อการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในอนาคตกันมาก

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงเป็นมูลเหตุจูงใจที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการได้ดำเนินการไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะ เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการรายใหม่ในด้านนี้เพื่อใช้ในการวางแผนต่อไป

<sup>3</sup> อ่ำไพวรรณ ภราดรนิววัฒน์, "ข้อมูลและมุมมองเรื่องส้มเมืองไทย", *เคหการเกษตร* 8 (2542) : 88-92.

<sup>4</sup> สัมภาษณ์ ศรจิต คติปาณิตพ ประธานชมรมสวนส้ม อ.ไชยปราการ อ.ฝาง และ อ.แม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ (เก็บข้อมูลช่วง การศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้ง มกราคม 2543).

<sup>5</sup> รวี เสธฐภักดี, "ตระเวนสวนส้มกับผล.ศ.ร.วี", *เคหการเกษตร* 2 (2543) : 61-68.

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการที่เข้ามาลงทุนทำสวนส้มสายน้ำผึ้งในอ.ไชยปราการ อ.ฝาง และอ.แม่สาย จ.เชียงใหม่

### ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้งในเขตอำเภอไชยปราการ อำเภอฝาง และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในด้านนี้เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินการวางแผนธุรกิจต่อไป