

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโครงการหลวง ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยใช้ผลิตผลที่ได้จากการส่งเสริมในส่วนของพื้นที่ศูนย์การพัฒนาโครงการหลวงเป็นวัตถุดิบหลัก โดยดำเนินงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารสำเร็จรูปและอาหารสุขภาพ ในลักษณะกองทุนหมุนเวียน เน้นการนำผลิตผลของโครงการหลวงไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีต้นทุนการผลิตที่คุ้มทุน เป็นการผลิตเชิงต้นแบบ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านฝ่ายตลาดโครงการหลวง ภายใต้ตรา “คอยคำ” มีตลาดในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จึงมีสินค้าตราคอยคำจำหน่ายอยู่ คือ ที่ร้านค้าในสนามบิน ร้านค้าคอยคำ และในช่วงธันวาคมของทุกปี ทางโครงการหลวงจะมีการจัดงานคอยคำโครงการหลวงขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้สนใจ ได้เลือกสินค้าที่หลากหลายของโครงการหลวง และเป็นการแนะนำสินค้าใหม่ๆ ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการหลวง ด้วยสินค้าของโรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของมูลนิธิโครงการหลวง สำหรับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก 10 ชนิด ได้แก่ เครื่องดื่มสมุนไพรชนิดแห้ง ผักผลไม้กรอบ ข้าวเกรียบ กระจ่างสารผลไม้ งามคำป่น ร้าข้าวสาเลี่ยน บัวขดอง ลูกอมสมุนไพร น้ำพริกเผาะฉูพืช และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์โครงการหลวง, 2549) โดยในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของโรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีตลาดกระจายสินค้าทั้งในตลาดกรุงเทพฯ และที่จังหวัดเชียงใหม่ มีจำหน่ายที่ร้านค้าคอยคำ ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อ ตั้งแต่ปี 2547 จนถึงกลางปี 2549 พบว่า รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มค่อย ๆ ลดลง

ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่มีผลมาจากการกระจายสินค้ายังไม่ค่อยทั่วถึง ตลาดสินค้ามีความกระจุกตัว รวมทั้งชนิด และปริมาณของสินค้าที่จำหน่ายออกสู่ตลาดไม่ค้ำยสม่ำเสมอ จึงทำให้สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ส่งผลต่อยอดขายของผลิตภัณฑ์ ประกอบกับราคาต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง การผลิตสินค้าต่อครั้งมีปริมาณน้อย ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์สินค้าคอยคำต้องมีราคาสูง (ผู้จัดการ โรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโครงการหลวง, 8 กรกฎาคม 2549)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ผลิตใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

สินค้าตราดอยคำ หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นในโรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโครงการหลวง ที่สามารถนำออกสู่ตลาด ประกอบด้วยสินค้าประเภทต่างๆ ดังนี้คือ เครื่องดื่มสมุนไพรชนิดแห้ง ผักผลไม้กรอบ ข้าวเกรียบ กระจ่างสารผลไม้ งาม่าป่น รำข้าวสาเลี่ยน บัวคอง ลูกอมสมุนไพร น้ำพริกเผ่าชัยพีช และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ เฉพาะที่ผลิตจากโรงงานแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved