

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

มูลนิธิโครงการหลวงเป็นโครงการส่วนพระองค์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2512 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือชาวเขา ลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ กำจัดการปลูกฝิ่น รักษาดิน ใช้พื้นที่อย่างถูกต้อง และผลิตพืชผลเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจแก่ประเทศ โดยมีศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเป็นองค์กรสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาดังกล่าว โดยครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน แม่ฮ่องสอน และพะเยา เนื่องจากพื้นที่ในเขต 5 จังหวัดดังกล่าวมีภูมิอากาศหนาวเย็น มูลนิธิโครงการหลวงจึงส่งเสริมให้ชาวเขาปลูกพืชผักเมืองหนาว ไม้ดอกเมืองหนาว ไม้ผลเมืองหนาว พืชไร่ ชา กาแฟ และพืชอื่นๆ รวมทั้งแปลงสาธิตการเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ศูนย์ฯ ทั้ง 38 แห่ง จำนวน 1,135 แปลง

พืชผักเมืองหนาวเป็นพืชสำคัญที่สร้างรายได้แก่เกษตรกรชาวเขา ภายในความช่วยเหลือของมูลนิธิฯ และมูลนิธิฯ ได้ดำเนินการส่งเสริมโดยมีสถานีวิจัย 4 แห่ง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง 34 แห่ง รวมพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทั้งสิ้น 38 แห่ง และรวมจำนวนหมู่บ้านในพื้นที่โครงการทั้งสิ้น 296 หมู่บ้าน และมีประชากรที่ได้รับประโยชน์ 30,566 คน ครัวเรือน รวมจำนวน 145,898 คน ครอบคลุมพื้นที่ 1,713,750 ไร่ (รายงานด้านการพัฒนา, 2551) นอกจากการส่งเสริมการเพาะปลูกและรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแล้ว มูลนิธิฯ ยังให้บริการการตลาด ได้แก่ การคัดชั้น การตัดแต่ง การขนส่ง และการจัดจำหน่ายให้แก่เกษตรกรทั้งในโครงการ และนอกโครงการหลวง ผลผลิตผักส่วนหนึ่งจากศูนย์ฯ จะส่งมายังศูนย์ภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อรับบริการการตลาด และจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และต่างจังหวัด นอกจากนี้ผลผลิตผักส่วนหนึ่งยังส่งตรงจากศูนย์ฯ ไปยังศูนย์ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อรับบริการการตลาดก่อนจัดจำหน่ายต่อไป

ในระบบของการผลิตสินค้าใด ๆ ก็ตาม เป็นที่ตระหนักกันดีว่าการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการกระจายของสินค้าและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในมิติต่าง ๆ ตั้งแต่แหล่งผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ดังนั้นการพัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์จากโครงการหลวง น่าจะเป็นช่องทางที่สำคัญเพราะกลไกตลาดที่มีประสิทธิภาพย่อมจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามต้องการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีในระดับ

ฟาร์ม ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ของเกษตรกร และทำให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้นตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งจัดจำหน่ายโดยตรงหรือยี่ห้อโครงการหลวง ปัจจุบันมีอยู่มากมายหลายชนิด และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย โครงการหลวงนั้นเน้นจุดประสงค์ในการช่วยเหลือเกษตรกรที่มีผลผลิตเหลือเกินความต้องการของตลาด โดยนอกเหนือจากการจำหน่ายในรูปผลผลิตสดแล้ว ยังมีการนำมาแปรรูปและจำหน่ายในรูปของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเมื่อจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่จำหน่ายในท้องตลาด จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ตราอื่น ๆ ในตลาด

โดยทางมูลนิธิโครงการหลวงได้มีการส่งเสริมให้ชาวเขาปลูกพืชผักเมืองหนาว ไม้ดอกเมืองหนาว ไม้ผลเมืองหนาว และพืชไร่ โดยเฉพาะพืชผักเมืองหนาวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวเขาภายใต้ความช่วยเหลือของมูลนิธิฯ มูลนิธิฯ นอกจากจะส่งเสริมการเพาะปลูกและรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแล้ว ยังได้ให้บริการทางการตลาดและจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และต่างจังหวัดอีกด้วย โดยเริ่มตั้งแต่การคิดค้นวิจัยพืชผักเมืองหนาวใหม่ ๆ ให้กับเกษตรกรในโครงการหลวง รวมถึงการจัดจำหน่ายและการขนส่ง การแปรรูปผลิตภัณฑ์บางอย่าง การตั้งราคา การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องให้กับสินค้าของโครงการหลวง โดยตลาดสินค้าของโครงการหลวงที่ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ทั้งตลาดในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้แก่ บริเวณท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ อาคารเฉลิมพระเกียรติ และซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป โดยสินค้าของโครงการหลวงแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

- 1) ผักสด เช่น กะหล่ำปลี มะเขือเทศ พาสเลย์ แครอท แตงกวายาว ข้าวโพดหวาน ผักกาดขาวปลี ซาโยเต้ ฯลฯ
- 2) ผลไม้สด เช่น สตรอเบอร์รี่ พืช เคฟกูสเบอร์รี่ ท้อ สาลี่ อโวคาโด องุ่น ทับทิม บ๊วย พลัม พลัม มะม่วง ฯลฯ
- 3) อาหารกระป๋อง และผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ลินจี่อบแก้ว ลำไยในน้ำเชื่อม หน่อไม้กระป๋อง แยมสตรอเบอร์รี่ น้ำผลไม้ต่าง ๆ
- 4) ดอกไม้แห้ง เช่น ลูกหวาย กระจินทุ้ง หย้าคุ่มหู คนโทสีดา หนวดเจ้าชู้ บุษบาราไป กระเช้าแขวน บานไม่รู้โรยป่า ฯลฯ
- 5) ไม้ตัดดอก เช่น เบญจมาศ เขอปีรา กุหลาบ คาร์เนชั่น ลิลลี่ ชิมบีเดียม ฯลฯ
- 6) ไม้กระถาง เช่น สน ไอวี่ บีโกเนีย คริสต์มาส กุหลาบหิน ฯลฯ

- 7) ของที่ระลึก เช่น กระจ่างกุหลาบประดิษฐ์ โกลุหลาบแห้ง ช่อดอกไม้แห้ง ฯลฯ
- 8) อื่น เช่น กาแฟ ชา สมุนไพร ปศุสัตว์ และหัตถกรรม

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาว่าการประชาสัมพันธ์ของโครงการหลวงในการบริการ การตลาด และจัดจำหน่ายสินค้าตราโครงการหลวงแก่ลูกค้านั้น สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากน้อยเพียงใด

อีกทั้ง เนื่องจากโครงการหลวงนี้เป็น โครงการส่วนพระองค์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวโครงการหนึ่ง ที่เป็นประโยชน์โดยตรงแก่เกษตรกร ทำให้ชาวไทยมีโอกาสได้รับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ศึกษาได้เลือกหัวข้อเรื่องในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในตราโครงการหลวงในกลุ่มผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ในตราโครงการหลวงของกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

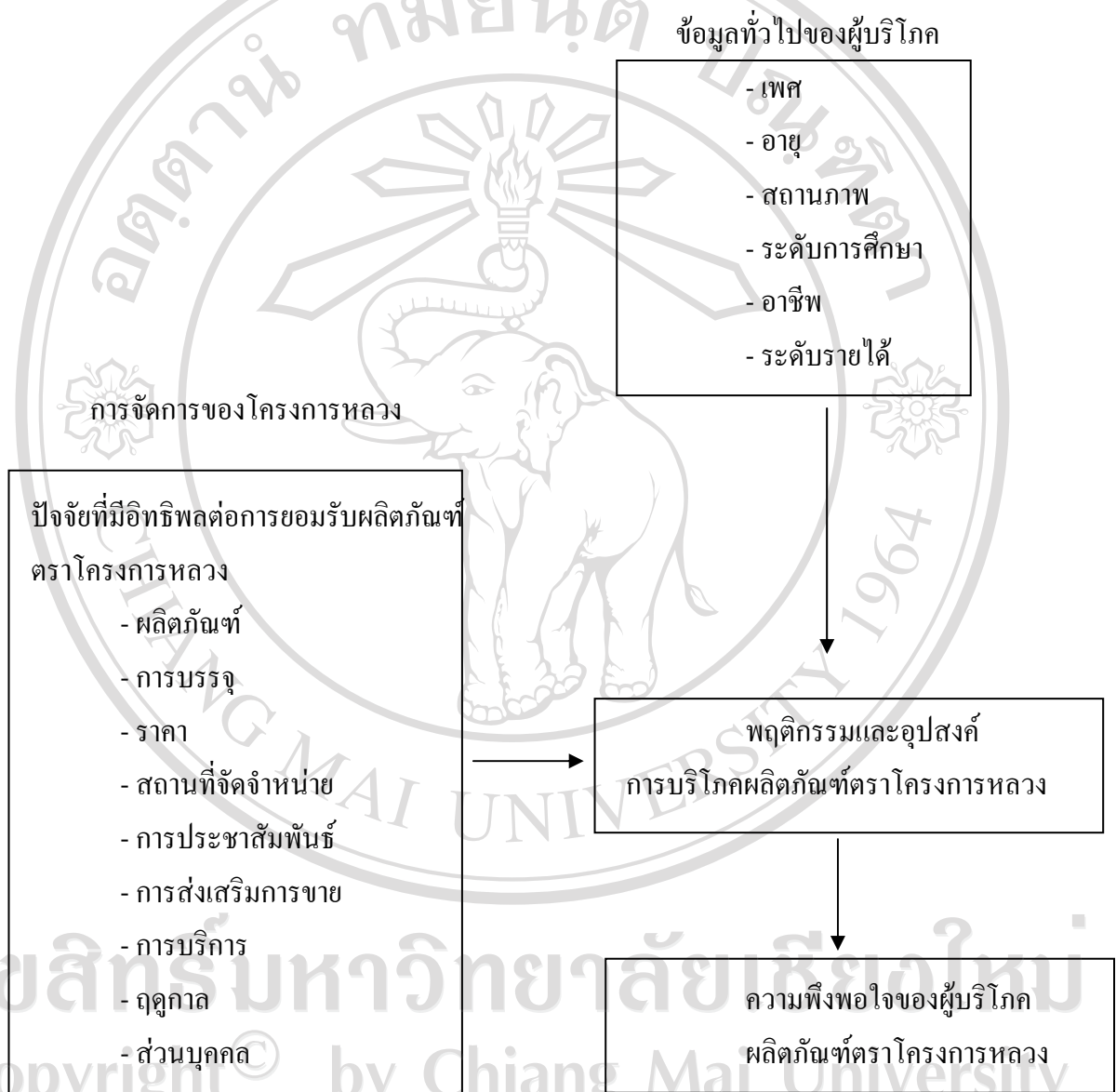
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าในตราโครงการหลวงของกลุ่มผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ และเพื่อให้ทราบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการตลาด รวมไปถึงทำให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สำหรับใช้สนับสนุนแนวทางการวางกลยุทธ์ในการแข่งขันให้กับสินค้าในตราโครงการหลวงของฝ่ายตลาด มูลนิธิโครงการต่อไป

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าในตราโครงการหลวงในกลุ่มผู้บริโภคระดับต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับการยอมรับสินค้าในตราโครงการหลวง

จากการศึกษาค้นคว้าและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมองรับ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงของผู้บริโภคสามารถสรุปกรอบแนวคิดของการศึกษาได้ ดังนี้



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมองรับ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงของผู้บริโภค

1.5 นิยามศัพท์

มูลนิธิโครงการหลวง (Royal Project Foundation) หมายถึง โครงการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระราชดำริตั้งโครงการหลวงเมื่อ พ.ศ. 2512 เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของราษฎรบนพื้นที่สูง เลิกการปลูกฝิ่น และฟื้นฟูป่าต้นน้ำลำธาร

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง หมายถึง กลุ่มศูนย์ฯ ที่อยู่ในมูลนิธิโครงการหลวงทั้งหมดรวม 38 แห่ง ประกอบด้วย กลุ่มศูนย์ที่มีพื้นที่ในระดับความสูงค่อนข้างมาก (มากกว่า 1,000 เมตร) กลุ่มศูนย์ที่มีพื้นที่ในระดับความสูงปานกลาง (ระหว่าง 800-1,000 เมตร) และกลุ่มศูนย์ที่มีพื้นที่ในระดับความสูงค่อนข้างต่ำ (ระหว่าง 400-800 เมตร)

ผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง หมายถึง ผลผลิตที่มูลนิธิโครงการหลวงผลิตขึ้นทั้งผลผลิตสด เช่น พืชผัก ไม้ผล ไม้ดอก เป็นต้น ผลผลิตแห้ง เช่น ดอกไม้แห้ง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ผลผลิตแปรรูป เช่น ไอศกรีมสตอเบอรี่ ไอศกรีมวานิลลา ขนมต่าง ๆ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved