

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

วิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูป
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นางสาวจิตราดา ไชยเลิศ

วิทยาสตรมหาบัณฑิต(เกษตรศาสตร์)

สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ :

| | |
|----------------------------------|---------------|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์คุณฤๅ ฒ ถ้ำปาง | ประธานกรรมการ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราภา คุณาพร | กรรมการ |
| อาจารย์พัฒน์กร ยาวิไชย | กรรมการ |
| รองศาสตราจารย์กัญจัน ศรีมงคล | กรรมการ |

บทคัดย่อ

การศึกษาวิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมชนิดของผลิตภัณฑ์ ราคาขายต่อหน่วย ผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด และวิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการผลิตและการตลาด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่มีการผลิตเชิงธุรกิจจำนวน 8 อำเภอ 39 กลุ่ม ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกลุ่มละ 3 - 5 คน ตามแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยสรุปและแปรผลในเชิงบรรยายและแสดงในรูปของแผนภูมิ

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ ทำการผลิตมีจำนวน 135 กิจกรรม จำแนกได้เป็น 8 ประเภท คือ ประเภทหมักดอง ประเภทเชื่อม/แช่อิ่ม/กวน ประเภททอด ประเภทอบ/ตากแห้ง ประเภทเครื่องดื่มสมุนไพรและน้ำผลไม้ ประเภทน้ำพริก ประเภทอุปโภค และประเภทหัตถกรรมและสิ่งทอ

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะมีตลาดของกลุ่มแม่บ้านติดอยู่ และมีเพียงร้อยละ 50 ที่บอกวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านที่ได้รับตราอย.มีประมาณร้อยละ 60 และได้รับตราเกษตรชวนชิม-ชวนใช้ ประมาณร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ทั้งหมด

ระดับราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ขายส่งจะต่ำกว่าราคาท้องตลาดเล็กน้อย ประมาณร้อยละ 20 - 30 การชำระเงินโดยส่วนใหญ่เน้นการชำระเงินสดมากที่สุด

ในด้านวิธีการตลาด พบว่า ผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอและผลไม้แช่อิ่ม/เชื่อม/กวน/อบแห้ง มีช่องทางการตลาดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ขนมอบและขนมคอบเคี้ยว

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานด้านการผลิต ได้แก่ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ส่วนปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ผลิตแล้วไม่มีที่วางจำหน่าย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และจัดหาตลาดในเวลาเดียวกัน หน่วยงานราชการสามารถสนับสนุนงานวิจัยด้านการตลาด เพื่อหาช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อันจะเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้น และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ ความรู้ และ การตลาด ฯลฯ

Independent Study Title Marketing Channel of Agricultural Processed
Products Produced by Farmer Housewife Groups,
Chiang Mai Province

Author Miss. Jitlada Chailert

M.S.(Agriculture) Agricultural Extension

Examining Committee :

| | | |
|---------------------|------------|----------|
| Asst. Prof. Dusadee | Nalampang | Chairman |
| Asst. Prof. Warapa | Kunaporn | Member |
| Lecture Patakorn | Yawichai | Member |
| Assoc. Prof. Katin | Srimongkol | Member |

Abstract

The objectives of this study were to investigate products of Farmer Housewife Groups, price per unit, and the management of marketing channel as well as the problems and obstacles of the production and marketing. The population studied were 39 farmer housewife groups which had their own business-oriented production in 8 districts. Data collection was done by interviewing with group committee of 3-5 person with recommended questionnaire. The data was analyzed by descriptive statistics and presented by chart for marketing channel.

The results of this study showed that the farmer housewife groups, Chiang Mai Province had done 135 products. These productions were categorized into 8 type including pickling, sugar preservation, frying, drying, beverage, paste consumption goods and handicraft.

Every products had a label of farmer housewife groups but 50 percent informed the production and expire date to tell produced's day and expired' day. About 60 percent got the food and drug standard from the Ministry of Public Health and 30 percent got the standard from Northern Regional Agricultural Extension Offices (RAEO).

Wholesale price of the farmer housewife group products was 20 - 30 percent lower than market price. Cash was mostly used.

Hand- woven fabric and its products, preserved fruit with sugar had more marketing channels than any other kind of products.

The problems and obstacles of the farmer housewife groups production were lack of the revolving fund and no market outlet.

Suggestions from this study were that development of the products and market provision should be done at the same time. Government sector could promote marketing research of the farmer housewife groups productions to help solving current problems. Furthermore products collection should be made in order to avoid product overlapping and network among farmer housewife group should be established to exchange information.