

ชื่อเรื่อง	การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผู้วิจัย	มานพ ชุ่มอ่อน จินดาภา ศรีสำราญ วินยาภรณ์ พราหมณ์โชติ กิตติยาภรณ์ อินธิปัก และกนกวรรณ พิรพงศ์เดชา
หน่วยงาน/คณะ	คณะวิทยาการจัดการ
ทุนอุดหนุนวิจัย	งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช)
ปีที่พิมพ์	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานงา ถั่วเหลืองและข้าว และสร้างโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดแก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหรือแปรรูปพืชงา ถั่วเหลืองและข้าวเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มงาเพื่อสุขภาพปางหมู กลุ่มถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหมู และกลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนผาบ่อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคงา ถั่วเหลืองและข้าวโดยคัดเลือกแบบเจาะจงจำนวน 500 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาคือการแจกแจงความถี่ ร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าห่วงโซ่อุปทานของงา ถั่วเหลืองและข้าวในส่วนที่นำเพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกร พันธุ์พืชที่ใช้ปลูกใช้พันธุ์ที่เก็บไว้จากปีก่อนด้วยแรงงานของครอบครัว ส่วนผลผลิตจะขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้กำหนดราคา แต่มีบางรายนำไปแปรรูป ทำการตลาดและกำหนดราคาขายเอง ทั้งนี้ต้องพัฒนาระบบการผลิตและใช้เทคโนโลยีในการช่วยลดต้นทุน ผลการศึกษาโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม พบว่า ต้องขยายตลาดไปยังกลุ่มตลาดเฉพาะและนำเอาตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์สินค้ามาเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างร่วมกับการตั้งราคาสูงพิเศษ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์เพื่อการเข้าถึงลูกค้าที่มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีพนักงานขายในการแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ร่วมกับการประชาสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และดำเนินการค้าที่เป็นธรรม

คำสำคัญ : ห่วงโซ่อุปทาน พืชเศรษฐกิจ โมเดลธุรกิจ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

Research Title: Supply Chain Management for value creation of economic plants in Muang District, Mae Hongson Province

Researcher: Manop Chum-Un, Jindapa Srisamran,
Winayaporn Bhammanachote, Kitiyaporn Intipeek,
Kanokwan Peerapongdecha

Faculty/Department: Faculty of Management Sciences

Research Fund Source: National Research Council of Thailand (NRCT)

Published Year: 2019

Abstract

The research aimed to study and analyze the supply chain of sesame, bean and rice and create business models and marketing mix strategies for farmers' s commercial use. The qualitative research consisted of in-depth interview and focus group with Ban Pang Moo Healthy Sesame Group, Ban Pang Moo Bean Producer Group and Pha Bong Community Enterprise Agricultural Group with content analysis. The quantitative research for studying the consumer behavior towards sesame, bean and rice consisted of questionnaires with 500 samples and used descriptive statistic analysis. The results of supply chain study showed that most of the crop was owned by farmers, the plants for growing were from the collected species from previous year with family labor. The product were be sold to the middleman who set their own price, but there were some farmers brought them to product processing and made their own marketing and price setting, however, they had to develop the production process and use technology to help in reducing the cost. The results of business model and marketing mix strategy study found that the groups must expand the market to niche market and apply brand positioning and identity as strategy to make the difference in the market, together with premium pricing through distribution channels in both online and offline to reach more customers. The promotion required personal selling to seek for new customers, together with public relations in the area of environmental conservation and conducting fair trade.

Keyword(s): Supply Chain, Economic Plants, Business Model, Marketing Mix Strategies

