

ชื่อเรื่อง	แนวทางการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้ง : กรณีศึกษา อำเภอแม่สรวย อำเภอแม่จัน และอำเภอเวียงป่าเป้า ในจังหวัดเชียงราย
ผู้แต่ง	ชินกร บั้งเงิน
ที่มา	วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. 2546. 101 หน้า
คำสำคัญ	การวางแผนกลยุทธ์; ผู้ประกอบการ; ส้มสายน้ำผึ้ง; การตลาด; กลยุทธ์ทางการตลาด;

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้ง ได้ศึกษาจากผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้งใน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สรวย อำเภอแม่จัน และอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยทำการวิเคราะห์สถานการณ์ของผู้ประกอบการศึกษาแนวทางที่จะวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การศึกษานี้ใช้วิธีออกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสวนส้มจำนวน 40 ราย และวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ประกอบการสวนส้มส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 31-50 ปี มีภูมิลำเนาเดิมในจังหวัดเชียงราย มีลักษณะของกิจการเป็นกิจการธุรกิจส่วนตัวโดยมีรูปแบบเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ส่วนการศึกษาการวางแผนการตลาดวิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกเพื่อหาโอกาส ข้อจำกัด จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จและส่วนประกอบทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดหน่ายและการส่งเสริมการตลาด พบว่าด้านปัจจัยแวดล้อมภายนอกของธุรกิจนั้นผู้ประกอบการมีความเห็นว่าข้อจำกัดทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อธุรกิจในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านการแข่งขัน และด้านกฎหมายและการเมือง ปัจจัยด้านการแข่งขันจุดแข็งของธุรกิจได้แก่คุณภาพ ราคาคือเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค ชื่อเสียงตราหือเป็นที่รู้จักดี และมีบรรจุกฎหมายดีกว่าคู่แข่ง สำหรับจุดอ่อนได้แก่ สินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด มีการจัดจำหน่ายน้อย และสินค้าไม่เป็นที่รู้จักดี

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด ได้วิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์การให้ความสำคัญต่อคุณภาพของส้ม ตลาดจนการพิจารณาบรรจุกฎหมายของผู้ประกอบการ ด้านราคา จะพิจารณาจากความต้องการของตลาดเป็น

อันดับแรก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายผ่านคนกลางและด้านการส่งเสริมการตลาดมีการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ