


การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Kamphaeng Phet Rajabhat University

กลยุทธ์การพัฒนาตลาดเกษตรมอกล้วยไข่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
Mor Kluaykhai Agricultural Market of Development Strategies for tourism
promote in Kamphaeng phet province.

ประพลจิตติ¹ การินทร์ เจริญสุวรรณ¹ สุภาภรณ์ หมั่นหา¹ และยุชิตา กันหา¹

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

การวิจัย มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของตลาดเกษตรมอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร 2) วิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ของตลาดเกษตรมอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชรและ 3) เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดเกษตรมอกล้วยไข่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการตลาดเกษตรมอกล้วยไข่ จำนวน 249 คนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย โดยวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา หากการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการตลาดเกษตรมอกล้วยไข่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย คือ 41 ปี โดยส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพดังนี้ เจ้าของธุรกิจ มีสถานะภาพสมรสแล้ว มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป เดินทางมาจากภาคเหนือ ใช้เวลาในการซื้อสินค้าน้อยกว่า 15 นาที และเป็นลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าในตลาดเกษตรมอกล้วยไข่(ซื้อซ้ำ)

สภาพปัจจุบันของตลาดเกษตรมอกล้วยไข่รายด้านทุกด้าน พบว่า ด้านความสามารถในการรองรับลูกค้า มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเน้นการประหยัดโดยการนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ ด้านมาตรฐานตลาด ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาด้านการตลาด (7 Ps) ของตลาดเกษตรมอกล้วยไข่รายได้ทุกด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ มีระดับปัญหามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่ามีจุดอ่อน คือ ผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น มีความเหมือนกันทุกร้าน ไม่มีห้องน้ำสาธารณะ ขาดการประชาสัมพันธ์ และร้านค้าไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ นักวิชาการและประชาชนในท้องถิ่น ผลการศึกษา พบว่า เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และนักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าสภาพปัญหาของตลาดเกษตรมอกล้วยไข่มีดังนี้ สินค้าที่จำหน่ายบางอย่างไม่ได้เป็นสินค้าที่อยู่ในชุมชน ขาดเอกลักษณ์ และความโดดเด่น การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปทำได้ยาก ไม่มีบริการห้องสุขาสำหรับลูกค้าที่เดินทางโดยรถยนต์ ส่วนโอกาส คือ รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน สังคมไทยนิยมซื้อของฝากในช่วงวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ และมีอุปสรรค คือ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเปลี่ยนไปจากเดิม ค่าครองชีพเพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อต้นทุนการผลิต

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Kamphaeng Phet Rajabhat University

การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาตลาดเกษตรมอกล้วยไข่พบว่า ภาวคี่ที่เกี่ยวข้องมีความเห็นในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาตลาดเกษตรมอกล้วยไข่ สรุปได้ ดังนี้ 1. ควรกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยสร้างความจดจำโดยการเพิ่มจุดสังเกตให้ตลาดน่าซื้อ และพัฒนาตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับตลาดโดยมีหน่วยงานเจ้าภาพให้การสนับสนุน ออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนาสินค้าให้โดดเด่น และผูกเชื่อมเรื่องราวเข้าไปกับวันหยุดเทศกาล ประเพณีไทย 2. ส่งเสริมการขายสินค้าราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางวันหยุด /วันธรรมดา หรือ จัดให้มีรายการส่งเสริมการขายวันหยุด /วันธรรมดา 3. การกำหนดมาตรฐานทางอาหารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า 4. การปรับปรุงภูมิทัศน์ เพิ่มช่องว่าง ลดความแออัด สร้างจุดจอดรถ และบริการห้องน้ำสาธารณะ

คำสำคัญ: การพัฒนา, ตลาดเกษตร, การส่งเสริมการท่องเที่ยว, กลยุทธ์พัฒนาตลาด

Abstract

Research aims is 1) To study about current situation and problem of Mor Kluay Khai agricultural market in Kamphaeng phet 2) To analyze of strength weakness opportunity and treat of Mor Kluay Khai agricultural market and 3) To set development strategy of Mor Kluay Khai agricultural market for tourism promote in Kamphaeng phet province. The research sampling composed of the customer 249 person of Mor Kluay Khai agricultural market and party association about 16 person of tourism. Research tools is questionnaires, interview and focus group discussion to analyze for descriptive statistics, frequency, average, mean, standard deviation and content analysis.

Result of this study were founded is customer who visit market is married female has 41 years olds and graduations level is bachelor degree they income per month is 20,000 THB and more. They come from northern part in Thailand. And shopping at this market less than 15 minutes and they are repeat customer.

The current situation of Mor Kluay Khai agricultural market were founded is most reasonable customer capacity and moderate sufficiency economy applyto market, tourism resource and tourist attraction and facilities.

The 7Ps marketing problem of Mor Kluay Khai agricultural market were founded are most problem is physical evidence and presenting and moderate problem is price, process, people, product, place and promotion. Moreover the result from SWOT analysis were founded weakness is product are short-term, same, do not have public toilet, no have public relations and shop owner non-cooperative about recommend from Related Organization.

Parties association about tourism has concern for this market problem as some product is not produce in this market, no identity and no outstanding, product control so difficulty, no have toilet service, But this market has opportunity is our government policy can support community product, Thai society has likely to buy

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Kamphaeng Phet Rajabhat University

souvenirs and product on weekend and festival period. So this market has customer buying behavior is changed, current cost of living affect to production cost.

Last one is setting development strategies of Mor Kluay Khai agricultural market were founded is 1. Should be set marketing strategy as brand sense, setting land mark point near market, aggressive marketing development, product designing and packaging to outstanding and connect to story with Thai festival too. 2. To promote economy sale package for tourist who travel in festival period or setting sale promotion in holidays. 3. To set food standard for customer confident. 4. Renovate or reconstruct landscapes, add space, reduce crowd, to constructs car parking and public toilet services.

Keywords: Development, Agricultural, Tourism Promote, Marketing Develop Strategy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดเป็นศูนย์กลางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญของชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันตลาดส่วนใหญ่สร้างขึ้นตามความต้องการของประชาชนที่อาศัยอยู่รอบๆ ชุมชนนั้น แม้ว่าสภาพของชุมชนและการดำรงชีวิตของคนในชุมชนหรือสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใดก็ตาม ตลาดยังคงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน โดยเฉพาะแหล่งชุมชนที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่นตามนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้คนไทยอยู่เย็นเป็นสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและอายุยืนยาว มีสัมมาอาชีพและรายได้ทั่วถึง จึงกำหนดนโยบายความปลอดภัยด้านอาหาร (กฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ตลาด พ.ศ. 2551) ขึ้นเพื่อรณรงค์และเผยแพร่คุณภาพและมาตรฐานอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับหลาย ตลาดจนเพื่อให้คนไทยบริโภคอาหารที่ถูกสุขอนามัย และปัจจุบันการสร้างตลาดใหม่ด้วยแนวคิดแบบดั้งเดิม หรือ ตลาดโบราณ ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายด้วยความโดดเด่นในการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง หรือ อาหารท้องถิ่น ที่มีคุณภาพและความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่เหมือนใคร ทำให้ตลาดโบราณเหล่านั้นมักได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่นด้วย มีตลาดโบราณอายุหลายร้อยปีบางแห่งใช้ตลาดเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมของท้องถิ่นจัดให้มีการจำลองเหตุการณ์ หรือ วิถีของชุมชนในอดีตผ่านการเล่าเรื่อง หรือ การแสดงของชุมชนในปัจจุบัน เพื่อให้จุดขาย ด้วยการนำวัฒนธรรมเข้าไปอยู่ในตลาด ทำให้ตลาดโบราณมีความน่าสนใจและเป็นที่ยึดใจแก่นักท่องเที่ยว กรณีดังกล่าวชี้ให้เห็นการการอยู่ร่วมกันระหว่างตลาดโบราณและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างลงตัว

จังหวัดกำแพงเพชรมีชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นชุมชนโบราณขนาดใหญ่ที่มีผู้คนอาศัยมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบันจึงทำให้ชุมชนเหล่านั้นมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ยังเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทางศิลปวิทยาการที่ได้รับอิทธิพลจากเมืองสุโขทัยเข้ามาสู่จังหวัดกำแพงเพชร ที่ยังคงความงดงามของโบราณสถานที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก อีกทั้งชุมชนโบราณ ที่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ คือ ตลาดย้อนยุคนครชุม ที่เป็นตลาดที่สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรเป็นอย่างดี ทั้งวัฒนธรรมอาหารคาว อาหารหวาน

นอกจากนี้จังหวัดกำแพงเพชรยังมีชื่อเสียงเกี่ยวกับสินค้าการเกษตร คือ ถั่วลิสง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจประจำจังหวัดกำแพงเพชร โดยการปลูกถั่วลิสงในจังหวัดกำแพงเพชรนั้น ได้กำเนิดโดยนาย