

คุณฉันทิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่ม ศักยภาพ ในการดำเนินงาน และกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มแปรรูปน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม ในภาคกลาง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาดสำหรับ น้ำสมุนไพรพร้อมดื่มของกลุ่มแปรรูปน้ำสมุนไพรพร้อมดื่มในภาคกลาง และ (3) เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับน้ำสมุนไพรพร้อมดื่มของกลุ่ม แปรรูปน้ำสมุนไพรพร้อมดื่มในภาคกลาง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประธานกลุ่มหรือผู้นำกลุ่มอาชีพ ที่ได้มา จากการสุ่มแบบง่าย จำนวน 76 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน- มาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. จำนวนสมาชิกกลุ่มมีอิทธิพลต่อความสามารถด้านการเงิน การกำหนดราคา และสถานที่จัดจำหน่ายในทิศทางเดียวกัน
2. อายุการก่อตั้งกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริม การตลาดในทิศทางเดียวกัน
3. การศึกษาของผู้นำมีอิทธิพลต่อความสามารถในการดำเนินงานของผู้นำ การกำหนดราคา และการจัดจำหน่าย และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในทิศทาง เดียวกัน
4. ความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้ มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ ในทิศทางเดียวกัน
5. ความสามารถในการสร้างเอกลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ และ การส่งเสริมการตลาดในทิศทางเดียวกัน
6. ความสามารถในการดำเนินงานของผู้นำ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทาง การตลาด ด้านยอดขายในทิศทางเดียวกัน
7. ความสามารถในการสร้างเอกลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และจำนวนคนกลางรับ- จำหน่ายในทิศทางเดียวกัน
8. ความสามารถด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาด ด้านจำนวนคน กลางรับจำหน่ายในทิศทางเดียวกัน
9. ความสามารถด้านการตลาด มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาด ด้าน- จำนวนแหล่งจำหน่ายตรงในทิศทางเดียวกัน
10. การจัดการผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาด ด้านจำนวนรางวัล ที่ได้รับในทิศทางเดียวกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสำเร็จทางการตลาด มาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ได้ 4 กลยุทธ์สำคัญ คือ (1) กลยุทธ์รวมใจให้เป็นหนึ่งเดียว (2) กลยุทธ์สร้างความโดดเด่น (3) กลยุทธ์นวัตกรรมก้าวล้ำ และ (4) กลยุทธ์ครอบครองตลาด

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาน้ำสมุนไพรพร้อมดื่มของกลุ่มอาชีพในภาคกลาง 6 ประการ ดังนี้ (1) ควรหาวิธีการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ (2) ผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด (3) ควรมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต (4) ควรมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อม (5) ผู้นำกลุ่มต้องมีความคิดริเริ่มในสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ให้สอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น ผนวกกับภูมิปัญญาไทย และ (6) ควรมีการเผยแพร่ และถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับให้กับสมาชิกกลุ่มได้เข้าใจเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อให้กลุ่มมีความอยู่รอดได้และอย่างยั่งยืน

This dissertation aims to (1) study the characteristics of the groups, management potentiality, and marketing strategies, (2) study the factors influencing marketing success, and (3) build appropriate marketing strategies of the Medicinal Plant drink processing groups in the central Thailand.

The sample, drawn from the population: the president of each group or leaders of occupational groups by simple random sampling, consisted of 76 groups, Interview forms and questionnaires were used to collect data which were then analyzed by a ready-made computer program to calculate percentage, mean, standard deviation and path analysis.

The findings were as follows:

1. financial management, setting price, and distribution were caused by direct influence of number of members which had the same direction.

2. product management and marketing promotion were caused by direct influence of the group setting's age which had the same direction.

3. management ability of leaders, setting price, distribution, and rate of return of investment were caused by direct influence of leaders' education which had the same direction.

4. product management was caused by direct influence of technology usage which had the same direction.

5. product management and marketing promotion were caused by direct influence of building uniqueness which had the same direction.

6. marketing success in term of sales was caused by direct influence of management ability of leaders which had the same direction.

7. product management, marketing promotion, net profit, rate of return of investment, and number of middlemen were caused by direct influence of building uniqueness which had the same direction.

8. marketing success and number of middlemen were caused by direct influence of financial management which had the same direction.

9. marketing success on the number of direct sources was caused by direct influence of marketing ability which had the same direction.

10. marketing success on number of awards received was caused by the direct influence of product management which had the same direction.

Marketing strategies that are suitable for instant Medicinal Plant drink of this central occupational group are: (1) unity strategies, (2) establishing outstanding strategies (3) advanced innovation strategies, and (4) coverage market strategies.

Suggestions for development of instant Medicinal Plant drink of this central occupational groups are as follows: (1) find ways to establish identity, (2) produce products according to the demands of the market , technology usage on production and develop marketing mix were suitable for social and environment, (3) technology usage in production, (4) development marketing mix is suitable for social, and environment, (5) the leaders must bring modern knowledge into use and in accordance with local sources as well as Thai wisdom, and (6) transfer the knowledge gained to group members in order that they understand them in the same direction for the sustainable group survival.