

บทคัดย่อ

กลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ จังหวัดสมุทรสงคราม มีช่องทางการจำหน่ายส้มโอในต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 30 ได้แก่ ประเทศจีน และช่องทางการจำหน่ายส้มโอภายในประเทศประมาณร้อยละ 70 ได้แก่ ตลาดภายในท้องถิ่นและตลาดภายนอกท้องถิ่น

ช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำบางน้อย อุทยาน ร.2 คอนฮอยหลอด วัดเพชรสมุทรวรวิหาร(วัดบ้านแหลม) ร้านอาหาร ร้านค้าทั่วไป

การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น ได้แก่ การจัดงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ณ.บริเวณศาลากลางจังหวัดสมุทรสงคราม ตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม ถึงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2556 จำนวน 4 วัน โดยความร่วมมือสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆของจังหวัดสมุทรสงคราม ทำให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ มีรายได้เฉลี่ยจากการจำหน่ายผลผลิตส้มโอในงานเทศกาลได้ 19,750 บาท/วัน/ราย รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นส้มโอผลสด มีส่วนน้อยที่เป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุภาคโฝมภาคละ 6-7 กลิบ

ช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่น เช่น ตลาดไท ปากคลองตลาด ห้างสรรพสินค้าโมเดิร์นเทรด ได้แก่ บิ๊กซี โลตัส สยามพารากอน อิมโพเรียม เดอะมอลล์กรุ๊ป และออกงานเทศกาลเป็นครั้งคราวที่เชลทรัลพระราม 2 และเชลทรัลปิ่นเกล้า

การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่น ได้แก่ การทดลองเปิดตลาดจำหน่ายในงานเกษตรเจ้าคุณทหาร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สามารถจำหน่ายในงานมีรายได้เฉลี่ย 1,293 บาท/วัน รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นส้มโอผลสด และบางส่วนเป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุภาคโฝมภาคละ 3-4 กลิบ สำหรับการพัฒนาระดับตลาดนำไปจำหน่าย ณ.ห้องเครื่องพระที่นั่งอัมพรสถาน โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ วังสุโขทัยตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2555 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2556 สามารถจำหน่ายผลผลิตได้รวมเป็นเงิน 99,000บาท คิดเป็นร้อยละ 0.33ของผลผลิตส้มโอทั้งหมดของกลุ่มฯ รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายทั้งหมดเป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุภาคโฝมภาคละ 1 กลิบ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมือของบุคคลและหน่วยงานหลายฝ่าย คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556 จำนวน 38,000 บาท ขอขอบคุณ นักศึกษาสาขาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร สมาชิกกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ให้ข้อมูล และให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการทำงานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมพัฒนาส้มโอ นำไปสู่การพัฒนาการเกษตรและการพัฒนาสังคมโดยรวมต่อไป

ผู้วิจัย

สารบัญ

| | หน้า |
|---|--------|
| บทคัดย่อ..... | ..I |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ..II |
| สารบัญ..... | .. III |
| สารบัญตาราง..... | .. IV |
| สารบัญภาพ..... | .. V |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย..... | 1 |
| 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 1 |
| 1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย..... | 2 |
| 1.5 นิยามศัพท์..... | 2 |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม..... | 3 |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด..... | 3 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย..... | 5 |
| 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 18 |
| บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย..... | 20 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย..... | 21 |
| 4.1 ช่องทางการจำหน่ายส้มโอของกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ..... | 21 |
| 4.2 การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น..... | 22 |
| 4.3 การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่น..... | 24 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 26 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 26 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย..... | 27 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ..... | 28 |
| บรรณานุกรม..... | 29 |
| ภาคผนวก..... | 30 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตาราง 4.1 ข้อมูลผู้จำหน่ายส้มโอในงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม (ระดับ Nominal Scale)..... | 22 |
| ตาราง 4.2 ข้อมูลผู้จำหน่ายส้มโอในงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม (ระดับ Ratio Scale)..... | 23 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 2.1 ช่องทางการตลาดผู้บริโภครี โภค..... | 9 |
| ภาพที่ 2.2 ช่องทางการตลาดเชิงธุรกิจ..... | 10 |
| ภาพที่ 4.1 ช่องทางการจำหน่ายส้มโอของกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ..... | 21 |
| ภาพที่ 4.2 ช่องทางการจำหน่ายส้มโอในงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม..... | 23 |
| ภาพที่ 4.3 ช่องทางการจำหน่ายส้มโอในงานเกษตรเจ้าคุณทหาร..... | 24 |
| ภาพที่ 4.4 ช่องทางการจำหน่ายส้มโอ ณ ห้องเครื่องพระที่นั่งอัมพรสถาน โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ วังสุโขทัย | 25 |