



## รายงานการวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดผลิตภัณฑ์สตรอว์เบอร์รี

อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

Guidelines for market potential development of strawberry products in

Khao Kho, Phetchabun.

ปรานีต ใจหนัก

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2559

# รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดผลิตภัณฑ์สตรอว์เบอร์รี

อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

**Guidelines for market potential development of strawberry products in  
Khao Kho, Phetchabun.**

ปราณีต ใจหนัก

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ทุนอุดหนุนโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

งบประมาณแผ่นดิน

ประจำปีงบประมาณ 2559



(๗)

จากการศึกษาการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเผ่าม้งและมีประสบการณ์ในการปลูกสตอร์วเบอร์รี่มาก่อนแล้ว โดยพื้นที่ในการปลูกจะมีตั้งแต่ 1 งาน ไปจนถึง 4 ไร่ อัตราค่าเช่าพื้นที่ต่อไร่มีตั้งแต่ 1,500 – 12,500 บาท สตอร์วเบอร์รี่ที่ปลูกคือพันธุ์พระราชทาน 80 โดยนำไหลมาจากจังหวัดเชียงใหม่เพราะจะมีความแข็งแรงมากกว่าไหลที่เพาะขึ้นในจังหวัดเพชรบูรณ์ เริ่มปลูกตั้งแต่เดือนกรกฎาคม เริ่มมีผลผลิตตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมีนาคม จำหน่ายในราคา กิโลกรัมละ 400 – 500 บาท และลดราคาจนถึง กิโลกรัมละ 150 บาท มีรายได้ประมาณปีละ 600,000 – 1,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับปริมาณการปลูก

เกษตรกรต้องมีการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) ในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ เน้นเรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากสตอร์วเบอร์รี่และเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากการนำเสี้ยวของสตอร์วเบอร์รี่ที่มีอายุสั้นกว่าเสี้ยวเสี้ยว การปลูกสตอร์วเบอร์รี่แบบอินทรีย์นั้นต้องให้หน่วยงานที่มีความรู้เกี่ยวกับการปลูกสตอร์วเบอร์รี่แบบอินทรีย์ไปให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยเฉพาะเกษตรกรเจ้าของพื้นที่ที่ปลูกเองในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพราะมีเหตุผลว่าการปลูกสตอร์วเบอร์รี่แบบอินทรีย์จำเป็นต้องมีโรงเรือนเพาะปลูกซึ่งถือว่าการลงทุนระยะยาว ซึ่งไม่เหมาะกับผู้ที่มาเช่าปลูก การพัฒนาตราสินค้าให้มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์และมีมาตรฐานเป็นสากล และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลสตอร์วเบอร์รี่ได้ดีขึ้น ด้านการกำหนดราคาของสตอร์วเบอร์รี่เป็นไปตามราคาตลาดหรือราคาตลาด วิจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาจาก คู่แข่งขัน ปริมาณของผลผลิต และปริมาณของนักท่องเที่ยว ซึ่งในช่วงที่ราคาตกต่ำ เกษตรกรอาจใช้วิธีการเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูป หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและสวยงามเพื่อสามารถกำหนดราคาที่สูงได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อยเกินไป เกษตรกรควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น จัดตั้งกลุ่มหรือศูนย์กระจายสินค้าขึ้น โดยอาจสร้างเป็นห้องเย็นเพื่อเป็นที่เก็บผลสตอร์วเบอร์รี่เพื่อรอการแปรรูปและรอการจำหน่าย โดยต้องมีการติดต่อพ่อค้าคนกลางเพิ่มขึ้น และอาจนำไปขายให้กับโมเดิร์นเทรดอีกช่องทางหนึ่งด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรยังไม่ค่อยมีการส่งเสริมการตลาดดีเท่าที่ควร ควรมีการเพิ่มเครื่องมือให้น่าสนใจนักท่องเที่ยวให้แวะซื้อมากขึ้น เช่น การตกแต่งสถานที่ให้

(ค)

สวยงามมากขึ้น มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปมีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น มีรถฟอร์มูล่ามั้งให้เล่น มีชิงช้ามั้งให้เล่น หรือมีเครื่องแต่งกายให้ใส่ถ่ายรูปฟรี เป็นต้น

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา, ศักยภาพทางการตลาด, ผลิตภัณฑ์สตรีทอวเบอร์รี่

เอกสารฉบับนี้ถูกดาวน์โหลดจาก [research.pcri.ac.th/pub](http://research.pcri.ac.th/pub)  
ระบบฐานข้อมูลงานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์  
โดยผู้ใช้งานหมายเลข IP 10.10.10.1  
เมื่อ 21/10/2562 เวลา 13:13:38

Research	Guidelines for market potential development of Strawberry products in Khao Kho, Phetchabun .
Researcher	Praneet Jainak
Program	Marketing
	Phetchabun Rajabhat University 2559

### Abstract

The objective is to study and develop marketing strategies for strawberry products Of farmers In Khao Kho District Phetchaboon. The focus is on the development of marketing mix. To develop strawberry growers with marketing potential. And to strengthen the effective farming. And strawberry growing area. Strawberry growers in Khao Kho District 80 people in Phetchabun Province General information And interviewed 10 sample populations in marketing. And marketing development approach. To know the problem And the need to develop marketing potential Using in-depth interview research tools and common observation.

The study found that Most of the farmers are Hmong hilltribes. And have experience in planting strawberries before. The planting area is from 1 to 4 acre. Rental rates are from 1,500 to 12,500 baht per acre. The strawberry that is planted is 80. By seedlings from Chiang Mai. Because it is stronger than the seedlings of Phetchabun. Planted since July. Production starts from November to March. Available at 400-500 baht / kg. And down to 150 baht per kg. Income of approximately 600,000 - 1,000,000 baht per year. Depending on the amount of space to grow.

Farmers need to improve marketing mix (4Ps) in every aspect. Be product. Focus on the processing of products to diversify. To add value to the product. From the spoilage of strawberries, the short-lived, very rotten. Growing organic strawberries requires knowledgeable agencies to educate farmers. Especially farmers who own land in Khao Kho. Phetchaboon. Because of the reason that organic strawberry planting requires a growing house. This is a long-term investment. Which is not suitable for those who rent. Brand development is unique,

(จ)

international and standard. And packaging that can protect the strawberry effect better. The pricing of strawberries is based on price or market price. There are factors influencing pricing from competitors. Quantity of output. And the amount of tourists. Which during the downturn. Farmers may use value-added methods by privatization. Or use high quality and beautiful packaging to set a high price. The distribution channel is too small. Farmers should seek more distribution channels. Establish a distribution center or group. It may be made into a cold room to store strawberries. Waiting for processing and waiting for distribution. The need to contact the middleman increased. And may also be sold to another trading platform. Marketing promotion. Farmers are not as well promoted as they should. There should be more tools to attract tourists to stop buying more. Like decorating a place more beautiful. Activities for tourists want to participate more. For example, have a Hmong Formula. Hmong swings to play. Or have a costume to put free photography, etc.

Keywords: development approach, marketing potential, strawberry products

เอกสารฉบับนี้ถูกค้นพบโดยระบบฐานข้อมูลงานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร  
โดยผู้ใช้งานหมายเลข IP 10.10.10.1  
เมื่อ 21/10/2562 เวลา 13:13:39

(ก)

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดีนั้น ข้าพเจ้าผู้ทำวิจัยต้องขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เป็นอย่างดี และให้กำลังใจ โดยตลอด ขอขอบคุณเกษตรกร ผู้ให้การสัมภาษณ์ทุกท่านที่ช่วยเหลือในการตอบคำถามเกี่ยวกับการปลูกและการขายสตรอว์เบอร์รี ได้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการสัมภาษณ์งานวิจัย 3 ท่าน ได้แก่ ผศ.ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย ดร.รักษนก งามศักดิ์ และ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ ที่ช่วย ตั้งเคราะห์แบบสอบถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน และขอขอบพระคุณ ครู อาจารย์ที่สั่งสอนให้ความรู้ตลอดมา ทำให้ผลงานวิจัยสำเร็จลุล่วงและมีประโยชน์ต่อการได้มา ซึ่งข้อเท็จจริงของข้อมูลการวิจัยในกรณีนี้ไปใช้ประโยชน์ได้มาก และที่ลืมไม่ได้ขอกราบ ขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่เป็นผู้ก่อให้เกิดผลงานด้าน วิจัยในเรื่องของโอกรุด และเงินสนับสนุนงานวิจัยที่ทำให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

หากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อผิดพลาดประการใดผู้ทำวิจัยขอกราบอภัยไว้ ณ ที่นี้อย่างสูง และ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่มากก็น้อย

จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ปราณีต ใจหนัก