

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0017

ชื่อโครงการ : แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : อรวรรณ จำปทุมและอัศพรพล นิยมลรัตน
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

E-mail Address : orawan_khuna@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 - 30 มิถุนายน 2549

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาด
ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยคือ ผู้ใช้งานวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
โดยการถอดบทเรียนและกำหนดเป็นแนวปฏิบัติการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายรวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการ
ฝึกอบรมด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามและการ
สัมภาษณ์เชิงลึกโดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ได้แก่
ผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 415 คน นักท่องเที่ยวไทยจำนวน 50 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จำนวน 50 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1. ผลิตภัณฑ์(OTOP)ในจังหวัดเชียงรายมีจำนวนทั้งหมด 811 ผลิตภัณฑ์
2. วิธีการกำหนดราคาสินค้า ผู้ขายส่วนมากได้กำหนดราคาสินค้าตามต้นทุน 3. พื้นที่ในการจัด
จำหน่ายส่วนมากเป็นการจำหน่ายในร้านค้าชุมชน 4. วิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนมากเป็นการขาย
โดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชนและการร่วมงานแสดงสินค้า 5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบ
ปัญหาด้านการขาดแคลนเงินทุนและด้านการจัดจำหน่าย 6. ผู้ซื้อชาวไทยและผู้ซื้อชาวต่างชาติ
ส่วนมากพอใจในผลิตภัณฑ์ OTOP มีปัญหาเพียงแค่การหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ได้ยากเท่านั้น

คำหลัก : การพัฒนาการตลาด, ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG48O0017

Project Title : Guidelines for Marketing Development of OTOP Products toward Tourism Industry in Chiang Rai Province

Investigators : Jamphut O. and Nimmolrat A.
Mae Fah Luang University

E-mail Address : orawan_khuna@hotmail.com

Project Duration : 1 July 2005 - 30 June 2006

This study aims to seek out the guidelines in developing the marketing for OTOP Products toward tourism industry in Chiang Rai Province.

This study indicates a qualitative study, using questionnaires, in-depth interview on the basis of stratified random sampling method in collecting data. The samplings of this study are composed of 100 Key informants and 415 entrepreneurs. The descriptive analysis is used as an analytical tool in this study.

Research findings are summarized as follows: 1. There are totally 811 OTOP Products are being traded in Chiang Rai Province, 2. The determination of pricing is based on the net cost of each OTOP product, 3. Places for distribution OTOP products are the community shops, 4. The promotion is done by personal selling or the members in the community and participating in the trade shows, 5. The problems for most entrepreneurs indicate the use of insufficient capital and the products distribution, and 6. Both Thais and foreign buyers satisfied with the OTOP products, but they found the difficulty in finding the place to purchase the OTOP products.

This research is beneficial to the end user in two aspects as follows: 1. The finding of this research can be applied for the academic lessons and determine as for developing the marketing of OTOP products toward tourism industry in Chiang Rai Province. 2. It

contribute to conduct a marketing training to the entrepreneurs and transmit the technology of manufacturing the OTOP products.

Keyword: Marketing Development, OTOP Products, Tourism Industry