

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การยกระดับสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด
ของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
ตำบลจอมหมอกแก้ว อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้วิจัย : ณัฐธิดา จุ่มปา และ ปทุมพร แก้วคำ

สาขาวิชา/คณะ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ปีที่ดำเนินการแล้วเสร็จ : มิถุนายน 2568

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการ พัฒนาและใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเชื่อมโยงสนับสนุนผู้ประกอบการในการนำเสนอสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แนวทางสนทนากลุ่ม และอบรมเชิงปฏิบัติการกับผู้ประกอบการ เกษตรกร ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์และการท่องเที่ยว จำนวน 45 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 25 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบมีจุดประสงค์เฉพาะเจาะจงที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ประกอบการขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว ๆ สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมคือ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสากล น่าสนใจ และใช้สื่อสมัยใหม่ในการประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายกับพันธมิตร บูรณาการสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ ยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างรายได้และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนในการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : สินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ กลยุทธ์ทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

Title : Enhancing Organic Agricultural Products and Services through Entrepreneurs' Marketing Strategies to Support Community-Based Creative Tourism in Chom Mok Kaeo Subdistrict, Mae Lao District, Chiang Rai Province

Researcher : Natthida Chumpa and Patumporn Kaewkhum

Major Field : Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

Year of completion : June 2025

This qualitative research aims to enhance the organic agricultural products and services of entrepreneurs, develop and apply effective marketing strategies that align with tourists' needs, and connect and support entrepreneurs in presenting organic agricultural products and services by using marketing strategies to add value and create economic opportunities through community-based creative tourism. Data were collected through structured interviews, focus group discussions, and workshops with 45 informants, including entrepreneurs, farmers, community leaders, government officials, experts in organic agriculture and tourism, as well as 25 tourists. Informants were purposively selected with specific criteria consistent with the research objectives. The results of the research are as follows:

Entrepreneurs lack the development of product models and tourism activities that meet tourists' expectations. Tourists are interested in products that feature stories linked to local culture. Appropriate marketing strategies include developing the potential of entrepreneurs to create new products, designing universal and attractive packaging, using modern media for public relations, establishing connections and networking with partners, and integrating organic agricultural products and services with creative tourism activities that offer new experiences. This approach helps to improve quality of life, generate income, and increase economic opportunities for communities, driving them towards sustainable development.

Keyword : organic agricultural products and services, marketing strategies, creative tourism