

ชวลีพร สิงหชาติ. (2564). การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์
นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินนทนา

ประธานกรรมการ

นศ.ม. (นิเทศศาสตร์)

อาจารย์ ดร. ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัดนา

กรรมการ

ปร.ค. (นิเทศศาสตร์นวัตกรรม)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เกษตรกรสวนทุเรียน อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งออกจังหวัดจันทบุรี หอการค้า จังหวัดจันทบุรี พาณิชย์จังหวัดจันทบุรี และผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ศึกษาข้อมูล จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการสังเกตการณ์ ทั้งนี้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยโดยผู้ทรงวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสื่อสารส่งออกทุเรียนเพื่อการส่งออกของจังหวัดจันทบุรี เกิดจากความเปลี่ยนแปลงการส่งออกทุเรียนหลายประการ อาทิเช่น ทุเรียนไม่เป็นตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออก เนื่องจากเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการส่งออกทุเรียนที่มีคุณภาพ อีกทั้งปัจจุบันมีพ่อค้าชาวต่างชาติมีการลงทุนทำสิ่งในการรับซื้อ โดยตรงกับเกษตรกร โดยพ่อค้ามีการกำหนดราคาเอง ทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาได้ยากขึ้น รวมถึงปัญหาจากการขนส่งที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การขนส่งมีการถูกตรวจสอบหลายขั้นตอน กว่าจะถึงปลายทางจะทำให้เกิดความเสียหายของทุเรียนทุเรียนอาจจะเน่า หรือสุกมากเกินไป และปัจจุบันมีการแข่งขันช่วงชิงตลาดทางการค้าการส่งออกทุเรียนมากขึ้น ประเทศต่าง ๆ พยายามหากลยุทธ์การตลาดในรูปแบบที่หลากหลายยิ่งขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งรูปแบบการขายออนไลน์ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ยิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับสินค้าตนเองมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาสถานการณ์การตลาดเพื่อส่งออกทุเรียนจึงมีความสำคัญต่อจังหวัดจันทบุรี รวมถึงประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ควรมีการสื่อสาร

การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อทำหน้าที่ผลักดันการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมและเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ทุเรียนให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารการตลาด รวมถึงได้รับการสนับสนุนกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมด้านการส่งออกให้ได้มาตรฐานสากล ส่วนการสื่อสารการตลาดการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีที่ผ่านมา จากผลของการศึกษาพบว่ามี การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องและจำนวนมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้หลากหลาย และสามารถส่งออกได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น โดยที่ผ่านมาจังหวัดจันทบุรี มีการดำเนินการด้านกลยุทธ์การสื่อสารหลายประการ อาทิเช่น ความร่วมมือกับเกษตรกรในการทำสื่อ ด้านกิจกรรมสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคให้มีการเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร การปลูกทุเรียน รวมถึงมีตลาดการซื้อขายให้กับนักท่องเที่ยว การสนับสนุนส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่ม เพื่อนำแนวทางจากการหารือร่วมกันมาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารให้ไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการบริหารจัดการการสื่อสารการตลาดด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการวางแผน การสื่อสารการตลาดร่วมกัน ซึ่งทางจังหวัดจันทบุรีได้นำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศต่อการสื่อสารจนเกิดประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียน และการส่งออกทุเรียนสามารถจำหน่าย และมีการแข่งขันทางการส่งออกได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : การสื่อสาร, การสื่อสารการตลาด, ส่งออกทุเรียน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Chuleeporn Singhachat. (2021). **Marketing Communication for Durian Exports of Chanthaburi Province**. Thesis M.Com.Arts. (Master of Communication Arts). Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University.

Thesis Advisors

Associate Professor Apiwan Sirinantana M.D. (Communication Arts)	Chairman
Dr. Phuriphat Kaewwatanawattana Ph.D. (Innovation in Communication Arts)	Member

Abstract

The research aims to analyze marketing problems and to study marketing communications for durian exports of Chanthaburi Province. It was a quantitative research study with a group of important information providers including durian farmers from Khao Khitchakut District, Chanthaburi Export Association, Chanthaburi Chamber of Commerce, Chanthaburi Province, Office of Commercial Affairs, Chanthaburi Province and entrepreneurs of durian exports business in Chanthaburi Province. The methodology of the research included information from conceptual documents, theories and related research and field studies. The research instruments were in-depth interviews including observations. The quality of the research tools were examined by experts.

The results found that the marketing problems with Chanthaburi durian exports were that the market had changed, for example, durian does not meet export standards because farmers lack knowledge and understanding about quality durian export. Moreover, there are foreign investors who directly purchase from farmers and set their own prices that makes it more difficult to negotiate. Besides, problems of transportation caused by the epidemic situation of the Coronavirus 2019, the transport has to be inspected in several steps. Until it reaches the destination, it will cause damage to the durian; rot or overripe. There is more competition in durian market, and there were more market strategies in the exporting countries by adding marketing channels for both online to reach more consumers and enhance the capability of their own products. Therefore, it is important to study the market situation for exporting durian and should be more support for organizing activities and public relations to achieve goals also

encourage farmers to gain knowledge, understand about marketing communication and international standard. Chanthaburi Province has implemented several communication strategies. For instance, cooperation with farmers in filming agricultural tourism activities to attract the consumer to learn about the farmer's way of life, growing durian and trading market for tourists. Farmers are encouraged as a group to share a common strategy and marketing planning which Chanthaburi Province has publicized in various media, both domestically and internationally to make durian available for sale and compete in exports effectively and achieve maximum efficiency.

Keywords: Communication , Marketing Communication, Durian Export



OK 20 SEP 2021

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี