

กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องในประเทศไทย

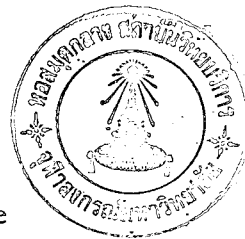
"MARKETING STRATEGY OF CANNED PRODUCT IN THAILAND"

~~ศูนย์เอกสารประเทศไทย~~

~~THAILAND INFORMATION CENTER~~

โดย

นางสาว ยศวดี อ่อนประเสริฐ



~~"This document is the property of the Thailand Information Center (TIC), Chulalongkorn University and is to be returned within two weeks to the Thailand Information Center, Ratasart Building 3, Chulalongkorn University"~~

วิทยานิพนธ์นี้

เป็นส่วนประกอบของการศึกษาคำระเบียบปริญญามหาบัณฑิต

ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนกวิชาพาณิชยศาสตร์

พ.ศ. 2518

008202

i 16369269

MARKETING STRATEGY OF CANNED PRODUCT IN THAILAND

MISS YOSVADI ORNPRASERT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirement for the Master Degree of Commerce

Department of Commerce

Graduate School

Chulalongkorn University

1975

ศูนย์เอกสารประเทศไทย  
THAILAND INFORMATION CENTER

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

ศาสตราจารย์นายแพทย์ บุญเลี้ยง ตามไท

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

\* 2/10/51 50/51/10 .....ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ



อาจารย์ควบคุมงานวิจัย อาจารย์ กิริไสภากย์ บุรพาเกษะ

วันที่... 30... เดือน... พฤษภาคม..... พ.ศ. 2518.....

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

~~"This document is the property of the Thailand Information Center (TIC), Chulalongkorn University and is to be returned within two weeks to the Thailand Information Center, Ratasart Building 5, Chulalongkorn University"~~

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : กลวิธีทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องในประเทศไทย

ชื่อ : นางสาวศศิกิ อ่อนประเสริฐ

ปีการศึกษา : 2517



บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมหลักอันหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล เพื่อสนับสนุนโครงสร้างและฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในประเทศไทยมีผู้ผลิตมากมายทั้งส่วนของเอกชนและส่วนของรัฐบาล ซึ่งจุดมุ่งหมายก็มีแตกต่างกันออกไป ในด้านผลิตภัณฑ์นั้นต่างก็มีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่สิ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไปตามความรู้สึกของผู้บริโภคสิ่งหนึ่งคือ กลวิธีทางการตลาด ซึ่งเป็นกลไกอันสำคัญในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

วิทยานิพนธ์นี้มุ่งคิดมาถึงกลวิธีทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อให้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานทางการตลาดที่ใช้อยู่ในประเทศไทย วิธีการแข่งขันภายในประเทศตลอดจนเสนอแนะปัญหาและทางแก้ไข เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารงานด้านการตลาดต่อไป

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้แบ่งได้เป็น 5 บท คือ

บทที่ 1 กล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา ขอบเขตในการศึกษา และวัตถุประสงค์ในการศึกษา

- บทที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคของวิวัฒนาการอาหารกระป๋อง เป็นการศึกษา ปัญหาในคานต่าง ๆ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ปัญหา คานเกษตรกรรมและการพัฒนาคานเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม
- บทที่ 3 เป็นการศึกษาถึงหน้าที่การตลาดโดยทั่วไป และหน้าที่ของการตลาด ตลอดจนกลวิธีที่ใช้อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง
- บทที่ 4 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ในประเทศไทยรวมถึงการกระทำของรัฐบาลอันที่จะช่วยแก้ไข ปัญหา
- บทสุดท้าย เป็นการสรุปและเสนอแนะทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ซึ่งอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง มีแนวโน้มเจริญขึ้นเรื่อย ๆ อันจะเป็นผลสะท้อนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่รัฐบาลได้วางไว้ เกี่ยวกับการพัฒนาการพาณิชย์, การอุตสาหกรรม และการบริการ
-

Thesis title : Marketing Strategy of Canned Production in Thailand  
Name : Miss Yosvadi Ornprasert  
Academic Year : 1974

-----  
Abstract

Canned food industry is one of the major industries and has been strongly supported and promoted by government in order to develop the situation and structure of National Economy. There are many canned food firms in Thailand that perform by both government and private, which have differences in objective. The objective of the firms run by the government is to supply the needs of population and military use. But private firm is to seek profit. The products most are alike in character but consumer motivation are willing to change from brand to brand. However, it can be changed by using strategy to persuade them. Then marketing strategy is one of the important mechanisms, which is used by canned food industry for its success.

This thesis has shown the using strategic for canned food products, by introducing present policy and marketing administration,

has been performed in Thailand. Including the competition among the firms which concerning the problems and solutions on the guidelines for ones who have responsibility in marketing field.

The contents of this thesis are divided into five chapters as the following

- Chapter 1 An introduction of problems including area of study towards the objectives.
- Chapter 2 The problems and links of Canned food development concerning the studying of population explosion, problem of agriculture and development of agriculture and industries.
- Chapter 3 To study the area of marketing functions in using marketing strategy for canned food industries.
- Chapter 4 An explanation of the problems of industry and its environment including the policy and regulations of government affecting the firm.
- Chapter 5 Conclusion and suggestions which are the means to seek the solutions of the present problems which confronting the Canned industry. Then the canned food business seem to grow rapidly which effects the National Economic Development Plan in areas of trade development, industry and services.



คำนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องมีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากภาวะการเพิ่มขึ้นของประชากร สำหรับในประเทศไทยซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 - 2519) รัฐบาลมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการบริหารของประเทศให้กว้างขวางขึ้น อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นอย่างมาก ค่ายเหตุนี้ผู้เขียนจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษากลวิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลไกอันสำคัญสำหรับความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

ในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนได้รับความร่วมมือให้ความช่วยเหลือแนะนำ และให้ข้อมูล ตลอดจนข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากบุคคลผู้มีนามดังต่อไปนี้

คุณริชาร์ด แอล แครงเกอร์ (Richard L. Kranker) ผู้อำนวยการ  
ยูเสคลาวสาขาประเทศไทย

คุณโรเบิร์ต เอ ยิง ผู้อำนวยการ FADPC American Embassy

คุณเลียวนาร์ค พอตเตอร์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร FADPC

คุณเจริญ วลัยเสถียร หัวหน้ากองควบคุมคุณภาพ องค์การผลิตอาหารสำเร็จรูป

คุณปริญญา กระราลัย ผู้จัดการแผนการตลาดและโฆษณา องค์การผลิตอาหาร  
สำเร็จรูป

คุณชรรพบุญ ลัดพลี หัวหน้าภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



เจ้าหน้าที่สถาบันคนควาและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เจ้าหน้าที่บริษัท Siam Food และบริษัท Universal Food

การที่การศึกษาของผู้เขียนสำเร็จลงไปได้ด้วยดีในครั้งนี้ ส่วนหนึ่งนั้นเนื่องมาจาก การให้คำปรึกษาแนะนำจากอาจารย์ ศิริโสภากย์ บุรพาเกษะ อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย ของผู้เขียน พร้อมกันนี้ ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาในการตรวจสอบ จากท่านศาสตราจารย์ บุญศิริ ชวลิตธำรง ผู้เป็นประธานกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์นี้ และอาจารย์อารยา อรรถวุฒิ- วรวารัจก คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรรมการผู้ตรวจวิทยานิพนธ์

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านผู้มีส่วนช่วยเหลือทุกท่าน ทั้งที่โลกล่วงนามและมีไพศลวานามขางตนนี้ หากความดีทั้งหลายอันอาจได้รับจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนขอ มอบให้ท่านบิคามารคาบั้งเกิดเกล้าของผู้เขียน และท่านผู้มีส่วนช่วยเหลือทุกท่าน ส่วนความ ผิดพลาดใด ๆ ที่อาจจะปรากฏได้ในวิทยานิพนธ์นี้ ผู้เขียนขอนออมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ยศวดี ออนประเสริฐ



	ความเป็นมาของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในประเทศไทย ...	31
	ตลาดอาหารกระป๋องในประเทศไทย ... .. .	36
3.	หน้าที่ทางการตลาดกับอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ... .. .	39
	— หน้าที่ทางการตลาดโดยทั่วไป ... .. .	39
	การตลาดกับอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ... .. .	47
	ความสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ... .. .	49
	การจัดการขายของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ... .. .	50
	กลวิธีทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่คิดตลาดแล้ว	65
	เวลาและจังหวะในการใช้กลวิธีทางการตลาด ... .. .	72
4.	ปัญหาของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ... .. .	74
	ปัญหาแรงงาน ... .. .	74
	ปัญหาพลังงานเชื้อเพลิง ... .. .	75
	— ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ ... .. .	75
	✓ ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ ... .. .	77
	ความล้าสมัยของกฎหมายควบคุมและการแข่งขันตลาดจากกฎหมาย	
	ควบคุม ... .. .	80
	ความสำคัญระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภคที่ขอพิจารณาทางการค้า ..	83
	การเลือกตลาดภายในประเทศ ... .. .	85
	ปัญหาด้านการเลือกตลาดต่างประเทศ ... .. .	86
5.	สรุปและขอเสนอแนะ ... .. .	90
	✓ ขอเสนอแนะ ... .. .	93
	✓ บรรณานุกรม ... .. .	98
	ประวัติการศึกษา ... .. .	101