

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)

1.1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ความคิดเห็นของเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในด้านการขายหรือการตลาดของบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ทั้ง 3 ยี่ห้อ จำนวน 3 คน เกี่ยวกับสถานะการณ์ทั่วไป สภาพะการแข่งขัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์หรือส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ สรุปได้ดังนี้

สถานการณ์ทั่วไปและสภาพะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต

สถานการณ์ทั่วไปและสภาพะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต ผู้บริหารของทั้ง 3 บริษัท มีมุมมองไปในแนวทางเดียวกัน คือ ตลาดไข่ไก่ยังสามารถขยายตัวได้อีกทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากไข่ไก่เป็นอาหารที่มีคุณภาพ ประโยชน์สูงแต่ราคาถูก แนวโน้มสภาพะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคตมีการแข่งขันกันสูงมาก โดยเฉพาะเรื่องปริมาณไข่ไก่ เนื่องจากผู้เลี้ยงประเภทฟาร์มขนาดเล็กมีจำนวนลดลงมาก ขณะที่ผู้เลี้ยงประเภทฟาร์มขนาดใหญ่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ประกอบกับการเกิดโรคไข้หวัดนกก็ทำปริมาณไข่ไก่และจำนวนฟาร์มลงอีก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ กลยุทธ์หรือส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ

ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้เลี้ยงที่เป็นฟาร์มอิสระเป็นหลัก และลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี สม่ำเสมอ และได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO มีการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น ขายเฉพาะอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ขายอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่พร้อมกับรับซื้อไข่ไก่คืน มีการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ เนื่องจากมี

บริษัทในเครือทำธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมครบวงจร และบรรพบุรุษที่ได้รับการออกแบบให้สามารถเปิดใช้ง่ายและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ หาซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเย่นต์) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่โดยทั่วไป และผ่านพนักงานขาย เน้นการส่งเสริมการขาย ผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง อธิบาย และการให้คำแนะนำของพนักงานขาย โดยทางบริษัทมีทีมนักวิชาการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการจัดการฟาร์ม ด้านอาหารสัตว์ ด้านสัตวแพทย์คอยให้คำแนะนำ สนับสนุน และอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ และการจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ยี่ห้อ เบทาโกร 106

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ร้านค้าขายอาหารสัตว์ในพื้นที่ (เอเย่นต์) และกลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก มีการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น รับซื้อไก่ไข่คืนในกรณีที่เป็นลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของบริษัท ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ โดยอ้างอิงราคาจากราคาตลาดเป็นเกณฑ์ หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากร้านค้าในพื้นที่ (เอเย่นต์) ทั่วไป และผ่านพนักงานขาย มีการลดราคาแก่ร้านค้าในพื้นที่ (เอเย่นต์) การให้เครดิตระยะยาว และอภยาศัยที่ดี และมีการให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหของทีมนักวิชาการผ่านของพนักงานขาย

ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก ผลการเลี้ยงได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน มีการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ และมีบริการขายหลายรูปแบบ เช่น ขายลูกไก่พร้อมผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ มีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเย่นต์) และผ่านพนักงานขาย การส่งเสริมการขายเน้นผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง ความคุ้นเคย ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

1.2 จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ทั้ง 3 ยี่ห้อ ดังกล่าวข้างต้น พบว่า ในปัจจุบันอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในแต่ละยี่ห้อ

ได้แก่ คุณภาพสม่ำเสมอ ชื่อเสียงและมาตรฐานของบริษัทผู้ผลิต ราคาและเงื่อนไขในการซื้อขาย ความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ การบริการของพนักงานขาย

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ สรุปได้ดังนี้

ยี่ห้อ CP (ซีพี) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากบริษัทที่มีชื่อเสียง คุณภาพสม่ำเสมอ สะดวกต่อการนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์ ผลการเลี้ยงเป็นไปตามเกณฑ์ และมีบริการขายครบวงจรและมีรูปแบบการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น ขายพันธุ์สัตว์ พร้อมกับอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ และมีกำหนดรับซื้อไข่ไก่คืน ราคาค่อนข้างแพงหากเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น แต่เมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ ผู้ใช้ สามารถยอมจ่ายเลือกซื้อมาใช้ได้ หากซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเยนต์) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่โดยทั่วไป และผ่านพนักงานขาย กล่าวคือ เข้าถึงแหล่งที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถซื้อได้สะดวก เน้นการส่งเสริมการขาย ผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง อธิบาย และการให้คำแนะนำของพนักงานขาย และการจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ยี่ห้อ เมทาโกร 106 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากบริษัทที่มีชื่อเสียง คุณภาพสม่ำเสมอ ผลการเลี้ยงเป็นไปตามเกณฑ์ มีบริการขายครบวงจรและมีรูปแบบการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น ขายพันธุ์สัตว์ พร้อมกับอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ผลิตภัณฑ์บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เปิดใช้งานสะดวกต่อการนำไปใช้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ หากซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเยนต์) และผ่านพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย โดยใช้ความเป็นกันเอง อธิบาย และการให้คำแนะนำของพนักงานขาย ส่วนการส่งเสริมทางการตลาดในรูปแบบอื่น ได้แก่ การลดราคา เป็นต้น

ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการนำไปใช้ และไม่ยุ่งยากในเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบการนำเสนอขายหลายรูปแบบ มีบริการขายครบวงจร เช่น อาหารสัตว์ ยา สัตว์ มีบริการรับซื้อไข่ไก่คืน มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ หากซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเยนต์) และผ่านพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย ใช้ความเป็นกันเอง อธิบาย และการให้คำแนะนำของพนักงานขายเป็นหลัก

2. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

จากการสำรวจลูกค้าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ทั้ง 3 ยี่ห้อดังกล่าวข้างต้น โดยใช้แบบสอบถาม สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 205 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 77.1 และ เพศหญิง ร้อยละ 22.9 โดยมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 46.3 รองลงมา

คือ อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 27.3 และกลุ่มอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 20.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 53.7 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 23.9 และระดับปริญญาตรี ร้อยละ 11.7 จำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยงต่อรุ่นมากที่สุดอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 ตัว ร้อยละ 37.6 รองลงมา เลี้ยงระหว่าง 2,000 – 5,000 ตัว ร้อยละ 35.1 และน้อยกว่า 2,000 ตัว ร้อยละ 17.1 รูปแบบการเลี้ยงเป็นลูกค้าเอเยนต์/ฟาร์ม ร้อยละ 74.6 รองลงมา เลี้ยงอิสระ ร้อยละ 25.4 ส่วนใหญ่เคยใช้อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 ร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 ร้อยละ 39.0 และยี่ห้อเบทาโกร 106 ร้อยละ 12.7 และปัจจุบันใช้อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 ร้อยละ 56.6 รองลงมา คือ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 ร้อยละ 5.1 และยี่ห้อ เบทาโกร 106 ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่เคยใช้และปัจจุบันใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งใน 3 ยี่ห้อ ได้แก่ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 ยี่ห้อ เบทาโกร 106 และยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 พบว่า

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ คือ มีบริการขายครบวงจร ร้อยละ 26.3 รองลงมา คือ สินค้าคุณภาพสม่ำเสมอ ร้อยละ 25.4 และการบริการก่อนและหลังการขายของพนักงานขาย ร้อยละ 15.6
- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่จากพนักงานบริษัท ร้อยละ 84.4 รองลงมาซื้อจากร้านค้าในพื้นที่ (เอเยนต์) ร้อยละ 15.6

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 คือ สินค้าคุณภาพสม่ำเสมอ ร้อยละ 36.1 ยี่ห้อเบทาโกร 106 คือ คุณภาพสม่ำเสมอ ร้อยละ 59.1 และยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 คือ มีบริการขายครบวงจร ร้อยละ 30.2

รูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่ของลูกค้าที่ใช้อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของทั้ง 3 ยี่ห้อ คือ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 ยี่ห้อเบทาโกร 106 และ ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบลูกค้าเอเยนต์/ฟาร์ม ร้อยละ 80.6, 76.5 และ 70.7 ตามลำดับ

รูปแบบการเลี้ยงที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ผ่านร้านค้าในพื้นที่ (เอเยนต์) เป็นการเลี้ยงแบบลูกค้าเอเยนต์/ฟาร์ม ร้อยละ 59.4 และเลี้ยงแบบอิสระ ร้อยละ 40.6 ส่วนรูปแบบ

การเลี้ยงที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ผ่านพนักงานบริษัท เป็นการเลี้ยงลูกค้าเอเยนต์/ฟาร์มร้อยละ 77.5 เลี้ยงแบบอิสระ ร้อยละ 22.5

รูปแบบการเลี้ยงที่ใช้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่นิยมเลี้ยง คือ การเลี้ยงแบบลูกค้าเอเยนต์/ฟาร์ม

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ

จากการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แตกต่างกันไป โดยผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 มีลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ (4.44) รองลงมา คือ รับซื้อไข่ไก่คืนตามเวลากำหนด (4.25) และชื่อเสียงของบริษัท (4.18)

ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ยี่ห้อ เบทาโกร 106 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายอริยาศยดี (4.24) รองลงมา คือ คุณภาพอาหารสม่ำเสมอ (4.18) บรรจุภัณฑ์เปิดใช้งานง่ายและไม่ยุ่งยากในการรักษาผลิตภัณฑ์ (4.18) มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยาและตลาดไข่รองรับ (4.18) และรับซื้อไข่ไก่คืนตามเวลากำหนด (4.12)

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 มีลักษณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยาและตลาดไข่รองรับ (4.54) และ รองลงมาคือ รับซื้อไข่คืนตามเวลากำหนด(4.50) และมีผู้เห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายอริยาศยดี (4.28) รองลงมา คือ การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขาย เช่น ปริมาณไข่ไม่ได้ตามมาตรฐานเข้าไปร่วมหาสาเหตุและช่วยแก้ไขปัญหานั้นที่ (4.22) และ มีส่วนลด (4.14)

ส่วนที่ 5 การหาดำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ

การหาดำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ การหาปัจจัยที่ใช้ในการสร้างแผนภาพการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาด และการสร้างแผนภาพการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ มี 2 ปัจจัย คือ

ปัจจัยที่ 1 เป็นตัวแทนด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัท

ประกอบด้วย ราคาแพง สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ เช่น ซื่อเฉพาะอาหาร ขาขี้ไก่เอง พนักงานขายอัยาศัยดี มีส่วนลด หาซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ ชื่อเสียงของบริษัท ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ สิ้นเชื้อระยะยาว และการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น ฐานฟาร์มที่ได้รับมาตรฐานฟาร์ม

ปัจจัยที่ 2 เป็นตัวแทนด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขาย

ประกอบด้วย มีบริการขายครบวงจรได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ และตลาดไซรองรับผลิตภัณฑ์ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก การให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย เช่น คู่มือและบันทึกการเลี้ยงไก่ไข่ การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขาย เช่น ปริมาณไข่ไม่ได้ตามมาตรฐานเข้าไปร่วมหาสาเหตุและช่วยแก้ไขปัญหานั้นที่ รับซื้อไข่ไก่คืนตามเวลากำหนด ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO บรรจุกันท์เปิดใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้จิกขาดง่าย ผลผลิตไข่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารสม่ำเสมอ

การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ เป็นดังนี้

อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัทสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แสดงว่า ลักษณะเด่นของอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 คือ ราคาแพง ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย ไม่มีบริการที่เสนอขายหลายรูปแบบ พนักงานขายอัยาศัยไม่ค่อยดี ไม่มีส่วนลด หาซื้อได้ง่ายตามร้านค้าในพื้นที่ บริษัทมีชื่อเสียง ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ มีสิ้นเชื้อระยะยาว และไม่มีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่

ส่วนปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขาย มีลักษณะที่ไม่โดดเด่น คือ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไซรองรับ ผลิตภัณฑ์ยุ่งยากในการใช้ มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย เช่น คู่มือและบันทึกการเลี้ยงไก่อย่างสม่ำเสมอ มีการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขาย เช่น ปริมาณไข่ไม่ได้มาตรฐานเข้าไปร่วมหาสาเหตุและช่วยแก้ไขปัญหานั้นที่ รับซื้อไข่ไก่คืนตามกำหนดเวลา ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO บรรจุกันท์ยุ่งยากในการเปิดใช้ และในการเก็บรักษา ผลผลิตไข่ไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารไม่สม่ำเสมอ

อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อเบทาโกร106 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แสดงว่า ลักษณะเด่นของ

อาหารสัตว์สำเร็จรูปยี่ห้อเบทาโกร 106 คือ ไม่มีบริการขายครบวงจร ผลิตภัณฑ์ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก ไม่มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย การให้ความช่วยเหลือแก้ไข ปัญหาของพนักงานขายช้า ไม่รับซื้อไข่ไก่คืนตามเวลาดำหนด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO และบรรจุภัณฑ์เปิดใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ฉีกขาด ง่าย ผลผลิตไข่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารสม่ำเสมอ

ส่วนปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และชื่อเสียงของบริษัท มีลักษณะที่ไม่โดดเด่น คือ ราคาไม่แพง สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ เช่น ซื้อเฉพาะอาหาร ขายไข่ไก่เอง พนักงานขายอรรถาศัยดี มีส่วนลด หากซื้อได้ยากตามร้านค้าในพื้นที่ บริษัทไม่มีชื่อเสียง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ ไม่มีสินเชื่อบริหารยาว และมีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น คูงานฟาร์มที่ได้รับมาตรฐานฟาร์ม

อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แสดงว่า ลักษณะเด่นของอาหารสัตว์สำเร็จรูปยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 คือ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ ผลิตภัณฑ์ยุ่งยากในการใช้ มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย เช่น คู่มือและบันทึกการเลี้ยงไก่อย่างสม่ำเสมอ มีการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขาย เช่น ปริมาณไข่ไม่ได้มาตรฐานเข้าไปร่วมหาสาเหตุและช่วยเหลือปัญหาทันที รับซื้อไข่ไก่คืนตามกำหนดเวลา ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO บรรจุภัณฑ์ยุ่งยากในการเปิดใช้และในการเก็บรักษา ผลผลิตไข่ไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารไม่สม่ำเสมอ

ส่วนปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และชื่อเสียงของบริษัท มีลักษณะสำคัญ คือ ราคาไม่แพง สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ เช่น ซื้อเฉพาะอาหาร ขายไข่ไก่เอง พนักงานขายอรรถาศัยดี มีส่วนลด หากซื้อได้ยากตามร้านค้าในพื้นที่ บริษัทไม่มีชื่อเสียง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ ไม่มีสินเชื่อบริหารยาว และมีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น คูงานฟาร์มที่ได้รับมาตรฐานฟาร์ม

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ มีตำแหน่งทางการตลาดตามการรับรู้ของผู้บริโภค ดังนี้

ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจุบันด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัทสูง โดยมีลักษณะเด่น คือ ราคาแพง ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายไม่หลากหลาย พนักงานขายอภยาศัยไม่ค่อยดี ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ และไม่มีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ ซึ่งพบว่าผลการศึกษาที่ได้ไม่สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัท ที่กล่าวว่า บริษัทได้กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์สัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ มีการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น ขายเฉพาะอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ หรือ ขายอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่พร้อมกับรับซื้อไข่ไก่คั้น การส่งเสริมการขาย เน้น ผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง อภยาศัย และการให้คำแนะนำของพนักงานขาย และมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ส่วนปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขาย มีลักษณะที่ไม่โดดเด่น คือ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย เช่น คู่มือและบันทึกการเลี้ยงไก่อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายนี้ สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้จัดการฝ่ายขายของบริษัทกล่าวไว้คือ มีการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่ และจากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี คุณภาพสม่ำเสมอ และมีมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO ตามที่บริษัทได้วางไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผลการเลี้ยงไม่เด่นเหนือผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ๆ

ยี่ห้อเบทาโกร106 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจุบันด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายสูง โดยมีลักษณะเด่น คือ ผลิตภัณฑ์ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, ISO บรรลุเกณฑ์เปิดใช้ง่าย ไม่ยุ่งยากในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่มีฉีกขาดง่าย ผลผลิตไข่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน คุณภาพอาหารสม่ำเสมอ จากผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ของผู้จัดการอาวุโสแผนกขายของบริษัทที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก

สำหรับปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และชื่อเสียงของบริษัท มีลักษณะสำคัญ คือ สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย มีบริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ พนักงานขายอภยาศัยดี มีส่วนลด ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้จัดการอาวุโสแผนกขายของบริษัทที่กล่าวว่า มีการเสนอขายหลายรูปแบบ เช่น รับซื้อไข่ไก่คั้นในกรณีที่เป็นลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของบริษัท ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ โดยอ้างอิงราคาจากราคาตลาดเป็นเกณฑ์

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ในเรื่องการมีสินเชื่อบริษัท ตามบทสัมภาษณ์ของผู้จัดการอาวุโสแผนกขายของบริษัท ที่กล่าวว่า บริษัทมีการให้สินเชื่อบริษัทแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อผ่านพนักงานขาย

ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจุบันด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และการบริการหลังการขายสูง โดยมีลักษณะเด่น คือ มีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไร่รองรับ มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย เช่น คู่มือและบันทึกการเลี้ยงใก้อย่างสม่ำเสมอ มีการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขาย เช่น ปริมาณไข่ไม่ได้มาตรฐานเข้าไปร่วมหาสาเหตุและช่วยแก้ไขปัญหาทันที สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของเจ้าของกิจการ บจก.อาร์.พี.เอ็ม. ฟาร์มแอนด์ฟีด ที่กล่าวว่า มีการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไร่รองรับ การส่งเสริมการขายเน้นผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง ความคุ้นเคย ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

ส่วนปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และชื่อเสียงของบริษัท มีลักษณะเด่น คือ ราคาไม่แพง สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ พนักงานขายอรรถาธิบายดี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ จากการศึกษาที่สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของเจ้าของกิจการ บจก.อาร์.พี.เอ็ม. ฟาร์มแอนด์ฟีด ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ (เอเย่นต์) และผ่านพนักงานขาย มีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขอื่น ๆ มีบริการขายหลายรูปแบบ เช่น ขายลูกไก่พร้อมผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ สัตว์สำเร็จรูปใก้ไข และ การส่งเสริมการขายเน้นผ่านพนักงานขายเป็นหลัก โดยใช้ความเป็นกันเอง ความคุ้นเคย ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปใก้ไขในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

- ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปใก้ไขส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา
- จำนวนใก้ไขที่เลี้ยงต่อรุ่นส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 ตัว
- รูปแบบการเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบเอเย่นต์/ฟาร์ม
- ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปใก้ไขส่วนใหญ่เคยใช้ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404

และปัจจุบันอาหารสัตว์สำเร็จรูปใก้ไขยี่ห้ออื่นผู้ใช้ก็เลือกใก้มากที่สุด

- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปใก้ไขมากที่สุด คือ มีบริการ

ขายครบวงจร

- ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เลือกซื้อผ่านพนักงานขายของบริษัทมากที่สุด

นอกจากนี้ได้มี การสรุปถึงการเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดที่แต่ละยี่ห้อวางไว้กับ ตำแหน่งที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถรับรู้ได้ ดังตารางที่ 25



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดของแต่ละยี่ห้อวางไว้กับตำแหน่ง
ที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถรับรู้ได้

ยี่ห้อ	ตำแหน่งทางการตลาด ที่แต่ละยี่ห้อวางไว้	ตำแหน่งทางการตลาด ที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถรับรู้ได้
CP (ซีพี) 324 *	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพสม่ำเสมอ - บรรจุภัณฑ์ออกแบบให้ใช้ได้ ง่ายและไม่ยุ่งยากในการรักษา ผลิตภัณฑ์ - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า - มีบริการขายครบวงจร - มีสินค้า/บริการเสนอขายหลาย รูปแบบ - พนักงานขายอึดอัดดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้
เบทาโกร 106**	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพสม่ำเสมอ - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า - การให้สินเชื่อระยะยาว - มีสินค้า/บริการเสนอขายหลาย รูปแบบ - พนักงานขายอึดอัดดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้สูง - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย
RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404***	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพสม่ำเสมอ - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า - มีบริการขายครบวงจร - มีสินค้า/บริการเสนอขายหลาย รูปแบบ - พนักงานขายอึดอัดดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้ปานกลาง - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้ปานกลาง - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้ปานกลาง - ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้ปานกลาง

หมายเหตุ : * ที่มา: บทสัมภาษณ์ ผู้จัดการฝ่ายขายอาหารสัตว์ของบริษัทผู้ผลิต

** ที่มา: บทสัมภาษณ์ ผู้จัดการอาวุโสแผนกขายของบริษัทผู้ผลิต

*** ที่มา: บทสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้ำต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารด้านการตลาดของบริษัท พบว่า ตำแหน่งทางการตลาดของแต่ละยี่ห้อวางไว้ เปรียบเทียบกับ ตำแหน่งทางการตลาดที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถรับรู้ได้ มีความแตกต่างกัน และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจุบันด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ หลังการขายไม่สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดที่บริษัทได้วางไว้ คือ คุณภาพอาหารไม่สม่ำเสมอ บริษัทควรดำเนินการให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ โดยอาจทำเปรียบเทียบลักษณะอาหารดูที่ใช้ปัจจุบันกับดูก่อนหน้านั้นว่าเหมือนกันหรือไม่ และมีการจัดทำประวัติการเลี้ยงอย่างละเอียด เช่น ปริมาณการกินอาหารต่อวัน ผลผลิตไข่ที่ได้ต่อวัน เป็นต้น บรรลุถึงที่ยุ่ยากในการเปิดใช้และในการเก็บรักษา บริษัทควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ผู้ใช้ใช้งานและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น เช่น พิมพ์ข้อความ “เปิดที่นี่” ที่บริเวณปากถุงอาหารสัตว์ บรรลุถึงที่สามารถกันน้ำได้ และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย ในเรื่องมีบริการขายครบวงจร ได้แก่ มีพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ ยา และตลาดไข่รองรับ บริษัทจึงควรเพิ่มการสื่อสารการตลาดด้านอื่น เช่น จัดทำเอกสารหรือแผ่นพับ ชี้แจงถึงการขายสินค้าและบริการรูปแบบต่าง ๆ ให้ครอบคลุมที่บริษัทได้กำหนดไว้

ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัท เช่น ราคาแพง บริการที่เสนอขายไม่หลากหลาย พนักงานขายอหฺยาศัยไม่ค่อยดี เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดที่บริษัทวางไว้ ดังนั้น ในเรื่อง ราคาแพง บริษัทควรจะมีการชี้แจงให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น จัดชมโรงงานหรือบริษัทที่ผลิต อธิบายขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานต่าง ๆ ที่บริษัทได้รับ และประวัติผลผลิตไข่ไก่ที่ได้้อย่างละเอียด เพื่อเปรียบเทียบราคากับคุณภาพสินค้าที่ได้รับ สำหรับเรื่องพนักงานขายอหฺยาศัยไม่ค่อยดี และบริการที่เสนอขายไม่หลากหลายทางบริษัทควรมีการคัดเลือกพนักงานขาย และจัดอบรมพนักงานขายให้มากขึ้น เช่น อบรมพนักงานขายในเรื่อง เทคนิคการขาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำ และเพิ่มการสื่อสารการตลาดด้านอื่น ๆ เช่น จัดทำเอกสารหรือแผ่นพับ ชี้แจงถึงบริการที่เสนอขายสินค้าและบริการรูปแบบต่าง ๆ ให้ครอบคลุมที่บริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อคอยย้าให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ในเรื่องดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

ยี่ห้อ เบทาโกร106 มีตำแหน่งทางการตลาดเด่นในปัจจุบันด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขาย คือ คุณภาพอาหารดี สม่่าเสมอ บริษัทควรดำเนินกลยุทธ์ในการรักษาตำแหน่งทางการตลาดนี้เอาไว้ และทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยังคงรับรู้ในเรื่องดังกล่าว

ส่วนเรื่องไม่มีบริการขายครบวงจร ไม่มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย พบว่าไม่สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดที่บริษัทวางไว้ ดังนั้น บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือแผ่นพับเพื่อชี้แจงเรื่องดังกล่าว และเพิ่มเติมการสื่อสารการตลาดด้านอื่น เช่น การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ผ่านทางนิตยสารการเกษตรที่มียอดขายสูงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น สัตว์เศรษฐกิจ เพื่อนไก่ สำหรับการให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานขายชำ ทางบริษัทควรดำเนินการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานขาย และควรจัดโปรแกรมให้พนักงานขายเข้าพบปะกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เดิมยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัท ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ได้น้อย เช่น ราคาไม่แพง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ พนักงานขายอภยาศัยดี เป็นต้น บริษัทควรดำเนินการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดนี้ เช่น การจัดทำประวัติผลผลิตไข่ไก่ เทียบกับปริมาณอาหารที่ใช้ พนักงานขายเพิ่มความถี่ในการพบปะ แนะนำ ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และจัดทำเอกสารหรือแผ่นพับข้อมูลต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อตอบย้ำให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ในเรื่องดังกล่าวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้ถึงเรื่องการมีสินค้าเชื่อระยะยาว ดังนั้น บริษัทควรให้พนักงานขายชี้แจง ทำเอกสารข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างสินค้าเชื่อของบริษัทตนเองและบริษัทคู่แข่ง เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้เรื่องดังกล่าวมากขึ้น

ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 ตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และการบริการหลังการขาย พบว่าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่รับรู้เรื่อง คุณภาพอาหารสม่ำเสมอ บริษัทควรดำเนินการให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์รับรู้ โดยเปรียบเทียบลักษณะอาหารดูที่ใช้ปัจจุบันกับดูก่อนหน้านั้นว่าเหมือนกันหรือไม่ และมีการจัดทำประวัติการเลี้ยงอย่างละเอียด เช่น ปริมาณการกินอาหารต่อวัน ผลผลิตไข่ที่ได้ต่อวัน เป็นต้น แต่มีลักษณะเด่นในด้านอื่น ๆ เช่น มีบริการขายครบวงจร มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย มีการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วของพนักงานขายและรับซื้อไข่คืนตามกำหนดเวลา บริษัทควรดำเนินกลยุทธ์ในการรักษาตำแหน่งทางการตลาดนี้เอาไว้ และทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยังคงรับรู้ในเรื่องดังกล่าว

ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัท มีลักษณะ ราคาไม่แพง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ สั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ พนักงานขายอภยาศัยดี ซึ่งตรงตามตำแหน่งทางการตลาดที่บริษัทได้กำหนดไว้ ควรดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มเติมการสื่อสารการตลาดด้านอื่น เช่น การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ผ่านทางนิตยสารการเกษตรที่มียอดขายสูงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น สัตว์เศรษฐกิจ เพื่อนไก่ เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยังคงรับรู้ในเรื่องดังกล่าว

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของการศึกษา

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้จากการศึกษา การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของ ลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ในระหว่างการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนก ทำให้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามหรือจำนวนฟาร์มลดลง เนื่องจากเมื่อสัตว์ถูกทำลายก็เปลี่ยนอาชีพไปเป็นอาชีพอื่น หรือยังไม่พร้อมที่จะทำการเลี้ยงรุ่นใหม่ เช่น ขาดแคลนเงินลงทุน วิธีการเลี้ยงที่เปลี่ยนไป

2. ผลผลิตที่ได้จากการเลี้ยงไก่ไข่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ นอกเหนือจากคุณภาพอาหารสัตว์ เช่น พันธุ์สัตว์ สภาพภูมิอากาศ รูปแบบการเลี้ยง และการเกิดโรคระบาด เป็นต้น ดังนั้น หากต้องการทราบผลผลิตของไข่ไก่ที่เกิดจากคุณภาพของอาหารที่แน่ชัดต้องทำการวิจัยโดยควบคุมปัจจัยอื่น ๆ ในการเลี้ยงให้คงที่

3. การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ห่อไก่โดยห่อหนึ่ง หรือ 2 ยี่ห้อ ไม่สามารถหาผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ยี่ห้อได้ เนื่องจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์มีความภักดีต่อตราไก่ก่อนข้างสูง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved