

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาววิรงรอง เจียมวิจักขณ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณีส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่ของทั้ง 3 ยี่ห้อ คือ CP (ซีพี) 324 เบทาโกร 106 และ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404

วิธีการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในด้านการขายหรือการตลาดของบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ทั้ง 3 ยี่ห้อ จำนวน 3 คน และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ จำนวน 5 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการออกแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ทั้งหมดจำนวน 205 คน และนำข้อมูลมาทำการประมวลผล โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัท ประกอบด้วย ราคาแพง ตั้งชื่อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย บริการที่เสนอขายมีหลายรูปแบบ พนักงานขายอหฺยาศัยดี มีส่วนลด หาซื้อได้ตามร้านค้าในพื้นที่ ชื่อเสียงของบริษัท ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ สินค้าเชื่อถือระยะยาว และการจัดกิจกรรมนอกสถานที่

ปัจจัยที่ 2 ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขาย ประกอบด้วย มีบริการขายครบวงจร ผลิตภัณฑ์ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก การให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหอย่างรวดเร็ของพนักงานขาย รับซื้อไข่ไก่คืนตามกำหนดเวลา ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ บรรลุเกณฑ์เปิดใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ผลผลิตไข่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารสม่ำเสมอ

สำหรับการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไข่ไก่เป็นดังนี้

ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและชื่อเสียงของบริษัทสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ คือ ราคาแพง ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตามความต้องการผ่านพนักงานขาย ไม่มีบริการที่เสนอขายหลายรูปแบบ พนักงานขายอหยาศัยไม่ค่อยดี ไม่มีส่วนลด หาซื้อได้ง่ายตามร้านค้าในพื้นที่ บริษัทมีชื่อเสียง ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการ มีสินเชื่อดีระยะยาว และไม่มีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่

ยี่ห้อ เบทาโกร 106 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ คือ ไม่มีบริการขายครบวงจร ผลิตภัณฑ์ใช้ง่ายไม่ยุ่งยาก ไม่มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขาย การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหของพนักงานขายช้า ไม่รับซื้อไข่ไก่คืนตามเวลากำหนด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ บรรลุเกณฑ์เปิดใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ผลผลิตไข่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารสม่ำเสมอ

ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 มีตำแหน่งทางการตลาดในปัจจัยด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และการบริการหลังการขายสูงกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ คือ มีบริการขายครบวงจร ผลิตภัณฑ์ยุ่งยากในการใช้ มีการให้คำแนะนำการเลี้ยงและข้อมูลข่าวสารของพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ มีการให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหอย่างรวดเร็ของพนักงานขาย รับซื้อไข่ไก่คืนตามกำหนดเวลา ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ บรรลุเกณฑ์ยุ่งยากในการเปิดใช้และในการเก็บรักษา ผลผลิตไข่ไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน และคุณภาพอาหารไม่สม่ำเสมอ

Independent Study Title Customer Perception Towards the Market Positions of Layer Feed Product in Chiang Mai Province

Author Miss Wirongrong Jeanwijuck

Degree Master of Business Administration
(Agro - Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Chirawan Chaisuwan Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

The objective of this independent study is to study customer's perception towards the market positions of layer feed in Chiang Mai Province. There are three brands in this study including CP 324, Betagro 106 and RPM 404.

The study was conducted by the depth interview 3 of the owners or executive officers who were in charge of sales or marketing of these three layer feed producing companies and five persons who used the layer feed. The questionnaire was designed by using the obtained data. Then, questionnaires were distributed to 205 persons who used these three layer feed brands. Analysis is presented descriptively in terms of frequency value, percentage value, and factor analysis.

Two factors determine marketing position of layer feed. The first factor is price, distribution channel and company's reputation which consists of expensive, placing of customer's demanded purchasing order via salesman, various services in sales presentation, good manner of salesman, having discounted price, easy to buy in local stores, company's reputation, reasonable price to product's quality and services, long term creditable, and out side eventually

company activity . The second factor is distinctiveness of products and post sale services which consist of completely sale services, easily product using, feeding suggestion and information from saleman, fast solving problem for customer of saleman, buying returned eggs in the time table, receiving various standards, easy to use and storage of package, meeting standard criteria, and feed quality of egg production.

The customer's perceptions towards the market positions of layer feed are as follows, CP 324 obtains the highest positions of price, distribution channel and company's reputation compared to other factors which are expensive, not being placed of customer's demanded purchasing order via salesman, no various services in sales presentation, bad manner of salesman, no discount, easy to buy in local stores, company's reputation, no resonable price to product's quality and services, long term creditable, and out side eventually company activity.

Betagro 106 obtains the highest positions of distinctiveness of products and post sale services compared to other factors which are no completely sale services, easy product using, no feeding suggestion and information from saleman, slowly solving problem for customer from saleman, no buying returned eggs in the time table, receiving various standards, easy to use and storage package, meeting standard criteria, and feed quality of egg production.

RPM 404 also obtains the highest positions of distinctiveness of products and post sale services compared to other factors which are completely sale services, difficultly of product using, usual feeding suggestion and information from saleman, fast solving problem for customer from saleman, buying returned eggs in the time table, no standard of the products, difficultly to use and storage of package, no standard criteria of egg production, and irregular standard quality of feed.