

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยกลุ่มตัวอย่างส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป ในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างและพัฒนาขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เลี้ยงสุกรที่ขึ้นทะเบียนฟาร์มตามกฎหมายอาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 12 ฟาร์ม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล โดยการบันทึกเทปการสนทนาเพื่อประกอบการวิเคราะห์และตีความข้อมูล ผู้ทำวิจัยได้สรุปการวิจัยและมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เลี้ยงสุกรเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 4) เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงสุกรจำนวนทั้งสิ้น 12 ฟาร์ม แบ่งเป็นเพศชาย 10 คน และเพศหญิง 2 คน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 6 คน ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท จำนวน 6 คน การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน จำนวนกระสอบที่ซื้อต่อครั้ง (ขนาดบรรจุ 1 ถุง = 30 กิโลกรัม) ส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 50-100 กระสอบ จำนวน 7 คน และมีการชำระเงินเป็นเงินสด จำนวน 8 คน อีกทั้งความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปอยู่ที่ 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 6 คน

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นข้อมูลของผู้เลี้ยงสุกรเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

5.1.2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในการเลือกใช้อาหารสุกรสำเร็จรูปโดยพิจารณาจากปริมาณและสัดส่วนของสารอาหารที่เหมาะสมกับช่วงรุ่นหรืออายุและน้ำหนักของสุกรเป็นสำคัญ ผู้เลี้ยงสุกรคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะมีความครบถ้วนของสารอาหารทำให้สุกรมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์และได้น้ำหนักตามที่ต้องการของตลาด

5.1.2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านราคา สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคาที่สำคัญสำหรับผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหารสุกรสำเร็จรูป พิจารณาจากราคาถูกและได้ปริมาณมากเป็น

หลัก หากมีปัจจัยสภาพเศรษฐกิจที่ต้องมีการปรับราคาอาหารสูงขึ้น ผู้เลี้ยงสุกรบางท่านก็พิจารณาเลือกใช้อาหารยี่ห้ออื่นที่มีราคาถูกลงอาหารครบถ้วนใกล้เคียงกับยี่ห้อเดิม

5.1.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในการเลือกใช้อาหารสุกรสำเร็จรูป พิจารณาจากสถานที่ตั้งของร้านขายอาหารสัตว์โดยคำนึงถึงการเดินทางระยะทางที่ไม่ไกลจากฟาร์ม

5.1.2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า มีการให้ส่วนลด การให้ของแถมเมื่อซื้อถึงจำนวนที่กำหนด มีการแจกตัวอย่างเพื่อให้ทดลองใช้ฟรีและมีของแถมเป็นสินค้าเพื่อเป็นของแถมฟรีให้กับผู้ซื้ออาหารสุกรสำเร็จรูป

5.1.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล สรุปได้ว่า เป็นบุคคลที่มีความรู้สามารถให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

5.1.2.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สรุปได้ว่า ลักษณะในการจัดตกแต่งร้านมีลักษณะการวางสินค้าความโดดเด่นแตกต่างกันไป เนื่องจากร้านมีการขายสินค้าหลายประเภท

5.1.2.7 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านกระบวนการ สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในการเลือกใช้อาหารสุกรสำเร็จรูป พิจารณาจากความสะดวกรวดเร็วในการบริการ มีการจัดการบริการส่งอาหารสุกรสำเร็จรูปตรงต่อเวลา

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก และได้วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก จากนั้นกำหนดกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกที่ได้วิเคราะห์มาแล้วจาก SWOT Analysis โดยใช้การจับคู่วิเคราะห์ระหว่าง 1) จุดแข็งและโอกาส 2) จุดอ่อนและโอกาส 3) จุดแข็งและอุปสรรค และ 4) จุดอ่อนและอุปสรรค โดยมีผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) ผู้ประกอบธุรกิจอาหารสุกรสำเร็จรูป สามารถสต็อกผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปอาหารช่วงระยะที่ผู้เลี้ยงสุกรใช้เลี้ยงสุกรมากที่สุด เนื่องจากพื้นที่ อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นพื้นที่ที่มีการเลี้ยงสุกรขุน และสุกรขุนเป็นสุกรช่วงระยะที่มีการกินอาหารช่วงที่ 4 มากที่สุด อาหารช่วงที่ 4 คือ อาหารสุกรขุนอายุ 3-4 เดือน(ส่งตลาด) เฉลี่ยน้ำหนักสุกร 60-100 กิโลกรัม ให้กินอาหารสุกรสำเร็จรูปปริมาณสัดส่วนของสารอาหารที่มีโปรตีนร้อยละ 12-14 คุณภาพของสารอาหารที่มี ความครบถ้วนของอาหารแต่ละยี่ห้อทำให้ผู้เลี้ยงสุกรสามารถตัดสินใจได้มากขึ้น

จุดอ่อน (Weaknesses) ขาดระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับการปฏิบัติงานของพนักงานและรถนำส่งสินค้าเข้าฟาร์มสุกร ซึ่งมีความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโรคได้ ร้านขายอาหารสัตว์มีบุคลากรที่ไม่เพียงพอ ซึ่งพนักงานไม่ชำนาญในการทำงาน ไม่ทำความสะอาดอ่างน้ำก่อนเข้า-ออกฟาร์ม และไม่มีการพ่นยาฆ่าเชื้อยานพาหนะในกรณีที่ต้องเข้าไปส่งสินค้าภายในฟาร์มสุกรซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สรุปได้ว่า เกิดความเสี่ยง มีการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสและเชื้อโรคอื่นๆ ที่ทำให้เกิดโรคระบาดที่มาจากยานพาหนะ คน และวัสดุอุปกรณ์ที่ส่งสินค้าเข้าไปภายในฟาร์มสุกร ถ้าสุกรเกิดการติดเชื้อไวรัสและเชื้อโรคอื่น ๆ จะส่งผลกระทบต่อการผลิตสุกรและธุรกิจอาหารสัตว์

โอกาส (Opportunities) นโยบายการปราบปรามร้านขายอาหารสัตว์ที่ไม่ได้มีการขึ้นทะเบียนและผ่านการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจถูกต้องมีโอกาสเชิงการตลาดได้มากขึ้น ปัจจัยด้านกฎหมายของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป การเปิดร้านขายอาหารสัตว์จะต้องมีการขอใบอนุญาตและปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมอาหารสัตว์ พ.ศ. 2558 โดยมีผู้ประกอบการบางรายได้นำอาหารสัตว์มาจำหน่าย

อุปสรรค (Threats) การเกิดโรคระบาดที่มีการติดต่อร้ายแรงในสุกรที่แพร่กระจายทั่วภูมิภาคต่าง ๆ ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเลี้ยงสุกรและอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารสัตว์ การเลี้ยงสุกรถ้าขาดการดูแลโดยเฉพาะการจัดการด้านโรคที่สร้างความเสียหายภายในฟาร์ม การระบาดของโรคที่มีการระบาดอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์สูงในช่วงฤดูปลายฝนต้นหนาว เพราะอากาศแปรปรวนอาจจะทำให้สัตว์เกิดโรคต่างๆได้ง่าย

สรุปข้อมูลการวิเคราะห์กลยุทธ์โดย TOWS Martrix

กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (SO Strategy)

(1) การบริหารสินค้าคงคลังในช่วงระยะเวลาที่ผู้เลี้ยงสุกรต้องการใช้ได้

(2) การสร้างกำไรจากการขายปริมาณมาก

กลยุทธ์ปรับปรุงกระบวนการภายใน (WO Strategy)

(1) จัดพนักงานให้ตรงกับความต้องการ

กลยุทธ์พัฒนาบุคลากร (ST Strategy)

(1) การฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้คำแนะนำผู้เลี้ยงสุกรได้

กลยุทธ์พัฒนาคุณภาพการบริการ (WT Strategy)

(1) พนักงานมีลักษณะการทำงานที่มีความรู้ข่าวสารวงการปศุสัตว์ การให้บริการส่งสินค้าตรงเวลาไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหาย

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดบริการ

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอาหารสุกรสำเร็จรูปควรใช้มีกลยุทธ์ ควรใช้มี 2 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

5.1.4.1 กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ

กลยุทธ์ย่อยที่ 1 การบริหารสินค้าคงคลังในช่วงระยะเวลาที่ผู้เลี้ยงสุกรต้องการใช้ได้ คือ การสต็อกอาหารสุกรสำเร็จรูปช่วงระยะที่ 4 อาหารสุกรขุนอายุ 3-4 เดือน (ส่งตลาด) เฉลี่ยน้ำหนักสุกร 60-100 กิโลกรัม ปริมาณสัดส่วนของสารอาหารที่มีโปรตีนร้อยละ 12-14 จากผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักด้านผลิตภัณฑ์พบว่า อาหารสุกรสำเร็จรูปที่สุกรกินมากที่สุดคือ อาหารสุกรขุน ปริมาณการกินอยู่ที่ 3 กระสอบ/ตัว ซึ่งอาหารสุกรสำเร็จรูปทุกยี่ห้อได้มีการพัฒนาปรับปรุงสูตรอาหารให้เหมาะสมกับความต้องการของสุกรแต่ละช่วงอายุ ทั้งในเรื่องของโภชนาการโปรตีน ไขมัน ที่เหมาะสมในสุกรแต่ละช่วงอายุแล้ว ในพื้นที่อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษมีปริมาณการเลี้ยงสุกรมากที่สุดคือสุกรขุน ที่จะกินอาหารสุดท้ายคือ ช่วงระยะที่4 อาหารสุกรขุนอายุ 3-4 เดือน (ส่งตลาด) การสต็อกอาหารสุกรสำเร็จรูประยะนี้จะทำให้ร้านขายอาหารสุกร

สำเร็จรูปหมุนเวียนสินค้าได้เร็ว และร้านขายอาหารสุกรสำเร็จรูปสามารถซื้ออาหารระยะที่4 ได้ในจำนวนมากทำให้ได้อาหารราคาถูกต้นทุนค่าอาหารจะได้ต่ำลง

กลยุทธ์ย่อยที่ 2 การสร้างกำไรจากการขายปริมาณมาก ผู้ประกอบการร้านขายจำหน่ายอาหารสุกรสำเร็จรูปเป็นผู้กำหนดราคาจะต้องคาดคะเนถึงปริมาณการขาย การสร้างกำไรจากยอดขาย การกำหนดราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาดหรือราคาของคู่แข่งในตลาด ซึ่งการขายในลักษณะการกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งมีวัตถุประสงค์ต้องการเจาะตลาด กล่าวคือ เมื่อลดราคาจะทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นปริมาณการขายเพิ่มขึ้น

5.1.4.2 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์ย่อยที่ 1 การฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน การให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน สามารถช่วยแก้ไขปัญหาหรือแนะนำต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี การอบรมให้พนักงานรู้ทันต่อข่าวสารวงการปศุสัตว์ เช่น เรื่องราคาสุกร เรื่องโรคระบาด การใช้ยา การฉีดวัคซีน การจัดการการป้องกันโรค เป็นต้น เมื่อพนักงานมีความรู้สามารถให้คำแนะนำให้กับผู้เลี้ยงสุกรได้อย่างถูกต้อง เมื่อพนักงานมีความรู้สามารถให้คำแนะนำให้กับผู้เลี้ยงสุกรได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่มีปัญหาในการเลี้ยงสุกรจะมีการสอบถามกับพนักงานขาย หนูเป็นอะไร เกิดจากสาเหตุใด ควรใช้ยาอะไรในการรักษาสุกร ในการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจะมีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจากบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์

กลยุทธ์ย่อยที่ 2 การพัฒนาคุณภาพการบริการ การพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีกว่าเดิมรักษาความดีให้เป็นที่ยอมรับ การรักษาการบริการส่งสินค้าให้มีความตรงต่อเวลา การบริการส่งสินค้าครบตามจำนวน การส่งสินค้าให้ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าสั่ง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ สรุปได้ดังนี้

5.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของสินค้าโดยเน้นให้สินค้าได้โภชนาตรงตามความต้องการของสุกร ปริมาณและสัดส่วนของสารอาหารเหมาะสมกับช่วงรุ่นหรืออายุและน้ำหนักของสุกรเป็นสำคัญ เพื่อให้สุกรที่เลี้ยงได้รับสารอาหารเพียงพอต่อความต้องการทำให้สุกรมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์และได้น้ำหนักตามที่ตลาดต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อุทัย สุขศิริ (2540) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น คือ คุณภาพของอาหารมีสารอาหารครบถ้วน สมชาย บริรักษ์เลิศ (2555) ได้ทำการศึกษา ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าฟาร์มขนาดใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนบนในการซื้ออาหารสุกรที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าโภชนาการตรงตามความต้องการ

ของสุกรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษา แนวทางการเพิ่ม ยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ อาหารสุกรมีคุณภาพมีอาหารทุกช่วงตามอายุของสุกร สมเกียรติ ไกรนรา (2550) ได้ทำการศึกษา การเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ คือ เลือกสินค้าที่คุณภาพมีสารอาหารครบถ้วนตามความต้องการของสุกร

5.2.2 ด้านราคา

ในส่วนของปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในเรื่องของ สินค้ามีราคาถูก เนื่องจากต้นทุนการเลี้ยงสุกรเป็นต้นทุนค่าอาหารเป็นหลัก การเลี้ยงสุกรให้มีกำไร ผู้เลี้ยงสุกรจึงคำนึงถึงค่าอาหารเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรวัฒน์ ชุนรักษา (2558) ได้ทำการศึกษา ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการฟาร์ม ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป สำหรับสุกรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านราคาที่มีผลต่อผู้ประกอบการฟาร์มในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุกรในจังหวัดเชียงใหม่ คือ สินค้ามีราคาถูก

5.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในส่วนของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ ในเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านขายอาหารสัตว์ที่จำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนของฟาร์มสุกรที่สามารถเดินทางได้สะดวก จากที่ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ร้านขายผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปที่ผู้เลี้ยงสุกรเลือกซื้อ มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 สาขา มีการขยายสาขาไปในพื้นที่ตำบลที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้ง ฟาร์มสุกร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอุทัย สุขศิริ (2540) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น คือ มีการจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายใกล้ชุมชน พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อแนว ทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ ทำเลที่ตั้ง ใกล้กับแหล่งชุมชนที่เลี้ยงสุกรเดินทางสะดวก

5.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด

ในส่วนของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญ ในเรื่องของการให้ส่วนลด แลก แจก แถม จากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ในเทศกาลวันสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ผู้เลี้ยงสุกรจะได้ของขวัญปีใหม่จากร้านขายผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปจากทาง ร้านทุกฟาร์ม และมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างผู้เลี้ยงสุกรกับทางร้าน ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดขาย อาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้าน ส่งเสริมการตลาดที่มีผลแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปออาหารสัตว์อำเภอเมือง

จังหวัดขอนแก่น คือ การให้ส่วนลดราคาสินค้า สมเกียรติ ไกรนรา (2550) ได้ทำการศึกษา การเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ คือ การมีส่วนลด แลก แจก แถม

5.2.5 ด้านบุคคล

ในส่วนของปัจจัยด้านบุคคล จากผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในเรื่องของการให้คำแนะนำของพนักงาน เป็นบุคคลที่มีความรู้ สามารถแนะนำให้ความรู้กับผู้เลี้ยงสุกร จากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ผู้เลี้ยงสุกรจะมีมาตรการการป้องกันเชื้อโรคที่อาจจะติดมาจากพนักงานโดยจะมีการอาบน้ำเข้า-ออกทุกครั้งก่อนเข้าฟาร์ม ผู้เลี้ยงสุกรให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าโปรแกรมการฉีดวัคซีน เทคนิคการฉีดยา ก็ได้ความรู้มาจากพนักงานขายจากทางร้านที่มาแนะนำให้มีความรู้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุทัย สุขศิริ (2540) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น คือ การได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่มีความรู้ พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านท้อปอาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านบุคคลที่มีผลต่อ แนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านท้อปอาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ การให้คำแนะนำความรู้จากพนักงาน สมชาย บริรักษ์เลิศ (2555) ได้ทำการศึกษา ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าฟาร์มขนาดใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนบนในการซื้ออาหารสุกร ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านบุคคลที่มีผลต่อลูกค้าฟาร์มขนาดใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนบนในการซื้ออาหารสุกร คือ พนักงานให้ความรู้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษาสัตว์ วรวัฒน์ ขุนรักษา (2558) ได้ทำการศึกษา ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการฟาร์มในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุกรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านบุคคลที่มีผลต่อผู้ประกอบการฟาร์มในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุกรในจังหวัดเชียงใหม่ คือ พนักงานแนะนำให้มีความรู้สินค้าเป็นแหล่งข้อมูลในการรู้จักอาหารสุกรสำเร็จรูป สมเกียรติ ไกรนรา (2550) ได้ทำการศึกษา การเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ คือ พนักงานมีความรู้เรื่องการดูแลสัตว์ให้คำปรึกษาได้

5.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญในเรื่องการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ความสะอาดภายในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านท้อปอาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านท้อปอาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ ความสะอาดของภายในร้าน การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบ สมเกียรติ ไกรนรา (2550) ได้ทำการศึกษา การเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน

ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในฟาร์มสุกรของเกษตรกรอำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ คือ ร้านที่มีการตกแต่งสะอาด

5.2.7 ด้านกระบวนการ

ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงสุกรให้ความสำคัญการบริการส่งสินค้าตรงต่อเวลาที่กำหนด จากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ผู้เลี้ยงสุกรจะทำการสั่งผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปทางโทรศัพท์ จะมีการส่งสินค้าล่วงหน้า 2 วัน เพื่อให้ทางร้านได้จัดสรรเวลาจัดส่งได้ตรงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณภา เครือศิริกุล (2554) ได้ทำการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปศออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านกระบวนการที่มีผลต่อแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารสุกรของร้านที่ปศออาหารสัตว์อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ การบริการขนส่งอาหารสุกรให้ตรงตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกร

5.3.1 ข้อเสนอแนะทางด้านผลิตภัณฑ์

การขายผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปที่มีคุณค่าทางโภชนาการตรงตามความต้องการของสุกรเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารสุกรสำเร็จรูปต้องมีการวางแผนที่ดีในการขาย ซึ่งจะต้องมีการวางแผนกับทางโรงงานผลิตอาหารสัตว์ว่าต้องการสูตรอาหารสุกรแบบไหนที่จะนำมาวางขายให้กับผู้เลี้ยงสุกรพร้อมกับเน้นเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตอาหารสุกรสำเร็จรูป โดยมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบคุณภาพ และมีการนำเสนอสูตรอาหารใหม่ให้กับผู้เลี้ยงสุกรเพื่อให้เป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับสุกร การสต็อกอาหารสุกรสำเร็จรูปช่วงระยะสุกรขุนไว้ขายให้กับผู้เลี้ยงสุกร เพราะในเขตอำเภอกันทรลักษณ์มีการเลี้ยงสุกรระยะขุนมากที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะทางด้านราคา

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์นั้นต้องสำรวจราคาโดยรวมของตลาดด้วย เพื่อให้เป็นราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และควรมีการสื่อสารเรื่องการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบ การให้ส่วนลดกับลูกค้าเพื่อลูกค้าจะได้อาหารที่ถูกลง

5.3.3 ข้อเสนอแนะทางด้านช่องทางจัดจำหน่าย

การเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น โดยช่วยให้สารสนเทศมาช่วยในการบริการสั่งซื้อรวดเร็วขึ้น เช่น สื่อสังคมออนไลน์ พร้อมกับการบอกรายละเอียดเบอร์โทร สถานที่ตั้ง ไว้อย่างชัดเจน มีพนักงานขายเดินทางไปหาลูกค้าโดยตรงเพื่อพบปะพูดคุยกับลูกค้า

5.3.4 ข้อเสนอแนะทางด้านส่งเสริมการขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารสุกรสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในเรื่องการโฆษณาโดยมุ่งเน้นที่การสื่อโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพราะการโฆษณาจะเป็นสื่อสำคัญในการแนะนำให้ผู้เลี้ยงสุกรได้รู้จักตราสินค้าอาหารสุกรสำเร็จรูป รวมทั้งคุณสมบัติต่างๆของอาหารสุกรสำเร็จรูป และยังเป็นการเข้าถึงผู้ประกอบการอีกช่องทางหนึ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารสุกรสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในเรื่องการส่งเสริมการขาย เพื่อที่จะช่วยกระตุ้นในการตัดสินใจซื้อ โดยมีสิ่งจูงใจให้กับผู้ซื้อ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม การชิงโชค เป็นต้น

5.3.5 ข้อเสนอแนะทางด้านบุคคล

การคัดสรรบุคคลที่เป็นพนักงาน ควรเป็นคนที่มีความพร้อมด้านทัศนคติและทักษะในการบริการเป็นอย่างดี นอกจากนี้การเพิ่มพูนทักษะในการบริการแก่บุคคลควรทำอย่างต่อเนื่อง การสร้างบุคลากรให้มีใจรักการบริการ (service mind) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารสุกรสำเร็จรูปต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง โดยมีการฝึกอบรม เช่น การบริการหลังการขาย ศิลปะในการพูด การใช้ทักษะในการเสนอขายและปิดการขาย ให้แก่พนักงาน พร้อมกับมีกระบวนการติดตาม และตรวจสอบ โดยการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าทุกปี รวมถึง การสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน การไปเที่ยวประจำปี การได้โบนัสประจำปี

5.3.6 ข้อเสนอแนะด้านลักษณะทางกายภาพ

การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบภายในร้านผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารสุกรสำเร็จรูปควรให้ความสำคัญในการพ่นยาฆ่าเชื้อทำความสะอาดภายในร้าน เป็นการฆ่าเชื้อโรคภายในร้าน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า ตลอดจนการจัดการภายในร้านให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ปราศจากการปนเปื้อน มีการกำกับดูแลเป็นอย่างดี

5.3.7 ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ

การพัฒนาการบริการก่อนและหลังการขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป มุ่งเน้นขั้นตอนการสั่งซื้อให้ลูกค้าได้รับสินค้าตรงตามเวลาที่ต้องการ ตลอดจนควรมีการปรับระบบขนส่งให้คล่องตัวรวดเร็ว ในการส่งสินค้าตรงเวลา การติดตั้ง ระบบ GPS เพื่อให้ง่าย สะดวก ต่อการส่งสินค้า

5.3.8 ฐานข้อมูลลูกค้า

ยังไม่มีมีการอัปเดตการเพิ่มขึ้นของจำนวนของประชากรสุกรในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ควรจะมีการสำรวจและอัปเดตฐานข้อมูลให้ได้จำนวนสุกรที่แท้จริง และยังขาดช่องทางการค้นหาข้อมูล ปศุสัตว์ควรจะมีเว็บไซต์เพื่อให้ง่ายต่อการหาข้อมูล

5.3.9 หน่วยงานภาครัฐควรจัดกิจกรรมการให้ความรู้

ควรจัดกิจกรรมการให้ความรู้แก่ผู้เลี้ยงสุกรโดยตรง เช่น เรื่องโรค การใช้อาหารในการฉีดสุกร ข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในการเลี้ยงสุกร เพราะเวลามีปัญหาโดยส่วนมากผู้เลี้ยงสุกรจะสอบถามและซื้อขายซื้อวัคซีนจากร้านขายอาหารสัตว์ ทำให้ต้นทุนในการเลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้น หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายในการแจกยา วัคซีน ให้กับผู้เลี้ยงสุกรที่มีการลงทะเบียนฟาร์มตามกฎหมาย

5.3.10 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

สามารถปรับใช้ข้อมูลหรือแนวทางกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเลี้ยงสุกรได้