

ความต้องการของผู้ซื้ออุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์  
(ear tag)

**The Purchaser Requirement For Livestock Equipment Of Ear Tag Category**

นาย พิทพล แซ่ลิ่ม

**บทคัดย่อ**

ความต้องการของผู้ซื้ออุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag)

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด 2) เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
- 3) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจ 4) เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

**ผลการวิจัย**

1) กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย อายุ 20-29 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท สถานภาพโสด เลือกใช้เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) กับโค/กระบือ มีวัตถุประสงค์เลือกซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ พร้อมเลเซอร์มาร์ค (ear tag) เนื่องจาก ใช้เองในฟาร์มหรือบ้านเรือน ส่วนคุณภาพคำนึงถึงความแข็งแรงทนทาน การฉีกขาด การหลุด การบิดงอ สั่งซื้อจากเว็บไซต์ 50-200 ชุด ราคา 11-20 บาท การขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก ราคา 51-100 บาท ระยะเวลาในการสั่งซื้อ 2-3 วันหลังสั่งซื้อและไปรษณีย์ฟรีค่าส่ง มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตและกลุ่มตัวอย่างเลือกสั่งซื้อสินค้าทาง Facebook

2) ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี สำหรับการลงทุนในธุรกิจเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ ใช้งบประมาณ 730,000 บาท ปรากฏว่าสามารถมียอดขาย 100,000 บาท ต่อเดือน ของความต้องการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ที่ต้องการดำเนินงาน โดยในช่วงเดือนแรกของการดำเนินงานจะมีค่าการปรับปรุงอาคารพาณิชย์ ค่าเครื่องจักร เช่น เครื่องฉีดพลาสติกเครื่องเลเซอร์มาร์ค และ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ คิดเป็นเงินรวม ทั้งหมด 330,000 บาท

สำหรับรายได้ระหว่างดำเนินงานของปีแรกประมาณ 1,200,000 บาทต่อปี โดยมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 100,000 บาท มาจากการจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) ของโค/กระบือ และ แพะ/แกะ/สุกร โดยราคาเฉลี่ยต่อชุด 100 บาท ซึ่งจะประมาณการมียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 15 % ทุกๆปี ของความต้องการของผู้บริโภคในช่วง 5 ปีแรกของการเริ่มต้นของดำเนินงาน

3) การดำเนินงานร้านผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) มี 2 ส่วนคือ การดำเนินงานด้านการผลิต และการดำเนินงานร้านขาย เป็นอาคารพาณิชย์ เขต บางคอแหลม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ภายในระยะเวลา 5 ปี มี 3 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง และ กลยุทธ์การสร้างวิธีครองใจผู้บริโภค

5) ยอดขายและแนวโน้ม ความต้องการของผู้บริโภคเป็นการพยากรณ์จากค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และหน่วยงานของทางราชการ ควรติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง และรักษาสถานลูกค้าเดิม จากนั้นทำการประเมินและวิเคราะห์ยอดขายอยู่เสมอ เช่น ทุกไตรมาส เป็นต้น เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนปรับยอดขายหรือลดต้นทุนการผลิตให้การดำเนินงานธุรกิจให้อยู่รอดในทุกสถานการณ์ของตลาด

**คำสำคัญ :** ความต้องการดำเนินงาน, เครื่องหมายประจำตัวสัตว์, จำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์, แผนธุรกิจ

## ABSTRACT

The Purchaser Requirement For Livestock Equipment Of Ear Tag Category Research objectives

- 1.) To study the market requirement and behavior
- 2.) To study the sales amount and the sales amount trends for 5 years
- 3.) To study the business actuation
- 4.) To study the strategic planning and management for a period of 5 years

### Results show that

1) The sample group of consumers who responded to the questionnaire was male, aged 20-29 years old. Personal business career Average income 10,001-20,000 baht Single status choose to use animal identification marker (ear tag) with cattle. Have the objective to purchase selection the animal identification marker with laser mark (ear tag) wherewith used on farms or in houses area. For the quality is considered strength, durability, tearing, deformation, bending. The purchase order from website 50-200 sets, price 11-20 baht. Transportation that most respondents choose for the price of 51-100 baht. The purchase order time is 2-3 days after the purchase order. And free shipping promotion with news from the internet. And the sample group choose to purchase order products via Facebook

2) The sales amount and sales amount trends for 5 years for investing in animal identification marker. To using a budget of 730,000 baht. It that able to sales amount 100,000 baht per month for the consumers demand in the operation requirement area. During the first month of implementation, there will be a charge for commercial buildings renovation, machinery charge, such as the plastic injection machine, the laser mark machine and various appliances equipment total amount of 330,000 baht. The revenues for the implementation of the first year, about 1.2 million baht per year, with an average income of 100,000 baht per month from the sale of livestock equipment for the animal identification marker category (ear tag) of cattle /goat / sheep / swine. With an average price of 100 baht per set, which is estimated to have sales amount increased by 15% per year every year of consumer demand during the first 5 years for the implementation start

3) The producing shop implementation and the sale of the livestock equipment for the animal identification marker category (ear tag) there are 2 parts, by the production implementation and the shop operation constitute a commercial building in Bang Kho-Laem District, Bangkok

4) For the strategic management within 5 years there are 3 strategies, the price strategy, the different value creation strategy and the consumer dominance strategy.

5) The sales amount and consumer demand trends are forecasts from the average of the sample group of livestock farmers. And the government agencies should be to monitor the situation continuously and maintain the existing customer base. Then always evaluate and analyze sales, such as every quarter, etc. To view the consumer demand trends in planning sales adjustments or reducing production costs to ensure business operations to survive in every market situation

**Keyword : Operation Requirement, Animal Identification Marker, Livestock Equipment Distributor, Business plan**

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่มีการทำการเกษตรเป็นอาชีพหลักมาเป็นเวลานาน ซึ่งมักทำเป็นการเกษตรแบบยังชีพที่มีความสอดคล้องกับประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของคนไทย ในการผลิตทางการเกษตรนี้ได้อาศัยความรู้ ความสามารถที่สืบทอดกันต่อๆ มา ตั้งแต่บรรพบุรุษ จนในปัจจุบันมีการพัฒนาการเกษตรจากเดิมที่เป็นการเกษตรแบบยังชีพเป็นเกษตร อุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนรูปแบบการผลิตไป โดยมีการใช้ความรู้ตามแบบแผนของประเทศตะวันตก ทำให้มีการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยในปัจจุบันจึงเสียดุลการค้าให้กับประเทศในแถบตะวันตก ซึ่งเป็นผลมาจาก การละเลยไม่ให้ความสนใจในการนำความรู้ด้านการผลิตทางการเกษตรของประเทศไทยที่สืบทอดกันมา ตั้งแต่บรรพบุรุษมาประยุกต์หรือพัฒนาต่อยอดใช้ในการผลิตทางการเกษตร การเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งในอาชีพการเกษตรของประเทศไทยที่ในปัจจุบันมีการผลิตในรูปแบบ สมัยใหม่ที่อาศัยความรู้ เทคโนโลยีการเลี้ยงจากต่างประเทศ ทั้งทางด้านพันธุ์ อาหาร และการจัดการดูแล และสุขภาพ

การติดเครื่องหมายแสดงตัวสัตว์ที่หู เป็นที่นิยมใช้กันมากในการเลี้ยงปศุสัตว์ในต่างประเทศ เช่น ฟาร์มวัว ฟาร์มแกะ ฟาร์มกวาง และฟาร์มกระจอกเทศ เป็นต้น ซึ่งเป็นการแสดงแหล่งของปศุสัตว์ว่าเป็นของใคร มาจากท้องถิ่นใดไปหลายประเทศมีกฎหมายบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้เลี้ยงปศุสัตว์ต้องติดเครื่องหมายดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อแสดงแหล่งกำเนิด และลักษณะทางพันธุกรรม และเป็นการควบคุมโรคระบาดสัตว์ด้วย

ในการทำเครื่องหมายสัตว์นิยมใช้กับสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัยต่างๆ รวมทั้งการเพาะเลี้ยงสัตว์เครื่องหมายที่ใช้เป็นแผ่นพลาสติก แผ่นอลูมิเนียม หรือแผ่นเหล็ก มีขนาดเล็ก-ใหญ่ และมีสีต่างๆ แผ่นเครื่องหมายเหล่านี้จะมีตัวเลขหรือตัวอักษรเป็นรหัสสำหรับตัวสัตว์แต่ละตัว ซึ่งปัจจุบันนี้เครื่องหมายเหล่านี้มีผู้ผลิตออกจำหน่ายในทางการค้ามากมาย

การติดเครื่องหมายสัตว์ที่หู เป็นวิธีการที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องใช้ความรู้ความสามารถเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตามการทำเครื่องหมายแบบนี้ ก็เช่นเดียวกันกับการทำเครื่องหมายแบบอื่นๆ ก็จะต้องทำการคัดเลือกชนิดและขนาดของแผ่นเครื่องหมายที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น ปัญหาของความร้อนจากแผ่นเครื่องหมายที่เป็นโลหะท่างกลางแสงแดดจ้า หรือปัญหาของแผ่นเครื่องหมายที่ใหญ่เกินไปจนก่อให้เกิดความรำคาญแก่สัตว์

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) และนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้ไปประยุกต์ใช้บริหารจัดการในธุรกิจร้านจำหน่ายเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag)ให้สามารถเติบโตและยั่งยืนต่อไป

## วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินวิจัยเรื่องความต้องการของผู้ซื้ออุปกรณ์ปลุสสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) โดยสรุปการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการทำวิจัยเชิงสำรวจ

2. จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอให้กับกลุ่มตัวอย่าง ลงพื้นที่นำแบบสอบถาม ไปขอความร่วมมือจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างและทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3. จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยแจกแบบสอบถามและการอ่านบทความ จะทำให้ได้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ปลุสสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) ได้ โดยจะทำการวิเคราะห์แยกส่วนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการ และพฤติกรรมองค์กร การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน การจัดการดำเนินงาน การจัดการเชิงกลยุทธ์ และนำไปประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการบูรณาการให้สอดคล้องกัน

## ผลการวิจัย

### สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย อายุ 20-29 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท สถานภาพโสด

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) กับโค/กระบือ มีวัตถุประสงค์เลือกซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ พร้อมเลเซอร์มาร์ค (ear tag) เนื่องจากใช้เองในฟาร์มหรือบ้านเรือน ส่วนคุณภาพคำนึงถึงความแข็งแรงทนทาน การฉีกขาด การหลุด การบิดงอ สั่งซื้อจากเว็บไซต์ 50-200 ชุด ราคา 11-20 บาท การขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก ราคา 51-100 บาท ระยะเวลาในการสั่งซื้อ 2-3 วันหลังสั่งซื้อและโปรโมชั่นฟรีค่าส่ง มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตและกลุ่มตัวอย่างเลือกสั่งซื้อสินค้าทาง Facebook

จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) สำหรับโค/กระบือ มากที่สุดมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เองในฟาร์มหรือบ้านเรือน โดยเลือกเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) พร้อมเลเซอร์มาร์ค สีเหลือง เนื่องจากเป็นเครื่องหมายที่มีความแข็งแรงทนทาน ไม่ฉีกขาด และบิดงอ โดยสั่งซื้อจากเว็บไซต์ทั่วไป สำหรับการสั่งซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภคนิยมซื้อในจำนวน 50-200 ชุด ในราคา 11-20 บาท ที่ไม่แตกต่างกันระหว่างเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag)ของโค/กระบือ และ แพะ/แกะ/สุกร ค่าจัดส่ง 51-100 บาท ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 2-3 วันหลังสั่งซื้อรวมทั้งฟรีค่าจัดส่ง ส่วนการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคที่เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้จากสื่อทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางการสั่งซื้อทาง Facebook

สำหรับรายได้ระหว่างดำเนินงานของปีแรกประมาณ 1,200,000 บาทต่อปี โดยมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 100,000 บาท มาจากการจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) ของโค/กระบือ และ แพะ/แกะ/สุกร โดยราคาเฉลี่ยต่อชุด 100 บาท ซึ่งจะประมาณการมียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 15 % ทุกๆปี ของความต้องการของผู้บริโภคในช่วง 5 ปีแรกของการเริ่มต้นของดำเนินงาน

การดำเนินงานของความต้องการและการดำเนินงานร้านผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) นั้นกล่าวโดยสรุปจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนของการดำเนินงานด้านการผลิต โดยพื้นที่ที่ต้องการดำเนินงานธุรกิจอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) คือ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร เป็นอาคารพาณิชย์ 1 หลัง ในตอนเริ่มต้นดำเนินงานจะทำการทยอยนำเครื่องฉีดพลาสติก เครื่องเลเซอร์มาร์ค และแม่พิมพ์ และอุปกรณ์อื่นๆ สำหรับผลิตเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) การออกแบบฝังภายในร้านจะให้ความสำคัญกับการใช้พื้นที่ของอย่างคุ้มค่า สะดวกต่อการคมนาคม การเคลื่อนย้ายสะดวก

2. ส่วนของการดำเนินงานของร้านขายเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ตั้งแต่เวลา 09:00 - 20:00 น. ทุกวัน (ปิดเฉพาะวันอาทิตย์) สำหรับที่ตั้งร้านจะเป็นการซื้ออาคารพาณิชย์เพื่อผลิตและขายสินค้า

#### **ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี**

จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) สำหรับโค/กระบือ มากที่สุดมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เองในฟาร์มหรือบ้านเรือน โดยเลือกเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) พร้อมเลเซอร์มาร์ค สีเหลือง เนื่องจากเป็นเครื่องหมายที่มีความแข็งแรงทนทาน ไม่ฉีกขาด และบิดงอ โดยสั่งซื้อจากเว็บไซต์ทั่วไป สำหรับการสั่งซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภคนิยมซื้อในจำนวน 50-200 ชุด ในราคา 11-20 บาท ที่ไม่แตกต่างกันระหว่างเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag)ของโค/กระบือ และ แพะ/แกะ/สุกร ค่าจัดส่ง 51-100 บาท ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 2-3 วันหลังสั่งซื้อรวมทั้งฟรีค่าจัดส่ง ส่วนการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคที่เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้จากสื่อทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางการสั่งซื้อทาง Facebook

งบประมาณในการลงทุน 730,000 บาท ปรากฏว่าสามารถมียอดขาย 100,000 บาท ต่อเดือน ของความต้องการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ที่ต้องการดำเนินงาน โดยในช่วงเดือนแรกของการดำเนินงานจะมีค่าการปรับปรุงอาคารพาณิชย์ ค่าเครื่องจักร เช่น เครื่องฉีดพลาสติกเครื่องเลเซอร์มาร์ค และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ คิดเป็นเงินรวม ทั้งหมด 330,000

สำหรับรายได้ระหว่างดำเนินงานของปีแรกประมาณ 1,200,000 บาทต่อปี โดยมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 100,000 บาท มาจากการจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) ของโค/กระบือ และ แพะ/แกะ/สุกร โดยราคาเฉลี่ยต่อชุด 100 บาท ซึ่งจะประมาณการมียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 15 % ทุกๆปี ของความต้องการของผู้บริโภคในช่วง 5 ปีแรกของการเริ่มต้นของดำเนินงาน

## การดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของความต้องการและการดำเนินงานร้านผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภทเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) นั้นกล่าวโดยสรุปจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนของการดำเนินงานด้านการผลิต โดยพื้นที่ที่ต้องการดำเนินงานธุรกิจอุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) คือ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร เป็นอาคารพาณิชย์ 1 หลัง ในตอนเริ่มต้นดำเนินงานจะทำการทยอยนำเครื่องฉีดพลาสติก เครื่องเลเซอร์มาร์ค และแม่พิมพ์ และอุปกรณ์อื่นๆ สำหรับผลิตเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) การออกแบบฝังภายในร้านจะให้ความสำคัญกับการใช้พื้นที่ของอย่างคุ้มค่า สะดวกต่อการคมนาคม การเคลื่อนย้ายสะดวก

2. ส่วนของการดำเนินงานของร้านขายเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ตั้งแต่เวลา 09:00 - 20:00 น. ทุกวัน (ปิดเฉพาะวันอาทิตย์) สำหรับที่ตั้งร้านจะเป็นการซื้ออาคารพาณิชย์เพื่อผลิตและขายสินค้า

### การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

เนื่องจากการเริ่มต้นกิจการใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการวางแผนกลยุทธ์ไว้ 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ราคา จะทำการใช้กลยุทธ์นี้ 1 - 2 ปีแรกของการดำเนินกิจการ โดยในช่วงที่เริ่มกิจการจะทำการขายต่ำกว่าราคาตลาดเล็กน้อย จุดประสงค์เพื่อให้เป็นรู้จักของลูกค้า จะทำการกำหนดช่วงเวลาหรือเงื่อนไขที่เหมาะสมแม้จะได้กำไรน้อย เช่น การลดราคาเมื่อซื้อถึงจำนวนเงินที่ทางร้านกำหนด เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันต้องประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ด้วยเพื่อให้ลูกค้าบอกต่อกันจนเป็นที่รู้จัก และทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นตามมาเป็นกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดในช่วงแรก

2. กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง จะทำการใช้กลยุทธ์นี้ในปีที่ 3 - 4 จะเป็นการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างกับสินค้าของร้านอื่น โดยมีการผลิตที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์เลี้ยง

3. กลยุทธ์การสร้างวิธีครองใจผู้บริโภค จะทำการใช้กลยุทธ์นี้เมื่อเข้าปีที่ 5 ของการดำเนินงานธุรกิจ จากที่ทำการกลยุทธ์ด้านราคาและกลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่างแล้วนั้น สิ่งที่ต้องทำต่อมาคือการครองใจผู้บริโภค เป็นวิธีการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจะประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้ต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีราคาที่เหมาะสม เจ้าของกิจการจำเป็นต้องสร้างความรับผิดชอบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อสินค้าสร้างความเชื่อถือและเชื่อมั่น และสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจด้วย



## สรุปและวิจารณ์ผล

พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์ปลุสสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag)

1. ผลการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์ปลุสสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag)

ผู้บริโภคนิยมเลือกใช้อุปกรณ์ปลุสสัตว์ (ear tag) สำหรับติดกับโค/กระบือมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นสอดคล้องว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโค/กระบือในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการเลี้ยงโค/กระบือกันอย่างแพร่หลายและสามารถนำเนื้อมาประกอบอาหารได้หลากหลาย เกษตรกรจึงเลือกเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) สำหรับโค/กระบือมากที่สุดในการตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) ส่วนใหญ่เกษตรกรนิยมนำมาใช้เองในฟาร์มหรือบ้านเรือนของตนเองมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นสอดคล้องเนื่องจากเกษตรกรเจ้าของสัตว์เลี้ยงย่อมรู้ขนาดและปริมาณของสัตว์เลี้ยง และการนำอุปกรณ์มาใช้กับสัตว์ของตนเองนั้นต้องมีการคัดเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

เครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) พร้อมเลขเซอร์มาร์ค ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องหมายพร้อมเลขเซอร์มาร์คมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการทำเครื่องหมายที่มีเลขเซอร์มาร์คนั้นเพื่อช่วยให้ตัวเลขและตัวอักษรมีความชัดเจน สามารถอ่านได้ง่าย และง่ายต่อการจดบันทึก

สีของเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมสีเหลือง มากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสีเหลืองเป็นสีที่สะท้อนต่อแสง สามารถมองเห็นได้ง่ายจากในที่สว่าง และเป็นสีที่แตกต่างจากสีของธรรมชาติ จึงเป็นสีที่มีความนิยมนำมาใช้ในฟาร์ม

คุณภาพของเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมเลือกด้านความแข็งแรง ทนทาน การฉีกขาด การหลุด การบิดงอ มากที่สุดผู้วิจัยมีความเห็นว่าในการติดเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ นั้นเป็นควรเป็นเครื่องหมายที่มีความคงทน และไม่ฉีกขาดง่ายเนื่องจากจำนวนสัตว์ในฟาร์มมีจำนวนมากและการที่ต้องซื้อเครื่องหมายมาติดหลายครั้งทำให้สูญเสียงบประมาณได้

ในการผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อจากเว็บไซต์ทั่วไป มากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก ดังนั้นการเข้าถึงข้อมูลหรือสารสนเทศนั้นย่อมอาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวช่วย เช่นเดียวกับการสั่งซื้อสินค้าคนส่วนใหญ่นิยมการสั่งซื้อจากทางเว็บไซต์มากขึ้นเพราะง่ายและสะดวกไม่สิ้นเปลืองงบประมาณและเวลา

ในการสั่งซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อในปริมาณ 50-200 ชุด ราคา 11-20 บาท ทั้งของโค/กระบือ และของแพะ/แกะ/สุกร มากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าลักษณะของการเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มผู้บริโภคนั้นนิยมเลี้ยงเป็นฟาร์มขนาดกลางมีจำนวนสัตว์ 100-200 ตัว และมีความต้องการซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) ในราคากลางๆ ไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป

ส่วนด้านการขนส่งสินค้านั้นผู้บริโภคนิยมมากต้องการจ่ายค่าขนส่งในราคา 51-100 บาท ในระยะเวลา 2-3 วันหลังสั่งซื้อ มากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งที่ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลมีอัตราค่าบริการ ตั้งแต่ ต่ำกว่า50 บาท, 51-100 บาท, 101-150 บาท, 151-200 บาท

และ มากกว่า 200 บาท นั้น ผู้บริโภคเลือกอัตราค่าขนส่งสินค้าในอัตราบริการ 51-100 บาท และในระยะเวลา 2-3 วันหลังการสั่งซื้อ ซึ่งเป็นการเลือกอัตราที่ไม่ถูกหรือแพงจนเกินไปและระยะเวลาที่เหมาะสม

2. ผลของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag)

สำหรับโปรโมชั่นในการสั่งซื้อเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) นั้น ผู้บริโภคนิยมโปรโมชั่นด้านฟรีค่าจัดส่งสินค้า ผู้วิจัยมีความเห็นว่า โปรโมชั่นด้านฟรีค่าจัดส่งสินค้านั้นเป็นกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการขายอีกด้านหนึ่งซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้าให้มาซื้อสินค้ากับทางร้านมากยิ่งขึ้น

สำหรับช่องทางการรับข่าวสารและช่องทางการสั่งซื้อของเครื่องหมายประจำตัวสัตว์(ear tag) นั้นส่วนใหญ่ผู้บริโภครับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตและสั่งซื้อของ Facebook ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การรับรู้ข่าวหรือสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน คนส่วนใหญ่นิยมอ่านหรือติดตามข่าวสารผ่านทางออนไลน์ ซึ่ง Facebook ก็เป็นส่วนหนึ่งของช่องทางนี้ ดังนั้นเมื่อเกิดการติดตามหรือรับรู้ข่าวสาร การสั่งซื้อย่อมสั่งซื้อทาง Facebook เช่นเดียวกัน

### **ด้านยอดขายและแนวโน้มยอดขาย**

จากการศึกษาและสรุปการวางแผนยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี มีความเสี่ยงเรื่องการลงทุนเนื่องจากเงินลงทุน 1,500,000 บาท ถูกนำไปลงทุนในการปรับปรุงอาคารพาณิชย์ 1 คูหา ประมาณ 150,000 บาท ค่าเครื่องจักร 100,000 บาท ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ 80,000 บาท และเงินเดือนพนักงานประมาณ 385,000 บาท ซึ่งการลงทุนในช่วงแรกจะเป็นการลงทุนในด้านการผลิตเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) กำหนดราคาและออกวางจำหน่าย

สำหรับด้านของความต้องการของผู้บริโภคเป็นการพยากรณ์จากค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และหน่วยงานของทางราชการ ควรติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและรักษาฐานลูกค้าเดิม จากนั้นทำการประเมินและวิเคราะห์ยอดขายอยู่เสมอ เช่น ทุกไตรมาส เป็นต้น เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนปรับยอดขายหรือลดต้นทุนการผลิตให้การดำเนินงานธุรกิจให้อยู่รอดในทุกสถานการณ์ของตลาด

### **ด้านการดำเนินงานของธุรกิจ**

1. ส่วนของการดำเนินงานของด้านการผลิตเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag) จากความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนั้นจะมีการเริ่มลงทุนโดยการปรับปรุงอาคารพาณิชย์ จัดซื้อเครื่องฉีดพลาสติก เครื่องเลเซอร์มาร์ค และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อผลิตสินค้า ผู้วิจัยมีความเห็นเรื่องความเสี่ยงในการผลิตเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้านที่อาจจะก่อให้เกิดความผิดพลาดขึ้นได้ เช่น ภาวะโรคระบาด ภาวะตลาดในเรื่องกำลังซื้อของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้อาจจะส่งผลกระทบต่อตลาดเคลื่อนของรายได้หรืออาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเพื่อแก้ไข

ปัญหา ผู้วิจัยที่จะดำเนินงานธุรกิจต้องมีการวางแผนเผื่อไว้ด้วย และเงินสำรองที่มีอยู่ต้องใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นเท่านั้นในตอนเริ่มดำเนินงานธุรกิจ เพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

2. ส่วนของการดำเนินงานของร้านขายเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag ผู้วิจัยจะวิจารณ์ในเรื่องของความเสียหายของการขายหน้าร้าน จากการความต้องการและดำเนินงานธุรกิจนั้นต้องการเปิดร้านขายในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงและอาชีพที่หลากหลายและอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทำให้ลูกค้ามาติดต่อซื้อสินค้าที่หน้าร้านนั้นมีจำนวนน้อยดังนั้น ต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการซื้อและมีรายได้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย เมื่อเริ่มอยู่ตัวแล้วต้องนำข้อมูลการขายมาวิเคราะห์เพื่อปรับแผนการดำเนินงานให้มีกำไรเพิ่มขึ้น

### **ด้านการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์**

จากสรุปผลการศึกษา “ความต้องการของผู้ซื้ออุปกรณ์ปศุสัตว์ประเภท เครื่องหมายประจำตัวสัตว์ (ear tag)” การจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินกลยุทธ์ในระยะเวลา 5 ปี ต้องมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อมาใช้ในช่วยวิเคราะห์และวัดผลของการดำเนินกลยุทธ์ โดยต้องอาศัยการเก็บข้อมูลจากพนักงานเป็นหลักเช่น ยอดขาย ผลผลิต หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และต้องมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้วย ว่าผลการดำเนินกลยุทธ์นั้นเป็นอย่างไรควรปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินกลยุทธ์หรือไม่หรือยังคงต้องใช้แผนการดำเนินกลยุทธ์เดิมต่อเนื่อง

### **กิตติกรรมประกาศ**

งานศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของรองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระที่ได้สละเวลามาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย ขอขอบคุณ คุณนายนฤตม์ บุญปก ตัวแทนจากบริษัทเพรียวอร์เอ็นเตอร์ไพรส์จำกัดสำหรับคำแนะนำและความช่วยเหลือในทุกๆ ด้านในการทำวิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุนทั้งให้กำลังใจต่อผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทผลิตหรือจำหน่ายอุปกรณ์ปศุสัตว์ไม่มากนักน้อย ความดีและประโยชน์ใดๆ จากงานค้นคว้าอิสระนี้ ขอมอบให้กับทุกท่านที่กล่าวมาทั้งหมด สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดแต่เพียงผู้เดียว

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์. (2560). ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์รายเดือน ปี 2562. สืบค้นจาก <http://ict.dld.go.th/webnew/index.php/th/service-ict/report/323-report-thailand-livestock/reportservey2562/1373-2562-month>
- กฤษณา รัตนพฤกษ์. (2549). การตลาดบริการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรศักดิ์ทุมมานนท์. (2544). การจัดทำบกระแสเงินสด งบกระแสเงินสดรวม (ตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่25). กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการบริหารธรรมนิติ.
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2549). การจัดการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ส.เอเซียเพรส (1989).
- นุชนารถ ละเอียดกิจ. (2547). ความสามารถในการอธิบายผลตอบแทนจากการลงทุนระหว่างกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จและกำไรขาดทุนจากการดำเนินงาน กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2536). กลยุทธ์การตลาด และการประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจในแต่ละกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546 ). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.