

แนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาด
สู่ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์ม
ระบบปิดในประเทศไทย*

THE GUIDELINES MANAGEMENT FOR DRIVING THE MARKETING STRATEGY
TO THE SUCCESS OF THE CHICKEN FARMING EQUIPMENT BUSINESS
IN A CLOSED SYSTEM FARM IN THAILAND

กฤษณ์ พานสัมฤทธิ์

Krit Pansumrit

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Western University, Thailand

E-mail: pansumrit2523@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด 2) อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด 3) แนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จ ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการธุรกิจเลี้ยงไก่ ในพื้นที่ภาคกลางตอนบน ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี และอ่างทอง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของเครซี่และมอร์แกน ได้จำนวน 385 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น โดยการแบ่งประชากรเป็นรายจังหวัด แล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกจังหวัดตามสัดส่วนโดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม 8 คน คือ 1) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตรการเลี้ยงสัตว์ในฟาร์มระบบปิด 2) ผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์เลี้ยงสัตว์ในฟาร์มระบบปิด เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการทดสอบความอิทธิพลของตัวแปรต้น และตัวแปรตามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจ ได้แก่ ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 2) อิทธิพลของคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด 3) แนวทางการบริหารจัดการใน การขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของ

* Received 4 March 2020; Revised 23 March 2020; Accepted 25 March 2020



ธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ นำเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ ผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ขาย วัตถุดิบ และคู่แข่ง

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, ความสำเร็จ, ธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด

Abstract

The objective of this research is to study 1) Good Characteristics of Closed System Farm Chicken Equipment Operators 2) The Influence of Factors Affecting the Marketing Success of the Closed System Farm Chicken Equipment Business 3) Management guidelines for driving the marketing strategy to success. The population is business entrepreneurs. And those working in a chicken raising business In the upper central region such as Pathum Thani, Saraburi, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Nonthaburi, Lop Buri, Chai Nat, Sing Buri and Ang Thong. The formula of Crazy and Morgan was used for 385 people using stratified sampling. By dividing the population into provinces and sampling from all provinces proportionally using simple random methods and interviewed 2 groups of key informants, 8 of which are 1) scholars and experts in closed-system farming animals 2) closed-loop farm equipment business operators. The tool is a questionnaire and interview form. The statistics used were mean and standard deviation. And inferential statistics Used to analyze data on the test of the influence of initial variables and dependent variables using multiple regression coefficients. The results of the research showed that 1) Good characteristics of business operators, including independence in management. Highest average 2) Influence of good characteristics of entrepreneurs Management of business and business marketing strategies Affects the marketing success of the chicken farm equipment business in a closed system. 3) Management guidelines for driving the marketing strategy for the success of the closed-system chicken farm equipment business Operators of the closed-system chicken farm equipment business must constantly change their work styles for the benefit of customers and businesses, using modern tools, machinery or technology to help produce products or services, produce



Products are priced lower than other providers. And build good relationships with customers Raw material sellers and competitors.

Keywords: Marketing Strategy, Success, Chicken Farming Equipment In Closed System Farms.

บทนำ

การเลี้ยงไก่เป็นอาชีพหนึ่งของเกษตรกรที่มีการเลี้ยงกันอย่างแพร่หลายทั่วทุกภาคของประเทศไทย รวมทั้งผลผลิตที่ได้เป็นไข่ไก่และเนื้อไก่ ก็เป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะไข่ไก่ ถือเป็นอาหารที่สำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ผลผลิตไข่นอกจากจะใช้บริโภคภายในประเทศและยังสามารถส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมไก่เนื้อและไข่ เติบโตมาโดยตลอดจนประเทศไทยเป็นอันดับต้นของโลกตั้งแต่ปี 2555 - 2560 มีการส่งออกอยู่ในอันดับห้า โดยมีการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 6,000 ตัน ในปี 2543 เป็นประมาณ 22,000 ตันในปี 2562 ซึ่งเติบโตอย่างต่อเนื่อง เฉลี่ยปีละ 6.8% การเลี้ยงไก่ในประเทศไทยมีมานานและมีการพัฒนาการเลี้ยงมาโดยตลอด โดยปัจจุบันจะมีการเลี้ยงไก่ในเชิงพาณิชย์กันมากขึ้น อีกทั้งการเลี้ยงไก่จะกระจายตัวตามภูมิภาคต่าง ๆ โดยภาคกลางและภาคตะวันออกเป็นแหล่งที่มีการเลี้ยงไก่มากที่สุด ในจังหวัดฉะเชิงเทรา สุพรรณบุรี ชลบุรี สระบุรี นครนายก อโยธยา นครปฐม เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ โดยภาคกลางและ ภาคตะวันออก มีการเลี้ยงไ้มากกว่าภาคอื่น ๆ มีการส่งไข่ไก่ เข้ามาขายในกรุงเทพฯ ถึงวันละ 10 - 11 ล้านฟอง ซึ่งเป็นปริมาณมากกว่าผลผลิตร้อยละ 50 ของผลผลิตจากไก่ทั้งหมด โดยเฉพาะไข่ไก่ที่จำหน่ายแต่ละวัน พ่อค้าขายส่งจะกระจายให้พ่อค้าปลีกในตลาดต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ และปริมณฑล และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องใช้ไข่ไก่เป็นวัตถุดิบ โดยมีบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านปศุสัตว์เข้ามามีบทบาทและดำเนินการในลักษณะแบบครบวงจรมากขึ้น และมีการพัฒนาในด้านพันธุ์ไก่ อาหาร ยาวัคซีน และเทคนิคการเลี้ยง (นภาพร วงษ์วิจิต และคณะ, 2560) อุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ที่ประสบความสำเร็จและได้ผลผลิตดี นอกจากสายพันธุ์ อาหาร และการจัดการที่ดีแล้ว ยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเลี้ยงทั้งหมด ก็คือระบบและอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในโรงเรือนระบบปิด โดยปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ระบบการผลิตปศุสัตว์ได้ก้าวเข้าสู่ระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรมที่มีการนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างมากเพื่อเพิ่มผลผลิตและผลกำไรที่มากขึ้น สำหรับโรงเรือนระบบปิดถือเป็นโรงเรือนที่สามารถควบคุมสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อุณหภูมิ ความชื้น การระบายอากาศ และแสงสว่างให้เหมาะสมกับความเป็นอยู่ของสัตว์ สามารถป้องกันแมลงและสัตว์อื่นเข้าออกได้โรงเรือนระบบปิดแบบควบคุมอุณหภูมิด้วยการระเหยน้ำ สำหรับการเลี้ยงสัตว์เป็นโรงเรือนเลี้ยงสัตว์แบบปิดที่ใช้ระบบการระบายอากาศร่วมกับการทำความเย็นด้วยการระเหยน้ำ (Rojano, F. et al., 2016)



เขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสระบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนนทบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทอง ถือเป็นเขตพื้นที่ที่มีสภาพเศรษฐกิจสังคมผูกพันกับภาคปศุสัตว์ในระดับสูง ประชากรส่วนใหญ่ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน ประกอบอาชีพทางการเกษตรและปศุสัตว์ โดยการดำเนินธุรกิจอุปกรณเลี้ยงไก่นั้น ถือเป็นธุรกิจที่มีจุดเด่น คือ มีตลาดที่ใหญ่ แต่เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีการสร้างเครือข่ายในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการน้อยมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมาก และขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณเลี้ยงไก่นี้ ก็ประสบกับปัญหาเช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปของไทยในปัจจุบัน กล่าวคือ การมีองค์ความรู้ด้านการสร้างเครือข่ายและกลยุทธ์การตลาดยังไม่ดีเพียงพอ ทำให้ผลการประกอบการ ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งการนี้ทำให้ประสบกับปัญหาในหลาย ๆ ด้าน อันได้แก่ ปัญหาด้านเงินทุนหรือปัญหาทางการเงิน เช่น ผู้ประกอบการรายย่อยหรือผู้ประกอบการที่เริ่มประกอบธุรกิจ ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือมาก่อน ประกอบธุรกิจเพียงลำพัง การบริหารยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร จึงไม่มีความน่าเชื่อถือในการขอสินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันทางการเงิน ปัญหาด้านการตลาด เช่น สินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาด คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีเพียงพอ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561) ซึ่งคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายประการประกอบกัน ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) (Dess, G.G. et al., 2005) ผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบทุกข้อ แต่ควรพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเองก็จะเป็นประโยชน์ (สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด, 2561)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สภาวะการณ์ขององค์กรธุรกิจที่เป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการสร้างกลยุทธ์การตลาดทางธุรกิจที่จะสามารถเป็นจุดแข็งและโอกาสในการสร้างการเจริญเติบโตทางธุรกิจและตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค โดยองค์ความรู้เรื่องกลยุทธ์การตลาดในการออกแบบส่วนประสมทางการตลาด (4P's) เพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้านั้นจะทำให้องค์กรสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ด้วยเหตุนี้การที่จะดำเนินธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องมีการศึกษาและเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษากลยุทธ์การตลาดต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด จะทำให้เกิดการศึกษาเรียนรู้ในด้านการบริหารธุรกิจได้เป็นอย่างดี และผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุปกรณเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น รวมถึงธุรกิจทั่วไปที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจ การบริหารจัดการของธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (การวิจัยเชิงปริมาณ)

ประชากรที่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการธุรกิจ เลี้ยงไก่ เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานจะทราบข้อมูลการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน และผู้ประกอบการธุรกิจ อุปกรณ์เลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน จำนวน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสระบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนนทบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทอง จำนวน 102,498 ราย (กรมปศุสัตว์, 2560)

ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D. W., 1970) ที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจเท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย เพื่อง่ายต่อการเก็บข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการแบ่งประชากรออกเป็นพวกย่อยๆ หรือเรียกว่าแบ่งชั้น (Strata) ตามจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์เลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดเป็นรายจังหวัด แล้วสุ่มตัวอย่างจากทุกจังหวัดออกมาตามสัดส่วนมากน้อยของแต่ละจังหวัดโดยต้องใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย ตามตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ปทุมธานี	5,901	22
สระบุรี	13,819	52
พระนครศรีอยุธยา	17,077	64
สิงห์บุรี	5,493	21
นนทบุรี	1,792	7
ลพบุรี	30,489	114
ชัยนาท	14,087	53
อ่างทอง	13,840	52
รวม	102,498	385

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ทำการเลือกแบบเจาะจง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตรการเลี้ยงสัตว์ในฟาร์มระบบปิด จำนวน 4 ราย ประกอบด้วย 1) นายกสมาคมผู้ค้าอุปกรณ์การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไทย จำนวน 1 ราย 2) นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร จำนวน 1 ราย (3) ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจเลี้ยงสัตว์ในฟาร์มระบบปิดที่มีประสบการณ์ในธุรกิจไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 ราย กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจจำนวน 4 ราย ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์เลี้ยงสัตว์ในฟาร์มระบบปิด จำนวน 2 ราย 2) ผู้ประกอบการฟาร์มไก่ในระบบปิด ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือที่เรียกว่าการวิจัยแบบผสมผสาน ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ แบบสอบถาม จำนวน 1 ฉบับแบ่งออกเป็น 5 ตอน โดยตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list form) เพื่อสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนข้อคำถามในตอนที่ 2-4 แบ่งเป็นตัวบ่งชี้ของปัจจัยที่ได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) จัดอันดับ 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมีลักษณะที่มีคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ประกอบด้วย 5 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม และเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความ



สอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ .67–1.00 ปรับแก้แบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเสร็จแล้วนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.70 ขึ้นไป ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .976 นำเครื่องมือที่ได้ผ่านการตรวจสอบและทดลองใช้แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนที่ 2-4 วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เปรียบเทียบการประเมินความคิดเห็น 5 ระดับตามแนวคิดของเบสท์ (Best)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์และบันทึกการ สัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) อย่างละเอียด จนกระทั่งข้อมูลครบถ้วน จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major themes) มาพิจารณาแบ่ง ออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) และตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการตีความ (Interpretation) เพื่อสร้างข้อสรุปของข้อมูลประเด็นต่างๆ และนำเสนอผลการวิจัยด้วยการเขียนแบบพรรณนา

อิทธิพลของคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ สถิติอนุमान ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต้นและ ตัวแปรตามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) โดยหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ จากนั้นทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน และสร้างสมการพยากรณ์

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการธุรกิจเลี้ยงไก่ และผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์เลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 385 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 ส่วนมากมีอายุ 21-30 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 แบบสอบถาม ส่วนมากมี



การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 83.38 ส่วนมากมีระยะเวลาในการทำงาน/การประกอบธุรกิจ 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.22

1. ผลการศึกษาคูณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจ การบริหารจัดการของธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย พบว่าคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ความมีนวัตกรรม ($\bar{X} = 4.37$) และความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X} = 4.36$) การบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือ ลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.37$) และวิธีการ ($\bar{X} = 4.35$) กลยุทธ์การตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ ราคา ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.36$) และช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.34$) ความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ มุมมองด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาคือ มุมมองด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.32$) และมุมมองด้านการบริหารภายใน ($\bar{X} = 4.06$) ตามตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 2 ผลการศึกษาคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจ การบริหารจัดการของธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ				
1. ความเป็นตัวของตัวเอง	4.36	0.32	มาก	3
2. ความมีวินัย	4.37	0.35	มาก	2
3. การเผชิญกับความเครียด	4.33	0.37	มาก	4
4. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน	4.39	0.30	มาก	1
5. ความสามารถในการแข่งขัน	4.32	0.41	มาก	5
โดยภาพรวม	4.35	0.33	มาก	
การบริหารจัดการ				
1. คน	4.30	0.40	มาก	6
2. เงิน	4.33	0.38	มาก	4
3. วัสดุและอุปกรณ์	4.31	0.41	มาก	5
4. วิธีการ	4.35	0.34	มาก	3
5. ลักษณะทางกายภาพ	4.37	0.35	มาก	2
6. เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.38	0.30	มาก	1
โดยภาพรวม	4.34	0.33	มาก	
กลยุทธ์การตลาด				
1. ผลิตภัณฑ์	4.36	0.33	มาก	2
2. ราคา	4.37	0.28	มาก	1
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.34	0.36	มาก	3
4. การส่งเสริมการตลาด	4.23	0.60	มาก	4
โดยภาพรวม	4.33	0.27	มาก	
ความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด				
1. มุมมองด้านการเงิน	4.32	0.36	มาก	2
2. มุมมองด้านลูกค้า	4.33	0.36	มาก	1
3. มุมมองด้านการบริหารภายใน	4.06	0.67	มาก	3
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต	4.00	0.72	มาก	4
โดยภาพรวม	4.18	0.36	มาก	

2. ผลการศึกษานิเทศของคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย พบว่า คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ



การบริหารจัดการของธุรกิจ ส่งผลทางบวกต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ กับกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	P
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.413	.183			13.151	.000*
ความเป็นตัวของตัวเอง (X ₁)	.722	.083	.214		2.208	.002*
ความมีนวัตกรรม (X ₂)	.820	.076	.232		.320	.001*
การเผชิญกับความเสี่ยง (X ₃)	.617	.083	.138		.977	.001*
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (X ₄)	.842	.085	.258		2.596	.010*
ความสามารถในการแข่งขัน (X ₅)	.592	.068	.111		1.333	.002*

$R^2 = 0.678$, Std. Error = 0.236, $F = 24.834$, $df = 5, 379$, Sig. = 0.00*

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในภาพรวม เขียนในรูปสมการได้ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ $Y = 2.413 + 0.722X_1 + 0.820X_2 + 0.617X_3 + 0.842X_4 + 0.592X_5$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน $Z = 0.722X_1 + 0.820X_2 + 0.617X_3 + 0.842X_4 + 0.592X_5$



ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระการบริหารจัดการของธุรกิจ กับ กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	P
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.565	.179			14.327	.000*
คน (X ₆)	.487	.051	.083		3.986	.000*
เงิน (X ₇)	.715	.062	.184		.949	.003*
วัสดุและอุปกรณ์ (X ₈)	.592	.077	.169		1.563	.001*
วิธีการ (X ₉)	.723	.079	.267		1.686	.010*
ลักษณะทางกายภาพ (X ₁₀)	.821	.100	.301		2.087	.010*
เทคโนโลยีสารสนเทศ (X ₁₁)	.843	.101	.403		.382	.003*
$R^2 = 0.576$, Std. Error = 0.237, F = 20.109, df = 6, 378, Sig. = 0.00*						

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์การบริหารจัดการของธุรกิจ เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในภาพรวม เขียนในรูปสมการได้ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 2.565 + 0.487X_6 + 0.715X_7 + 0.592X_8 + 0.723X_9 + 0.821X_{10} + 0.843X_{11}$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.487X_6 + 0.715X_7 + 0.592X_8 + 0.723X_9 + 0.821X_{10} + 0.843X_{11}$$

3. แนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
อุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ 2) นำเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ 3) ผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น 4) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ และคู่แข่ง

อภิปรายผล

คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน ผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ รวมทั้งมีการวางแผนสั่งการตัดสินใจทำงานตามที่วางไว้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มาใช้ในธุรกิจ เช่น แสวงหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิต และนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ต้องเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม



มากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปโดยที่ควบคุมไม่ได้ กล้าคิด กล้าตัดสินใจได้ ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ โดยการตัดสินใจนั้นจะต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจและคิดถึงผลที่จะตามมาจากการตัดสินใจ กล้าแสดงออก ต้องมีความพร้อม ทั้งร่างกายและจิตใจ มุ่งมั่นในการบริหารจัดการในการเลี้ยง ในระบบที่ทันสมัย และมุ่งมั่นในเรื่องสุขภาพของไก่ให้ตลอดของอายุการเลี้ยง ดังแนวคิดของ นพดล พันธุ์พานิช กล่าวว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการหมายถึง ลักษณะส่วนตัวของผู้ที่ต้องการจะเริ่มทำธุรกิจนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถนำไปปรับใช้ต่อยอดในการทำธุรกิจได้ อีกทั้งยังเป็นเกณฑ์ตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำธุรกิจของบุคคลนั้นได้ในระดับที่ค่อนข้างสูงอีกด้วย (นพดล พันธุ์พานิช, 2555) ดังแนวคิดของ Allen & Patrick ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการประกอบด้วย 1) การเผชิญกับความเสี่ยง 2) ความต้องการประสบความสำเร็จ 3) ความเป็นอิสระ 4) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน 5) ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Mathew R. Allen & Patrick M. Wright, 2006)

การบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด จะต้องมีความรู้ เครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ รวมทั้งคือ มีการนำเทคนิค หรือความรู้สมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน ดังแนวคิดของ รังสรรค์ อินทน์จันทน์ ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร คือ การใช้ศาสตร์และศิลปะในการนำเอาทรัพยากรทางการบริหาร (Administrative Resource) มาประกอบกันตามกระบวนการบริหาร เพื่อให้การทำงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ (รังสรรค์ อินทน์จันทน์, 2552) ดังแนวคิดของ อธิปัติย์ คลีสุนทร กล่าวว่า การบริหารให้สำเร็จได้นั้นมีวิธีการอยู่มากมายหลายวิธีที่ผู้บริหารต้องใช้ความรู้ความสามารถเลือกวิธีที่เหมาะสมกับความต้องการและสภาพแวดล้อมเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานมากที่สุด ซึ่งแต่เดิมปัจจัยที่ช่วยให้การบริหารงานบรรลุ ประกอบด้วย คน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ แต่ในโลกยุคปัจจุบันจะพบว่า ข้อมูลสารสนเทศ และเทคโนโลยี ซึ่งโดยทั่วไปเรียกว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้สามารถทำงานสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น (อธิปัติย์ คลีสุนทร, 2554)

กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา ผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด จะต้องมีการกำหนดราคาสินค้าให้มีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น รวมทั้งมีราคาที่หลากหลายตามคุณภาพสินค้า ดังแนวคิดของ Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (Philip Kotler, 2016) ดังผลงานวิจัยของ ทศนา หงส์มา ศึกษากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมของธุรกิจค้าปลีก เพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีผลการวิจัยพบว่าใน 4 ประเด็นเนื้อหา ได้แก่ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ควรพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เหมาะกับสภาพของตลาด รสนิยมของ



ผู้บริโภค ควรพัฒนาเครื่องจักรเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและการสร้าง Packaging ให้ทันสมัย 2) กลยุทธ์ด้านราคา ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า การลดต้นทุนการผลิตสินค้า การปรับราคาของสินค้าให้เหมาะสมในแต่ละตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐาน และไม่ควรถูกกำหนดราคาให้สูงจนเกินไป 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว ควรมีการวางแผนการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมสามารถแข่งขันในตลาดได้ การบริหารจัดการคลังสินค้า การเพิ่มช่องทางการติดต่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และควรมีสายตามเมืองใหญ่ๆ ที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการสร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จักและสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาที่เป็นสากลมากยิ่งขึ้นและควรทำอย่างต่อเนื่อง (ทัศน หงส์มา, 2559)

อิทธิพลของคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย ดังผลงานวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผลกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ องค์กร มีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์กร แสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและความเจริญเติบโตในที่สุด (สุธีรา อะทะวงษา, 2557)

องค์ความรู้ใหม่

แนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย ผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ นำเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ ผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ และคู่แข่ง ตามตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 5 แนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย

ปัจจัย	แนวทาง	ความสำเร็จด้านการตลาดของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด
คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ	ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ	1. ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ และคู่แข่ง
การบริหารจัดการของธุรกิจ	นำเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ	2. ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น
กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ	ผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น	3. ความสามารถในการทำกำไรได้เพิ่มขึ้นจากลูกค้าใหม่
		4. ความพึงพอใจของลูกค้า

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปแนวทางการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด ในประเทศไทย ประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอ นำเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตสินค้าหรือบริการ และควรใช้กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น เพื่อนำมาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ 1) คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการของธุรกิจอุปกรณ์การเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิดข้อที่มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นสูงสุดคือความเป็นอิสระในการบริหารงาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและธุรกิจ อยู่เสมอเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รู้ถึงจุดอ่อนและจุดแข็ง ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจของตนเองให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี 2) ผู้ประกอบการควรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ หรือความเข้มข้นทางวัฒนธรรมของไทย รวมถึงความสามารถด้านบริการในการพัฒนาและแปรรูปสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายมากขึ้นโดยเป็นไปตามมาตรฐานสากล สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเน้นการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในระดับสากลทั้งในด้านคุณภาพการใช้งานและการออกแบบ และสร้างความแตกต่างของสินค้าไทยให้แตกต่างจากสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าจากต่างประเทศและเพื่อรักษาให้ตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับสินค้าที่สามารถถูกเลียนแบบได้ง่าย 3) ผู้ประกอบการควรดำเนินกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุก โดยการผลิตสินค้ามีราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่นและผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับ



รสนิยมและความต้องการของตลาด ขยายช่องทางตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยตรงมากขึ้น มีกระบวนการผลิตและการส่งมอบสินค้าอย่างรวดเร็ว และควรมีการเจาะตลาดคู่ค้าของอาเซียนภายใต้ความตกลงการค้าเสรีที่อาเซียนมีประเทศคู่เจรจา เช่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เป็นต้น เพื่อโอกาสในการขยายตลาดระหว่างประเทศในกลุ่มและนอกกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. (2560). *ผู้ประกอบการธุรกิจอุปโภคบริโภคเลี้ยงไก่ในฟาร์มระบบปิด*. เรียกใช้เมื่อ 29 มกราคม 2561 จาก <http://www.dld.go.th/th/index.php/th/>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร*. เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2561 จาก <http://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/28236/TH-TH>
- ทัศน หงส์มา. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภค เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร สมาคมนักวิจัย*, 21(3), 10-21.
- นพดล พันธุ์พานิช. (2555). ความสัมพันธ์เชิงปริมาณระหว่างการปฏิบัติตามกลยุทธ์โดยใช้ 7 เอสของแมคคินซีกับความยั่งยืนของความสำเร็จในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 70-79.
- นภาพร วงษ์วิจิต และคณะ. (2560). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจการเลี้ยงไก่เนื้อลูกผสมพื้นเมืองของภาคอีสานตอนกลาง*. ภาพสนธิ์: มหาวิทยาลัยภาพสนธิ์.
- รังสรรค์ อินทจันทร์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าการถ่ายโอนภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในจังหวัดนครปฐม. ใน *คหวิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2557). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. ใน *คหวิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตวิทยาการ.
- สุรัช ภัทรบรรเจิด. (2561). *ความสำเร็จ*. เรียกใช้เมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000011977>
- อธิปัตย์ คลี่สุนทร. (2554). *ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.



- Mathew R. Allen & Patrick M. Wright (2006). *Strategic Management and HRM*. USA: Cornell University.
- Dess, G.G. et al. (2005). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages*. USA: McGraw-Hill.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Philip Kotler. (2016). *Marketing Management. (15th global edition)*. Boston: Pearson Education.
- Rojano, F. et al. (2016). Computational modelling of thermal and humidity gradients for a naturally ventilated poultry house. *Journal of Biosystems Engineering*, 151(1), 273-285.