

การรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) กับ เครื่องหมายการค้า “ปุ๋ย”

บทความโดยฝ่ายวิจัย บริษัท ยูเค คอนซัลติ้ง จำกัด

บริษัทในเครือบริษัท ยูเค แวลูเอชัน แอนด์ เอเจนซี จำกัด

ในทุกยุคทุกสมัย ไม่ว่าเกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ หรือพืชสวน ทุกคนล้วนแต่ต้องการให้ผลผลิตของตนเองมีคุณภาพดี และมีปริมาณมาก และสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยในการเพิ่มผลผลิตได้เป็นอย่างดี ก็คือ “ปุ๋ย”

ปุ๋ย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ ปุ๋ยเคมี และ ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ผลิตหลายราย ผลิตปุ๋ยเคมีออกมาหลายสูตร ให้เกษตรกรได้เลือกใช้ให้เหมาะสมกับพืชแต่ละชนิด และในการผลิตปุ๋ยเคมีแต่ละครั้งผู้ผลิตต้องนำเข้าแม่ปุ๋ยจากต่างประเทศ เช่น อเมริกา ซาอุดีอาระเบีย และ รัสเซีย เป็นต้น ทำให้ต้นทุนการผลิตปุ๋ยเคมี จึงมีราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งปุ๋ยเคมียังถูกควบคุมราคาโดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ดังนั้นผู้ผลิตหลายรายจึงพยายามสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ให้เข้าไปอยู่ในความทรงจำให้กับเกษตรกรหรือผู้ใช้ปุ๋ยให้มากที่สุด เพื่อที่จะเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าของตนเอง ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การสาธิตประสิทธิภาพของปุ๋ย รวมทั้งการให้ทดลองใช้สินค้าเพื่อให้ผู้ใช้เกิดการประทับใจ

จากตัวเลขของฝ่ายวิจัยของบริษัท ได้เก็บรวบรวมข้อมูลถึงการรับรู้แบรนด์จากผู้ใช้ทั่วประเทศ พบว่า แบรนด์หัววัว คันไถ เป็นแบรนด์ที่ผู้ใช้นึกถึงหรือรับรู้มากที่สุดคือ ร้อยละ 44.31 รองลงมาคือ แบรนด์กระต่าย ร้อยละ 34.96 แบรนด์เรือใบไวกิ่ง ร้อยละ 11.38 แบรนด์เรือใบ ร้อยละ 4.07 แบรนด์ top one ร้อยละ 2.44 แบรนด์ม้าบิน และแบรนด์รุ่งอรุณ ร้อยละ 1.63 และ 1.22 ตามลำดับ



ที่มา : ฝ่ายวิจัย บริษัท ยูเค คอนซัลติ้ง จำกัด (ธันวาคม 2554)

โดยส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรต้องการปุ๋ยที่มีคุณภาพ ใช้แล้วสามารถทำให้ได้ผลผลิตที่มีปริมาณมาก และมีคุณภาพตามที่ผู้ซื้อ (พ่อค้า) ต้องการ และเมื่อใช้ไปนานๆ ก็ไม่ทำให้ดินเสื่อมสภาพ ซึ่งโดยมากแล้วเกษตรกรจะใช้ปุ๋ยเคมี คู่กับปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อลดการเสื่อมสภาพของดิน นับว่าเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตปุ๋ยต้องให้การใส่ใจในการที่จะผลิตปุ๋ยที่มีคุณภาพ และนอกจากคุณภาพแล้ว ความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายการค้าหรือแบรนด์และความสะดวกในการซื้อก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะเกษตรกรไม่ค่อยมีเวลาในการที่จะเลือกสรรสินค้ามากนัก มักจะซื้อสินค้าโดยวิธีการ

แนะนำสินค้าจากเพื่อน หรือครอบครัว หรือ ซื้อสินค้าที่เคยซื้อไปแล้วดีเป็นส่วนมาก ดังนั้นผู้ผลิตปุ๋ยนอกจากจะต้องวางสินค้าตามร้านค้า แล้ว อาจจะต้องมีพนักงานส่งเสริมการขายเข้าไปพบเกษตรกรอยู่เป็นประจำ เพื่อทำการแนะนำสินค้าและเป็นการต่อยอดให้เกษตรกรมีการรับรู้แบรนด์มากยิ่งขึ้น

นอกจากการแนะนำสินค้าแล้ว การส่งเสริมหลังการขายก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ผลิตต้องให้ความสนใจ เพราะจะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของเกษตรกรหรือผู้ใช้สินค้า การสำรวจตลาดเพื่อการแนะนำสินค้าใหม่ และเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้เป็นเป็นอย่างดี เพราะเกษตรกรเป็นผู้ใช้ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากการที่เกษตรกรใช้สินค้าแบรนด์ไหน แล้วมีความเชื่อว่าแบรนด์นั้นดี สิ่งที่จะสะท้อนกลับมาคือการซื้อซ้ำ (Repeat) และจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อตาม และถ้าเกษตรกรมีความเชื่อว่าแบรนด์ไหนไม่ดี ก็จะไม่มีการซื้อสินค้าแบรนด์นั้นอีก หรือโอกาสซื้อก็จะน้อยเพราะเกษตรกรมีความเชื่อที่ไม่ดีกับแบรนด์นั้นไปแล้ว

เป็นที่น่าสังเกตว่า ปุ๋ย เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ไม่ค่อยได้เห็นการโฆษณาตามทีวี เนื่องด้วยลักษณะความเป็นอยู่ของเกษตรกร ที่ต้องอยู่ตามท้องไร่ท้องนา ดังนั้นการรับรู้แบรนด์ของเกษตรกรคือ การแนะนำสินค้าจากเพื่อนญาติพี่น้อง ที่เคยใช้สินค้านั้นอยู่ หรือจากร้านค้าที่มีการซื้อขายกันบ่อยๆ และเมื่อเกษตรกรมีความเชื่อว่าสินค้าที่ใช้อยู่แล้วดี มีคุณภาพ ก็จะเกิดความภักดีต่อสินค้านั้น และจะเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ผลิตจะทำการขยายสินค้าชนิดใหม่ให้เกษตรกรใช้ต่อไป