

## กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านโชกบุณมา อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

### MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SALES REVENUE OF CHOCKBUNMA SHOP IN AMPHOE PHANG KHON, SAKONNAKHON PROVINCE

วาสนา สุวรรณราช <sup>1</sup>  
นวลฉวี แสงชัย <sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มยอดขายของร้านโชกบุณมา อำเภอพังโคนจังหวัดสกลนคร เนื่องจากร้านมียอดขายไม่เติบโตตามที่ตั้งไว้ จึงมีความต้องการในการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง และนำผลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้แบบสอบถามสำรวจประชากรที่เลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตอำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษพบว่า ประชากรที่เข้ามาซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพเกษตรกร มีรายเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ข้อมูลด้านพฤติกรรม พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เลือกซื้อไม่สังเคราะห์มากที่สุด เหตุผลที่ซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเพื่อสร้างบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน ด้านราคา สินค้ามีราคาถูก ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง ใกล้ชุมชน และด้านลักษณะทางกายภาพ ร้านค้ามีความสะอาดเรียบร้อย ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีของแจก ของแถม ด้านกระบวนการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลากร พนักงานมีข้อมูล มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ทั้งนี้ได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด แบ่งออกเป็นกลยุทธ์ระยะสั้นและกลยุทธ์ระยะยาวซึ่งคาดว่าจะเพิ่มยอดขายอย่างน้อย 10% ในปี 2558

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์ การตลาด วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง

#### Abstract

The independent study focused on strategic plan to increase sales revenue of Chockbunma shop, Phang Khon District, Sakonnakhon Province which affected to the circulation negatively grew according to company's goal. Therefore, we analyzed to study the customer behaviors, factors affected their decisions to buy products and finally get the results to plan marketing strategies. The 400 questionnaires were used to collect data toward the convenience sampling which was the population of construction materials. The results showed that the most of respondents were male, aged between 36-45 years old, senior high school education, worked as agriculturists, average income between 5,001-10,000 Bath per month. The most respondents make decisions by themselves; as synthetic wood. The main reasons were building a house. Factors that affected their decisions on very important level are 1) Quality of products 2) Bargains 3) Location space 4) Store clean 5) Product discount 6) Speed of service 7) Product knowledge staff. The marketing strategies divided to short-term and long-term strategies. The sales revenue were predicted to increase at least 10 percent in 2015.

**Keywords:** Strategy, Marketing, Construction Materials

<sup>1</sup> วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ (MBA) มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
76/13 หมู่ 8 อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 47160 +66-(0) 8-0415-5785 zusumura\_somoo@hotmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ร้านโชคบุญมาก่อสร้าง ก่อตั้งเมื่อปี 2536 ด้วยเงินลงทุน 300,000 บาท อาคารพาณิชย์ 3 คูหา ที่อำเภอ พังโคน จังหวัดสกลนคร ภายใต้การดำเนินงานโดยนายชาญชัย สุกุลภัทร และนางประภาวดี สุกุลภัทร ลักษณะการ ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว เป็นร้านค้าปลีก จำหน่าย ประดู หน้าต่าง ไม้อัด เหล็กเส้น สีทาบ้าน กระเบื้องมุงหลังคา กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องปูผนัง ฝาเพดาน เป็นต้น ในปี พ.ศ.2552-2554 มียอดขาย 3,937,467.31 บาท 3,986,981.53 บาท และ 4,235,890.98 บาท ตามลำดับ อัตราการเติบโตของยอดขายในปี 2552 เพิ่มขึ้น 2.13% ปี 2553 ยอดขายเพิ่มขึ้น 1.26% และปี 2554 มียอดขายเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด 6.24% เนื่องจากโรงพยาบาล อำเภอพังโคน สร้างตึกผู้ป่วยในเพิ่มขึ้น 1 ตึก ทางโรงพยาบาลพังโคนได้เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านโชคบุญมาก จึง ทำให้ยอดขายในปี 2554 เพิ่มสูงขึ้น แต่ในปี 2555 ยอดขาย 3,972,228.31 บาท ซึ่งลดลงจากปี 2554 อยู่ที่ -6.22% สาเหตุเกิดจากร้าน วัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอพังโคนมีจำนวนมาก และคู่แข่งรายใหม่เข้ามาเปิดกิจการ 3 ร้านค้า ได้แก่ ร้านโชคกิตติก่อสร้าง ร้านสินมั่นคง และร้านโชคสิน ต่อมาในปี 2556 มียอดขาย 3,981,255.72 ซึ่งเพิ่มสูง ขึ้นจากปี 2555 อยู่ที่ 0.23% และ ปี 2557 ยอดขาย 3,984,738.19 เพิ่มจากปี 2556 เพียงเล็กน้อย 0.09%

จากการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าว ผู้ศึกษาซึ่งเป็นทายาทได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่ยอดขายไม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และปัญหาที่ยอดขายของกิจการผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ อันดีต่อลูกค้า ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ [1] จึงมีความสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้าง และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่ม ยอดขายของร้านโชคบุญมาก อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านโชคบุญมาก อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร อย่างน้อยร้อยละ 10 ในปี 2558

## วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเขต อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

### 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ที่ซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอ พังโคน จังหวัดสกลนคร โดยใช้ สูตรคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เก็บแบบสอบถาม 400 ชุด [2]

### 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา รวบรวมข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุม โดยอาศัยทฤษฎี วรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้างของประชากร อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง แบบสอบถามประเมินค่าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งคำถามมีลักษณะปลายปิด ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) น้อยที่สุด (1 คะแนน) [3]

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด *ค่าความเชื่อมั่น* โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.873 [4] จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร ทำการอธิบายส่วนต่างๆให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจอย่างชัดเจน ก่อนทำแบบสอบถาม

### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS version 19 เพื่อหาค่าทางสถิติ ซึ่งได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

## 2. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านโซคบุญมา

หลังจากที่ทราบพฤติกรรมการซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากแบบสอบถามแล้ว ทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก วิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Forces Model) วิเคราะห์แผนผังก้างปลา วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านโซคบุญมา ได้แก่ กลยุทธ์ระยะสั้นและกลยุทธ์ระยะยาว

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง

ด้านพฤติกรรม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างด้วยตนเองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 39.00) ประชากรส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการจากร้านประจำ แต่บางโอกาสเปรียบเทียบคุณภาพและราคาสินค้ากับร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 58.00) ลูกค้านิยมรู้จักร้านโซคบุญมา (ค่าเฉลี่ย 77.75) จากช่าง/ผู้รับเหมา (ค่าเฉลี่ย 39.23) ซอบที่เจ้าของร้านเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 48.23) ร้านโซคบุญมาควรปรับปรุงเรื่องที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 51.77) ประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่เขตอำเภอพังโคน จังหวัดสกลนครจะซื้อ ไม้สังเคราะห์ (ค่าเฉลี่ย 51.75) วัสดุประสงค์ที่ซื้อเพื่อสร้างบ้าน (ค่าเฉลี่ย 52.50) และจะเข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้างช่วงเวลา 12.01-14.00 น.(ค่าเฉลี่ย 31.50)

### 2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง แบ่งออกทั้งหมด 7 ด้าน ในระดับมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญสินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) ด้านราคา ให้ความสำคัญสินค้ามีราคาถูกมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.50) ด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญของแจก ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.46) ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ การให้ข้อมูลแนะนำสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) การ

จัดส่งสินค้าครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญพนักงานมีข้อมูล มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญร้านค้ามีความสะอาดเรียบร้อยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54)

### 3. ผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก

การขาดเสถียรภาพทางการเมือง เนื่องจากเกิดรัฐประหารทำให้รัฐบาลประกาศใช้กฎอัยการศึก จึงเป็นเหตุทำให้ประชาชนไม่กล้าที่จะออกมาลงทุนมากนัก นักลงทุนส่วนใหญ่ยังคงรอที่จะจับจ่ายใช้สอย เพราะยังไม่แน่ใจในทิศทางของนโยบายรัฐบาล นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ค่าขายลำบาก ประกอบกับการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีร้านจำหน่ายเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในอำเภอพังโคนมีหลายร้านค้า ทำให้ร้านค้าแข่งขันมีการขายตัดราคากัน ปล່อยเครดิตแก่ลูกค้า ให้ส่วนลดหรือ ค่านายหน้าแก่ช่างหรือผู้รับเหมา อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเพิ่มสูงขึ้น กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านโชคนบุญมาเป็นเกษตรกร ปัจจุบันเกษตรกรขายข้าว ขายยางพาราไม่ได้ราคา ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรลดลงเป็นอย่างมาก มีกำลังซื้อลดลง ทำให้ชะลอตัวการสร้างอาคารบ้านเรือน สภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปประชาชนส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวกันมากขึ้น เพราะสะดวก และง่ายต่อการเดินทาง และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ประชาชนสามารถรับข่าวสาร และโปรโมชั่นต่าง ๆ มากขึ้น เมื่อเทียบกับร้านโชคนบุญมาซึ่งเป็นร้านประจำในพื้นที่อำเภอพังโคน ทำให้ยากต่อการประชาสัมพันธ์ร้านค้า

### 4. ผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน

เขตอำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร มีร้านค้าที่ขายวัสดุก่อสร้างทั้งหมด 14 ร้าน ถือว่ามีจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันแต่ละร้านค้ามีการขายตัดราคากัน บางร้านค้าปล່อยเครดิตให้ลูกค้า ให้ค่านำพาแก่ ช่าง/ผู้รับเหมา เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงต้องใช้กลยุทธ์เพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในสภาวะการณ์ที่มีการแข่งขันสูง ร้านค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านประจำ เพราะแต่ละร้านมีชื่อเสียงมายาวนาน จึงยากต่อการเข้ามาใหม่ แรงกดดันของสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ซึ่งมีความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างน้อย ดังนั้นเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เช่น ออนไลน์ หรือ เซลล์ ประชากรสามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ ทำให้สามารถซื้อขายสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จึงไม่มีผลต่อแรงกดดันของสินค้าทดแทน แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสูง เนื่องจาก ร้านที่จำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีหลายร้านค้า และสินค้าในแต่ละร้านไม่แตกต่างกันมากนัก บางร้านปล່อยเครดิตให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบถือว่าน้อย อันเนื่องมาจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีจำนวนมาก สินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก และทางร้านสามารถสั่งได้หลายช่องทาง

สามารถทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ขององค์กรให้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

**จุดแข็ง (Strengths)** คือ ร้านโชคนบุญมา เปิดมายาวนานกว่า 20 ปี ทำเลที่ตั้งสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้เป็นที่รู้จักในเขตอำเภอพังโคนและอำเภอใกล้เคียง เจ้าของร้านเป็นกันเองจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน บริการส่งฟรีรับประกันสินค้าเมื่อชำรุด/เสียหาย

**จุดอ่อน (Weaknesses)** คือ ไม่มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า สินค้าไม่มีความหลากหลาย ขาดการจัดโปรโมชั่น ส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ร้านค้าทางสื่อต่างๆ ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ปล່อยเครดิตน้อย ไม่มีระบบ การเก็บข้อมูลสินค้า พนักงานไม่เพียงพอ เนื่องจากขาดงานโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า

โอกาส (Opportunities) คือ ราคาน้ำมันที่ลดลง ทำให้ต้นทุนในการจัดส่งสินค้าถูกลง ผู้ขายสามารถถักเก็บสินค้าไว้ในสต็อกได้ และรัฐบาลสนับสนุนธนาคารปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ส่งผลให้ธุรกิจการก่อสร้างเติบโตขึ้น

ภาวะคุกคาม (Threats) คือ เศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้การใช้จ่ายใช้สอย ขาดสภาพคล่องมากขึ้น ผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มเข้ามาเปิดกิจการในอำเภอต่างๆ ทำให้ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองของลูกค้ามีมากขึ้น เกิดการแข่งขันด้านราคา ร้านค้าที่ต้นทุนต่ำกว่า และมีสินค้าที่หลากหลายมากกว่า มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

### การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านโชคนุญา อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

การกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะสั้น เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงมิถุนายน ปี 2559 ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ 1) ครบเรื่องบ้าน 2) คุณขอมาเราจัดให้ 3) ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ประชาสัมพันธ์ร้านค้า 5) ปรับปรุงงานบริการ 6) เพิ่มศักยภาพพนักงาน 7) จัดสินค้าให้เป็นระเบียบ สะอาดและสะอาดตา การกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะยาว เพื่อให้ร้านโชคนุญาปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ดีขึ้น จำหน่ายสินค้าครบวงจร รักษาฐานลูกค้าเก่า ขยายฐานลูกค้าใหม่ให้ความสำคัญ ที่ลูกค้าเป็นหลัก ลงพื้นที่ไปสอบถามข้อมูล สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ดังตารางที่ 1

### สรุป

ประชากรที่เข้ามาซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในอำเภอพังโคนจังหวัดสกลนครเป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพเกษตรกร มีรายเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ข้อมูลด้านพฤติกรรม พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เลือกซื้อ ไม่สังเคราะห์มากที่สุด เหตุผลเพื่อสร้างบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้ามีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ด้านราคา สินค้ามีราคาถูก ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง ใกล้ชุมชน และด้านลักษณะทางกายภาพร้านค้ามีความสะอาดเรียบร้อย ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีของแถม ของแถมด้านกระบวนการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านบุคลากร พนักงานมีข้อมูล มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม นำมาสร้างกลยุทธ์ ได้ 4 กลยุทธ์ร้านโชคนุญาจะใช้กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย นำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลสินค้า ข้อมูลฐานลูกค้า และนำเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะสั้น มีกำหนดระยะเวลาเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึง มิถุนายน ปี 2559 และในระยะยาวจำทำการปรับปรุงคุณภาพงานบริการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายและครบวงจร รักษาฐานลูกค้าเก่า ขยายฐานลูกค้าใหม่ สัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

### อภิปรายผล

จากการศึกษาการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของ “ร้านคำสี่ซีแพค” อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ดมีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการศึกษา ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เพื่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างด้านราคา สินค้ามีราคาถูก ด้านบุคลากรให้

ความสำคัญ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านกระบวนการ ได้แก่ จัดส่งสินค้าตรงตามเวลา ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ บรรยากาศภายในร้านสะดวกสบาย [4]

### ข้อเสนอแนะ

การนำข้อมูลจากแบบสอบถามควรทำการศึกษาเป็นระยะๆ เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่าง

### เอกสารอ้างอิง

- [1] สุดใจ วันอุดมเดชาชัย. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- [2] ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [3] ชูศรี วงศ์รัตน. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [5] วาสิณี สืบเมืองชัย. (2557). การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของ “ร้านคำสี่ซีแพค” อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

### ตารางที่ 1 กลยุทธ์ทางการตลาด

ชื่อโครงการ	ระยะเวลา	งบประมาณ
1. ครบเรื่องบ้าน	มิ.ย.58 – มิ.ย.59	11,800 บาท
2. คุณสมบัติเราจัดให้	ก.ค.58 – เม.ย.59	-
3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย	ก.ค.58 – ต.ค.59	8,500 บาท
4. ประชาสัมพันธ์ร้านค้า	ก.ค.58 – มิ.ย.59	6,300 บาท
5. ปรับปรุงงานบริการ	มิ.ย.58 – มิ.ย.59	-
6. เพิ่มศักยภาพพนักงาน	มิ.ย.58 – ธ.ค.59	-
7. จัดสินค้าให้เป็นระเบียบ สะอาดและสะอาดตา	ส.ค.58 – พ.ย.58	7,250 บาท
<b>รวม</b>	<b>12 เดือน</b>	<b>33,850</b>