

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านธวิซซ้อป อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี
**STRATEGIC PLANNING TO INCREASE SALES OF TWIT SHOP
 IN KUDCHAP DISTRICT UDON THANI PROVINCE**

ประถมาภรณ์ ศรีคัมปนพรหม¹
 นิติพล ภูตะโชติ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน ธวิซซ้อป อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานีร้านธวิซซ้อป โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์จากการรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าจำนวน 385 ตัวอย่าง รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ ที่มีผลต่อยอดขายของร้านธวิซซ้อป และใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษาพบว่าร้าน ธวิซซ้อป จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการจัดการคู่แข่งรายใหม่และรักษาระดับยอดขายของร้าน โดยการใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด เช่น การกำหนดโปรโมชั่นและการโฆษณา เป็นต้น ในการกระตุ้นการบริโภคของลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านธวิซ 10 เปอร์เซ็นต์ และนำไปสู่ระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: การวางแผนกลยุทธ์ ผู้มาใช้บริการ แผนการตลาด

Abstract

The aim of this project is to study the strategic on how to increase the unit sales of Twit Shop Kudchap district Udon Thani province. The samples collected Twit Shop retailers and consumers shows that environment factors could solve Twit Shop unit sales. The data analysis were collected from 385 sample questionnaires, Statistical tools used for data analysis incorporates with percentage, mean and standard deviation. Studies had shown that Twit Shop must plan strategies to handle new business competitors and maintain sales. Marketing mix theory like making promotion and advertisement to increase 10 % sales of Twit Shop will motivate customers desire to use the goods hence higher level income of Twit Shop.

Keywords: Strategic planning, Customer, Marketing plan

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตการการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail Psopec15@gmail.com

² รองศาสตราจารย์กลุ่มสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail Nitput@kku.ac.th

บทนำ

ร้านธวัชซ้อปตั้งเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2546 โดย นายธวัชชัย ใจบุญ ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์เสริม และ ให้บริการซ่อม ร้านธวัชซ้อปตั้งอยู่ที่ อำเภอภูคดจัน จังหวัดอุดรธานี ขนาดของร้าน 2 ห้องเชื่อมต่อกัน มีพนักงานให้บริการจำนวน 2 คน ก็คือคุณธวัชชัยและภรรยา โดยมีการเปิดให้บริการตั้งแต่ 7:00 – 20:00 น. เนื่องจากบริเวณหน้าร้านเป็นทางเข้าตลาดที่เปิดขายตั้งแต่เช้าจนถึงค่ำและเป็นที่รอรถโดยสารประจำทาง ซึ่งการเดินทางตามเวลาดังกล่าว จึงทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการต่างๆเป็นจำนวนมาก ทางร้านอาศัยการบอกปากต่อปากจากคนรู้จักสนิทกัน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับร้านของตนเองและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อีกประการหนึ่งก็คือเพราะเขาเชื่อว่าลูกค้าคือผู้มีพระคุณซึ่งส่งผลให้กิจการเจริญเติบโตไปในอนาคตได้ในการประกอบกิจการวันแรกกำไรที่ได้เพียง 38 บาทเท่านั้น และประกอบกิจการเช่นนี้ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 1 ปีแต่คุณธวัชชัยก็ไม่ได้ย่อท้อในการประกอบกิจการ และยังคงหากกลยุทธ์ใหม่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากกว่าเดิม โดยนำอุปกรณ์เสริมแปลกๆใหม่ๆเข้ามาเพื่อเป็นการแนะนำสินค้าใหม่ๆให้กับลูกค้าและมีโปรโมชั่นต่างๆให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ช่วงเทศกาลปีใหม่ก็จะมีการมอบของขวัญแจกให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการกล่าวขอบคุณจากการใช้กลยุทธ์ในช่วงต้นส่งผลให้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ยอดขายเพิ่มสูงขึ้น และรวมไปถึงทำให้มีกำไรเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ ในเขตเทศบาลอำเภอภูคดจัน จังหวัดอุดรธาณีนั้น มีจำนวนทั้งหมด 7 แห่งคือ ร้านต้น ร้านเปเป้ ร้านลักกี้โฟน ร้านกรเพชรร้านอิมโมบาย และร้านในห้างเทสโก้ โลตัส ซึ่งถือว่าอยู่ในภาวะการแข่งขันสูงเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของชุมชนและจำนวนประชากรในเขตอำเภอภูคดจันจากการที่มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นนำไปสู่การแข่งขันที่ดุเดือดมากในช่วงปี 2554 เป็นต้นมา ซึ่งลูกค้าสามารถมีตัวเลือกได้หลากหลาย สิ่งที่สามารถจะสร้างความแตกต่างและเป็นจุดเด่นให้แก่ร้านธวัชซ้อป คือ การบริการที่ดี และมีการแนะนำลูกค้ารวมถึงไม่เอาใจเอาเปรียบลูกค้า อีกทั้งยังเลือกสรรสินค้าที่มีคุณภาพมาจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงทำให้การร้านธวัชซ้อปมีความเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีฐานลูกค้าเป็นจำนวนมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2556 ร้านธวัชซ้อปประสบปัญหายอดขายลดลง เนื่องจากมีธุรกิจประเภทเดียวกันเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันสูง รวมไปถึงราคาของโทรศัพท์และอุปกรณ์ต่างๆนั้นสูงขึ้น จากอดีต จึงทำให้ต้นทุนสูงขึ้นและผลกำไรลดลง ตามมาด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการได้เห็นถึงความสำคัญและปัญหาในการแข่งขันธุรกิจประเภทนี้ และทางร้านได้วางเป้าหมายเพิ่มยอดขายโดยรวมร้อยละ 10 ภายในระยะเวลา 1 ปี ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงปัญหาดังกล่าว เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับทางร้าน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

อารีรัตน์ ก่อสินวัฒนา [1] ได้สรุปว่า ให้การเพิ่มยอดขายต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมทั่วไปประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย ความมั่นคงทางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องพิจารณาในการลงทุนหรือจัดการบริษัท กฎหมายและข้อบังคับด้านต่างๆ เช่น ด้านกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากร ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วย อัตราเงินเฟ้อ อัตราเงินฝืด อัตราดอกเบี้ย ปัจจัยทางด้านสังคม มีผลกระทบต่อธุรกิจได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ ความคิดเห็น และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อหลีกเลี่ยงความล้าสมัยและเพื่อเป็นงานส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ๆ ปัจจัยด้านนิเวศวิทยา ปัจจัยที่โดดเด่นมากที่สุดในสภาพแวดล้อมทั่วไปจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน [2] จะทำให้ทราบถึงที่มาของความเสี่ยงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่คู่แข่งชั้นใหม่ ความรุนแรงของ

สภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันสภาวะการแข่งขันของระหว่างธุรกิจต่างๆ ปัจจัยในการใช้สินค้าทดแทนก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น อำนาจต่อรองของผู้ซื้อผู้ซื้อจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ถ้าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของสินค้าและบริการให้ต่ำอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบเป็นแรงกดดันจากผู้ขายปัจจัยการผลิตซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพด้านกำไรของอุตสาหกรรมให้ราคาปัจจัยการผลิตและราคาสินค้าสูงขึ้น และศึกษาแนวทางการใช้กลยุทธ์โดยทฤษฎี TOWS Matrix Analysis [3] แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในธุรกิจ โดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในกลยุทธ์เชิงรุก เป็นตำแหน่งที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจ โดยจะใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส และหากมีจุดอ่อนก็พยายามจะแก้ไขเพื่อเปลี่ยนเป็นจุดแข็ง ถ้าอุปสรรคก็พยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส และใช้จุดแข็งในสร้างข้อได้เปรียบให้แก่ธุรกิจ กลยุทธ์เชิงป้องกัน เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดแข็งและมีอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก เป้าหมายของธุรกิจคือ พยายามให้มีจุดแข็งสูงสุดและมีอุปสรรคต่ำสุด ดังนั้นธุรกิจอาจใช้จุดแข็งด้านเทคโนโลยี การเงิน การบริหารการจัดการหรือการตลาด เพื่อให้ขจัดอุปสรรคจากคู่แข่ง เพื่อที่จะเป็นผู้นำตลาดและหลีกเลี่ยงอุปสรรค กลยุทธ์เชิงแก้ไขพยายามให้มีจุดอ่อนต่ำสุดและมีโอกาสมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจที่มีจุดอ่อนต้องพยายามหาวิธีการแก้ไข โดยเลือกใช้ข้อได้เปรียบจากเทคโนโลยี บุคลากรที่มีทักษะ รวมไปถึงทำเลที่ตั้ง เพื่อสร้างโอกาสและแก้ไขจุดอ่อนอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์เชิงรับเป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดอ่อนและอุปสรรค เป้าหมายคือสร้างให้จุดอ่อนและอุปสรรคเกิดน้อยที่สุด โดยอาจมีกลยุทธ์ต่างๆ อาทิเช่น ลดค่าใช้จ่าย การเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรและในทางเดียวกันก็สร้างจุดแข็งและโอกาสให้กับธุรกิจเสมอ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านริชช้อป อำเภอภูคด จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย 10 % ให้กับร้านริชช้อป อำเภอภูคด จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินงาน

ผู้ศึกษาทำการศึกษาโดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป วิเคราะห์ SWOT ของร้านริชช้อป และวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (TOWS Matrix) จากนั้นวิเคราะห์เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการร้านริชช้อป ในเขตอำเภอภูคดจังหวัดอุดรธานี ในช่วงเวลาระหว่างช่วง เมษายน 2557 ถึง มิถุนายน 2557 โดยใช้ช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือเวลาที่ทางร้านเปิดให้บริการ 7:00 – 20:00 การศึกษารั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

$$N = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2} \quad (1)$$

ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ งานวิจัยและเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษารวบรวมและจัดทำขึ้น โดยให้ผู้ให้บริการหรือลูกค้าตอบด้วยตนเอง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษารวบรวมและจัดทำขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามจากนั้นแปลข้อมูลและเข้ารหัส และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและหาค่าสถิติต่างๆ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปปรากฏว่า ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย จากสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยที่เกิดความไม่สงบในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ภาคธุรกิจของเอกชนชะลอตัวการลงทุนขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจัยทางด้านการเมืองส่งผลต่อความเชื่อมั่นของทั้งผู้บริโภคและภาคธุรกิจอย่างมาก รวมถึงส่งผลต่อโครงการและนโยบายของที่ต้อง ชะลอหรือหยุดชะงักชั่วคราวส่งผลให้ผู้ให้บริการเครือข่ายการสื่อสารต่างๆ เลือกที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงข่ายที่มีอยู่ในปัจจุบันแทนการลงทุนสร้างโครงข่ายใหม่

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจแนวโน้มเศรษฐกิจปัจจัยด้านลบที่สำคัญที่มีผลต่อการบริโภคและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงจากภาระหนี้สินต่อครัวเรือนของประชากรซึ่งสาเหตุหลักมาจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นอาจส่งผลกระทบต่อทางร้านขายสินค้าได้ยากขึ้น ส่งผลทำให้ยอดขาย กำไรต่อหน่วยลดลง

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมปัจจุบันสังคมประเทศไทยมีการติดต่อสื่อสาร และการรับรู้ข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์มีถือมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบายและการคมนาคมที่ทันสมัยรวมทั้งการพัฒนาของระบบสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ทำให้ส่งผลด้านบวก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีในยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเทคโนโลยีทางการสื่อสารมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพความเร็วในการรับส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นทิศทางที่น่าจับตามองของตลาดสื่อสาร อาทิเช่น เทคโนโลยีทางด้าน 4G กำลังเป็นที่น่าสนใจของทั้งผู้ให้และผู้ให้บริการ

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน

- อยู่ในระดับสูง
- ภาวะคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง
- อำนาจต่อรองของลูกค้า อยู่ในระดับสูง
- อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต อยู่ในระดับสูง
- อำนาจที่เกิดจากสินค้าทดแทน อยู่ในระดับสูง

จุดแข็ง

1. ร้านฉวิซ้อปเปิดให้บริการมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ทำให้มีฐานลูกค้าเดิมอยู่เป็นจำนวนมากโดยมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในอำเภอภูดัจับ
2. เจ้าของกิจการมีความชำนาญในธุรกิจมาเป็นเวลายาวนาน
3. ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ติดตลาดเทศบาลอำเภอภูดัจับ เดินทางไปมาสะดวก

4. ทางร้านที่มีจุดตรงที่สะดวกเพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า
5. มีการเปิดให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ
6. ภายในร้านมีการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การบริการเติมเงินออนไลน์ การโอนเงิน จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม รวมไปถึงการให้บริการซ่อม ปัจจุบันมีการให้บริการด้านการรับชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น
7. ทางร้านยินดีเปลี่ยนสินค้าให้ทันทีเมื่อสินค้าที่ซื้อจากทางร้านไปแล้วเกิดปัญหา
8. พนักงานภายในร้านมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการบริการ รวมทั้งมีการให้บริการที่เป็นกันเองและคุ้นเคยกับลูกค้าทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจ

จุดอ่อน

- 1) ทางร้านขาดการประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- 2) ร้านขาดการส่งเสริมการตลาดในการขายเพื่อดึงดูดลูกค้า
- 3) จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ โดยปัจจุบัน มีพนักงานเพียง 2 คนคือคุณธวิชัย และภรรยา
- 4) รูปแบบการจัดการภายในร้านยังไม่เป็นระเบียบ ทำให้ร้านดูไม่เรียบร้อย ส่งผลทำให้ต้องใช้เวลาในการหาสินค้าที่ไม่ค่อยได้ออกมาวางขาย

โอกาส

- 1) อิทธิพลของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเข้ามามีบทบาทมากในรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบัน
- 2) การนำเทคโนโลยี เช่น ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามามีใช้ในการซื้อขายสินค้า เป็นการช่วยในการชำระเงิน ตรวจสอบสินค้าคงเหลือ การจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบรายรับรายจ่าย และข้อมูลยอดขายของร้านได้ง่าย ส่งผลดีต่อการจัดการทางด้านบัญชี

อุปสรรค

- 1) ภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีผลต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชากร
- 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น จึงมีการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อมากขึ้นด้วย
- 3) เนื่องจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนสินค้าสูงขึ้น
- 4) ฤดูกาล เช่น ฤดูฝน ทำให้การเดินทางลำบาก ประกอบกับเป็นช่วงที่ทำนา ทำให้ลูกค้าที่เป็นเกษตรกรลดลง ดังนั้นในช่วงนี้จึงทำให้ยอดขายลดลง
- 5) คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเข้าสู่ตลาดได้ง่าย

สรุป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 ราย จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.30 อายุอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาศัยอยู่ที่อำเภอภูคัจจับเป็นส่วนใหญ่ ระดับรายได้อยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท

ข้อมูลด้านพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าและบริการจากร้านธวิซซ้อป ประกอบด้วยความถี่ในการใช้บริการช่วงเวลาประเภทของบริการที่เลือกใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริการอยู่ที่ 2 -5 ครั้งต่อเดือนช่วงเวลาที่มาใช้บริการอยู่ระหว่าง 11.00-13.00 น. ส่วนบริการที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่ คือ บริการเติมเงินออนไลน์ส่วนเหตุผลที่เลือกใช้บริการคือราคาถูก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า อันดับแรกมีจำนวนสินค้าเพียงพอต่อความต้องการโดยไม่ต้องสั่งสินค้าล่วงหน้ามีความสำคัญมาก รองลงมา มีบริการต่างๆ ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย เช่น โอนเงิน เติมเงินออนไลน์ ชำระสินค้าและบริการเป็นต้น และอันดับสุดท้ายการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นๆ มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสมไม่แพงเกินไป มีความสำคัญในระดับมาก และอันดับสุดท้ายมีการแสดงราคาขายที่ชัดเจน มีความสำคัญในระดับน้อย ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่สะดวกในการซื้อสินค้าและใช้บริการ เช่น การอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีความสำคัญระดับมากรองลงมาที่มีจอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า และการมีให้บริการหลายสาขาตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น วิทยุ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา มีความสำคัญในระดับมากรองลงมาคือรับเปลี่ยนสินค้ากรณีชำรุดหรือมีปัญหาภายในระยะเวลาที่กำหนด และการได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากทางร้านครบตามราคาที่กำหนดรองลงมาตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการด้วยความเต็มใจ รองลงมาคือพนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว และพนักงานยิ้มแย้ม พูดจาสุภาพตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ พบว่า มีป้ายหน้าร้านลูกค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน ความสำคัญในระดับมากร้านตกแต่งสวยงามเหมาะสมและบริเวณร้านมีความเป็นระเบียบ สะอาดรองลงมาตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า สิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ กระบวนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมาคือมีการจัดลำดับในการให้บริการสำหรับผู้มาใช้บริการก่อน - หลังและสุดท้ายมีการบวนการให้บริการที่เป็นระบบ มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาตามลำดับ

ในการศึกษาอิสระครั้งนี้เพื่อวางแผนกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายของร้านธวิซซ้อป อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี สามารถนำมาสรุปเป็นแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านธวิซซ้อปโดยทำการศึกษาจากปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการซึ่งจากการที่ร้านธวิซซ้อป เปิดให้บริการเป็นมาเป็นเวลายาวนานนั้น ทำให้มีฐานลูกค้าเดิมเป็นจำนวนมากรวมถึงการบริการที่หลากหลาย อาทิเช่น การบริการเติมเงินออนไลน์บริการซ่อมต่างๆ การจำหน่ายอุปกรณ์เสริม การมีบริการชำระสินค้าและบริการผ่านระบบ mPay รวมทั้งการมีบริการโอนเงินระหว่างธนาคารนั้น ถือเป็นจุดเด่นของร้านธวิซซ้อปทำให้เห็นโอกาสในการปรับปรุงและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ หลังจากที่เราได้ทราบถึงปัจจัยทางด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากร้านธวิซซ้อป ว่ามีจุดอ่อนของทางร้านได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการส่งเสริมการขาย จำนวนพนักงานไม่เพียงพอรวมทั้งรูปแบบการจัดร้านไม่เป็นระเบียบ เมื่อนำปัจจัยด้านต่างๆมาวิเคราะห์ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมจากการแข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ ทำให้ทราบปัญหาและนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนแก้ปัญหาโดยแผนการตลาดระยะสั้นมีเป้าหมายเพิ่มยอดขายในปี 2557 ให้เพิ่มร้อยละ 10 ของปี 2556 โดยมีการวางแผนการตลาดตลอดทั้งปี 2557 แบ่งเป็นโครงการระยะสั้นทั้งหมด 4 โครงการ และแผนการตลาดระยะยาว

แผนการตลาดระยะสั้นที่นำมา 4 โครงการได้แก่

- (1) โครงการ ยิ่งง่าย ยิ่งได้
- (2) โครงการ เติมมาก ได้มาก
- (3) โครงการ ยิ้มจริงใจ ทักทาย ขอบคุณ
- (4) โครงการสิ้นปี มีเฮ

ทั้งนี้เพื่อดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการกับทางร้านวิชช้อป ซึ่งรวมทั้ง 4 โครงการคิดเป็นงบประมาณ 82,000 บาท ถ้าสามารถเพิ่มยอดขายได้เป้าหมายที่ตั้งไว้ 10% จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 1,800,000 บาทต่อปีหรือประมาณ 150,000 บาทต่อเดือน

แผนการระยะยาวคือการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและถูกต้องในการทำงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และได้มีการจัดหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะในด้านต่างๆทั้งด้านการขายและมนุษยสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานรวมถึงการมีวันหยุดพักผ่อนให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดการสร้างแรงจูงใจในการทำงานกับทางร้านต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของร้านวิชช้อป เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยศึกษาเฉพาะผู้ที่มาใช้บริการร้านวิชช้อปเท่านั้นจึงควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านอื่นๆ ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อื่นเพื่อเป็นการสำรวจโอกาสในการขยายสาขาของร้านในอนาคต
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาที่ให้บริการของร้านวิชช้อปในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นเพิ่มรายได้ให้กับทางร้านและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ขอขอบคุณผู้ศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านวิชช้อป การวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการของร้านวิชช้อป อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดอุดรธานี สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีตามวัตถุประสงค์ ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ รองศาสตราจารย์ ดร.นิติพล ภูตะโชติ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำและข้อคิด รวมทั้งความถูกต้องของเนื้อหา และที่สำคัญคุณวิชชัช ใจบุญที่ได้ให้ข้อมูลและเนื้อหาในการทำการศึกษานี้

ขอขอบพระคุณบุคคลที่สำคัญ คือ บิดา มารดา พี่น้องของผู้ศึกษาที่ให้อำนาจใจและให้การสนับสนุน ช่วยเหลือโดยตลอดมา รวมถึงเพื่อนสนิท เพื่อนักศึกษาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและเอื้ออาธรรมิมน้ำใจแก่ผู้ศึกษาตลอดมา จนทำให้รายงานการศึกษานี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] อาริรัตน์ ก่อสินวัฒนา. (2554). **แนวทางในการเพิ่มยอดขายฮ.พานิชย์**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาววิทยาลัยขอนแก่น.
- [2] Kotler, P., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, and M., and Hansen, T. (2009), *Marketing Management*, Pearson Education.
- [3] Wheelen, T.L., & Hunger, J.D. (2008). **Strategic Management and Business Policy: Concepts and Cases**. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.