

**กลยุทธ์การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าปลีก ร้านรวมสิน
อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**

**MARKETING PLANNING STRATEGY TO INCREASE SALES VOLUME OF
RUAM SIN SHOP IN CHIANGKHAN DISTRICT LOEI PROVINCE**

ปรียาวรรณ สิ้นรัชชัย¹
อัมพน ห่อนาค²

บทคัดย่อ

การศึกษารึ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคซื้อปลีก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกตลอดจนคู่แข่งในการดำเนินการของร้านรวมสิน และเพื่อกำหนดแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านรวมสินโดยมีเป้าหมายให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปี 2558 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ PESTE Analysis วิเคราะห์คู่แข่งทางเศรษฐกิจ วิเคราะห์ 7P's วิเคราะห์ SWOT วิเคราะห์ TOWS Matrix แล้วนำข้อมูลข้างต้นมากำหนดกลยุทธ์ทางเลือก ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของ สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกหลายประเภท สถานที่จำหน่ายหาได้ง่าย สะดวกในการจอดรถ ในระดับมาก แต่ร้านรวมสินยังขาดการส่งเสริมการขายที่ดี ดังนั้นจึงได้วางแผนการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น และระยะยาว โดยแผนระยะสั้นนั้น ประกอบด้วย 5 โครงการ คือโครงการแนะนำร้านรวมสิน โครงการปีใหม่สุขใจ โปรแกรมลดแลกแจกแถม โปรแกรมเพิ่มความรวดเร็วในการชำระเงิน และแผนระยะยาว คือ โปรแกรมจัดทำฐานข้อมูลและการจัดระบบซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยคาดการณ์ว่าหากเป็นไปตามเป้าหมายจะสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าของร้านรวมสิน ในปี พ.ศ.2558 ได้ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับยอดขายปี พ.ศ.2557

คำสำคัญ: การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าปลีก

Abstract

This study aims to study customers' behavior as well as internal factors of marketing that affects to their satisfaction in Chaingkhan district, Loei province, to study the business surrounding both internal and external factors through business competitors of Ruamsin Shop, and to specify the marketing plan increasing the circulators of Ruamsin Shop to be the determined plan. There were 400 questionnaires were used as the data collection. The PESTE Analysis, Competitive Analysis, SWOT, Marketing mix 7P's and TOWS Matrix were applied in order to define the Marketing Plan. The results found that customers gave priority to the quality and standard of products, the difference kinds of products to choose, the place is easy to find and the convenient parking area at high level. Ruamsin Shop still lacks of the good sales promotion. Therefore, the marketing plan was provided into 2 periods, long-term and short-term. The short-term marketing plan included in 5 projects; Ruamsin Shop's presenting project, the happy new year project, buy and one get more program and speeding payment program. The long-term project included the database program and the computer trade setting. It is assumed that if the target can be achieved, the circulation of Ruamsin Shop will be increased at least 10 percent in 2015 when comparing with the circulation in 2014.

Keywords: Marketing planning strategy to increase sales volume

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ประธานหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในปัจจุบันมนุษย์ดำรงชีวิตด้วยความเร่งรีบ สะดวก และรวดเร็ว ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคสมัยนี้ได้อย่างดี

อำเภอเชียงคานนับตั้งแต่มีการจัดงานฉลอง “100 ปีเมืองโบราณ ริมฝั่งโขง” ที่มีการเผยแพร่ลงบนสังคมออนไลน์ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอเชียงคานมากขึ้น เศรษฐกิจภายในอำเภอตัวเมืองเชียงคานดีขึ้น รวมถึงร้านค้าที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น พร้อมกับการเปิดโรงแรมให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก

ร้านรวมสินเป็นร้านค้าปลีก ตั้งอยู่หมู่ 11 ตำบลนาซาว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยเปิดให้บริการในปี 2546 เปิดบริการตั้งแต่เวลา 6:00 น.-20.00น. ด้านทำเลของร้านตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้จุดจอดรถประจำทาง และเป็นทางผ่านไปย้งหลายอำเภอภายในจังหวัดเลย ในช่วงหลังยอดขายและจำนวนลูกค้าได้ลดลง ซึ่งพิจารณาได้จากสินค้าย้อนหลัง 3 ปี และเนื่องจากทางร้านจดทะเบียนในนามบุคคลธรรมดา รูปแบบธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียว จึงไม่มีการบันทึกข้อมูลแสดงฐานะทางการเงิน แต่มีการบันทึกรายรับจากการขายสินค้าในแต่ละประเภทเท่านั้น

จำนวนร้านคู่แข่งปัจจุบันมี 11 ร้าน สืบมาจากรัศมี 3กิโลเมตรจากร้านรวมสิน ทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง จากผลการดำเนินงานของทางร้านที่ประสบปัญหายอดขายที่ลดลง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาประเด็นพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกตลอดจนคู่แข่งในการดำเนินการของร้านรวมสิน เพื่อนำมาจัดทำการวางแผนการตลาดเพื่อการเพิ่มยอดขายให้กับร้านรวมสิน โดยมีเป้าหมายในปี 2558 มียอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศศิธร แก้ววิเศษ (2557) [1] ได้ศึกษาการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านบักมาร์ทพลาซ่า อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของสินค้าที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากที่สุด ร้านบักมาร์ทพลาซ่ายังขาดการส่งเสริมการขายที่ดี มีพื้นที่คับแคบจอดรถไม่สะดวก ตลอดจนมีภัยคุกคามจากธุรกิจเดียวกันของต่างชาติที่กำลังเข้ามา ดังนั้นจึงได้วางแผนการตลาด โดยการสร้างแผนการตลาดรวมทั้งหมด 5 โครงการ โดยเป็นโครงการระยะสั้น คือโครงการสะสมใบเสร็จแลกของรางวัล โครงการเพิ่มโชคทุกวันที่ 4 โครงการคัดกรองคุณภาพ โครงการรถเข็นส่งของและโครงการขยายขยาย โดยคาดการณ์ว่าหากเป็นไปตามเป้าหมายจะสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าของร้านบักมาร์ทในปี พ.ศ.2557 ได้ร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับยอดขายปี พ.ศ.2556

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคซื้อปลีก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกตลอดจนคู่แข่งในการดำเนินการของร้านรวมสิน
3. เพื่อกำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านรวมสินเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีพุทธศักราช 2558 เมื่อเทียบยอดขายปีพุทธศักราช 2557

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการแจกแบบสอบถามแบบสุ่ม ซึ่งพื้นที่ๆ ทำการศึกษาคืออำเภอเชียงคาน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้าปลีก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 400 คน โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง 3) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล 1) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้เปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้เปรียบเทียบและอธิบายข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูการกระจายตัวของตัวแปร และการนำเสนอข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีการตรวจสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อคัดเลือกข้อคำถามที่มีความเชื่อมั่นสูง และวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของแบบสอบถาม

2. การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกตลอดจนคู่แข่งชั้นในการดำเนินการของร้านรวมสิน

ดำเนินการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยการวิเคราะห์ PESTE Analysis Five Force Model , Marketing Mix:7P's, SWOT Analysis วิเคราะห์คู่แข่งชั้น จัดทำตารางเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งชั้น วิเคราะห์ TOWS matrix

3. การเสนอแนวทางการวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านรวมสิน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

นำผลการศึกษาจากหัวข้อที่ 1 และ 2 มาสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อเสนอแนวทางการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านรวมสิน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคซื้อปลีก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.5) มีอายุระหว่าง 30-41 ปี (ร้อยละ 27.0) การศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 51.8) อาชีพ เกษตรกร (ร้อยละ 54.5) มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 58.8)

สำหรับผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า (ร้อยละ 30.3) ซื้อสินค้าที่ร้านคุณกอย รองลงมา (ร้อยละ 23.5) คือร้านรวมสิน เหตุผลที่ซื้อสินค้าจากร้านค้า (ร้อยละ 38.8) เพราะสะดวกใกล้บ้าน สินค้าประเภทที่ซื้อบ่อยที่สุด (ร้อยละ 27.8) คือสินค้าประเภทเครื่องใช้ทำความสะอาดร่างกาย ส่วนยอดซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 51-100บาท (ร้อยละ 49.5) เหตุผลที่ซื้อของจากร้านรวมสิน (ร้อยละ 60.0) เพราะสถานที่สะดวกในการซื้อ (ร้อยละ 24.5) ความถี่ในการซื้อสินค้า คือ 2ครั้ง/สัปดาห์ และการจัดโปร

โมชั่นของร้านค้าที่ลูกค้าสนใจมากที่สุด (ร้อยละ 39.5) ได้แก่การให้ส่วนลดเงินสด รองลงมาคือ มีของแถม (ร้อยละ 32.8)

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีสินค้าให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.75) และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ทุกประเด็นมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 2) ปัจจัยด้านราคาได้แก่ มีการกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และราคาสินค้าถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
- 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ทุกประเด็นมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ รับเปลี่ยนสินค้าหากชำรุด (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และมีโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.33) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
- 5) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ร้านมีพนักงานสภาพมีมารยาทและอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) และพนักงานมีความรวดเร็วในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ทุกประเด็นมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ทางร้านมีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่/ชัดเจนโดดเด่น (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ร้านมีบริเวณกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.84) ทุกประเด็นมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 7) ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคิวชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.20) และมีการเติมสินค้าเข้าชั้นวางอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.89) ทุกประเด็นมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

2 ผลจากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกตลอดจนคู่แข่งชั้นในการดำเนินการของร้านรวมสิน

2.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTE Analysis) พบว่าปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย มีปัจจัยที่ส่งผลดีและเสียต่อธุรกิจเนื่องจากมาตรการการนำภาษีการท่องเที่ยวมาลดหย่อนได้มากขึ้นทำให้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลดีต่อร้านรวมสินแต่ว่ารัฐบาลที่ไม่ได้มาจากการเลือกตั้งส่งผลให้นักลงทุนไม่ไว้วางใจ ด้านปัจจัยตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจพบว่าส่งผลปัจจัยที่ไม่เกื้อหนุนหรือส่งเสริมต่อธุรกิจเนื่องจากเศรษฐกิจจะลดตัว [2] ประชาชนลดการใช้จ่าย ด้านปัจจัยตัวแปรทางด้านประชากร สังคมและวัฒนธรรมพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลดีและเสียต่อธุรกิจเนื่องจากว่าในช่วงเทศกาลแรงงานจะอพยพกลับมายังถิ่นฐานก่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยแต่ในปัจจุบันผู้บริโภคตื่นตัวต่อสิ่งใหม่มากขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคหันไปใช้บริการร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ ส่วนด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมหรือเกื้อหนุนต่อธุรกิจด้านการลดต้นทุนและระยะเวลา

2.2 ผลการวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้แรงกดดัน 5 ประการ (Five-Force Model) พบว่า ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่อยู่ในระดับสูงที่สุดเนื่องจากว่าธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนน้อยดังนั้นนักลงทุนหน้าใหม่จึงเข้าสู่ตลาดธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคได้ง่าย ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่าลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ พบว่า ปัจจุบันนั้นมีจำนวนตัวแทนจากหลายบริษัทมานำเสนอขายสินค้าให้กับทางร้านเป็นประจำอย่างน้อยทุกเดือน ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอยู่ในระดับน้อย ด้านอุปสรรคของสินค้าหรือบริการทดแทน พบว่า ร้านค้าจะเป็นเพียงช่องทางในการจัดจำหน่ายเท่านั้น การแข่งขันเนื่องจากการมีสินค้าทดแทนจึงอยู่ในระดับน้อย ด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันพบว่า

การแข่งขันค่อนข้างรุนแรงทางด้านราคา ร้านค้าไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันจึงสูง

2.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ (7P's)

Product ผลการวิเคราะห์ในส่วนของสินค้า พบว่า ธุรกิจมีสินค้าที่หลากหลายตอบสนองผู้บริโภคได้ครบถ้วน Price การตั้งราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า ร้านรวมสินจะตั้งราคาไม่สูงหรือต่ำจนเกินไปจากราคาคู่แข่งทางธุรกิจ Place สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในเขตชุมชน เป็นทางผ่านไปยังหลายอำเภอ ใกล้จุดจอดรถประจำทาง Promotion ทางร้านยังไม่มีโปรโมชั่นและการโปรโมชั่น People พนักงานมีมารยาทและอัธยาศัยดี Physical Evidence ภายในร้านกว้างขวาง มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน Process เมื่อลูกค้าเข้าร้านสามารถบอกความต้องการแก่พนักงานและเลือกซื้อสินค้าจากนั้นจึงมายังจุดชำระเงิน

2.4 การวิเคราะห์ร้านรวมสินกับคู่แข่ง พบว่า คู่แข่งขันของร้านรวมสินได้แก่ร้านคุณกอยซึ่งเลือกใช้กลยุทธ์แถมสินค้า และลดราคา แต่มีจุดอ่อนคือร้านยังมีขนาดเล็ก ร้านป่าเพ็ญเป็นร้านที่เปิดมานานมีชื่อเสียง ราคาในการขายสินค้าต่ำ แต่จุดอ่อนคือพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ร้านอ๊วซูปเปอร์มาเก็ต ตั้งอยู่ใกล้ร้านรวมสิน มีกลยุทธ์คือมนุษยสัมพันธ์ดี แต่จุดอ่อนคือร้านมีขนาดเล็ก

1.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

Strengths ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และเป็นทางผ่านไปยังหลายอำเภอ รวมถึงใกล้จุดจอดรถประจำทางอีกด้วย การให้บริการได้รวดเร็ว มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว เนื่องจากเป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว

Weaknesses ไม่มีการส่งเสริมการขาย ใช้ระบบการบริหารงานแบบเก่า ราคาสินค้าไม่มีมาตรฐาน การเร่งรัดจัดเก็บหนี้ยังจัดการได้ไม่ดีและไม่เป็นระบบ

Opportunities สินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีโอกาสทำให้ทางร้านขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

Threats ปัจจุบันมีร้านค้าปลีก ค่าส่งขนาดใหญ่มาเปิดบริการใกล้บ้าน ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจไปใช้บริการมากขึ้น การเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งเข้ามาโดยง่าย เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่ใช้ต้นทุนน้อย

2.6 ผลการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (TOWS Matrix)

SO-Matching Approach ใช้ทำเลที่ตั้งคว้าโอกาสจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่จะเข้ามาเที่ยวในเชียงคาน ด้วยโครงการแนะนำร้านรวมสิน

ST-Covering Approach ใช้ทำเลที่ตั้งดึงดูดและจูงใจลูกค้าโดยการมีนโยบายสะสมยอดซื้อ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และดึงดูดลูกค้าใหม่ ให้เข้ามาซื้อสินค้านร้านรวมสินมากกว่าการหันไปซื้อสินค้าจาก 7-11 แลโลตัสที่กำลังเปิดให้บริการไม่ไกลจากร้านรวมสิน

WO-Off-Set Approach จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลนำมาสร้างเป็นโอกาส โดยอาศัยช่วงที่มินิกท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเที่ยวในตัวอำเภอเชียงคาน จัดโครงการปีใหม่สุขใจขึ้น

WT-Mitigation Approach ไม่มีเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการขายเหมือนร้านค้าขนาดใหญ่ จึงไม่สามารถทราบจำนวนสินค้าคงเหลือ ทำให้บางครั้งสินค้าบางตัวขาด และหมดอายุจึงเกิดโปรแกรมจัดทำฐานข้อมูลและการจัดระบบการขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ขึ้น

3. ผลการกำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านรวมสินให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีพุทธศักราช 2558 เมื่อเทียบกับยอดขายปีพุทธศักราช 2557

การวางแผนการตลาดมีเป้าหมายในการเพิ่มยอดขายของร้านรวมสินให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ในปีพุทธศักราช 2558 เมื่อเทียบกับยอดขายปีพุทธศักราช 2557 โดยได้ทำการวางแผนกลยุทธ์และโครงการในด้านต่างๆเป็น 2 ระยะ คือ กลยุทธ์ระยะสั้นและกลยุทธ์ระยะยาว

สำหรับการดำเนินงานตามกลยุทธ์ระยะสั้นประกอบด้วย 1)โครงการแนะนำร้านรวมสิน ดำเนินการโดยการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่นคลื่น 94.25 FM มีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาแนะนำร้านรวมสินให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเชียงคาน ดำเนินงานโดยโฆษณาในช่วงเวลา 7.00-8.00 น. ช่วงเวลา 12.00-13.00น. และ 16.00-17.00น.

2) โครงการปีใหม่สุขใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านรวมสินในช่วงเทศกาลปีใหม่ ดำเนินงานโดยในช่วงเทศกาลปีใหม่จัดรายการเมื่อซื้อครบ 300 แลกคูปอง 1 ใบ ให้เขียนชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ส่งเพื่อจับฉลากชิงรางวัล 3)โปรแกรมสะสมยอดซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มีการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ดำเนินงานโดยให้ลูกค้าสะสมยอดซื้อ เพื่อแลกของพรีเมียมจากทางร้าน 4)โปรแกรมลดแลกแจกแถม เป็นการลด แลก แจก แถมสินค้า ดำเนินงานโดย การลดราคาโดยการตัดเศษของยอดซื้อทั้งหมด จากแผนกลยุทธ์ระยะสั้นทั้งหมด ผลที่คาดว่าจะได้รับคือสามารถเพิ่มยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

สำหรับกลยุทธ์ระยะยาว ประกอบด้วย โปรแกรมจัดทำฐานข้อมูลและการจัดระบบการซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้กิจการสามารถเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันได้มากขึ้น สามารถทราบถึงจำนวนสินค้าคงเหลือของทางร้านรวมถึงสินค้าที่ใกล้หมดอายุ เพื่อที่จะหาวิธีในการจำหน่ายโดยไม่ให้ทางร้านขาดทุน อีกทั้งนำมาใช้เพื่อช่วยในการบริหารจัดการด้านการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ดำเนินงานโดยจัดทำคอมพิวเตอร์และโปรแกรมการซื้อขายสินค้าระบบการจัดเก็บข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและทางร้านต้องออกไปเสร็จทุกครั้งที่มีการซื้อขายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงโดยทำอย่างต่อเนื่อง

จากแผนโครงการระยะสั้นและระยะยาวทั้งหมดจำนวน 4 โครงการ สามารถสรุปแผนการดำเนินงานผู้รับผิดชอบโครงการและงบประมาณได้ ดังตารางที่ 1

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า การกำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านรวมสิน ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งแบ่งแผนการตลาดออกเป็น ออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ระยะสั้น และระยะยาว โดยแผนระยะสั้นนั้น ประกอบด้วย 6 โครงการ คือโครงการแนะนำร้านรวมสิน โครงการปีใหม่สุขใจ โปรแกรมสะสมยอดซื้อ โปรแกรมลดแลกแจกแถม และแผนระยะยาว คือ โปรแกรมจัดทำฐานข้อมูลและการจัดระบบซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยมีงบประมาณในการจัดทำแผนรวมทั้งสิ้นเป็นเงิน 38,943 บาท ซึ่งทั้งนี้การจัดทำโครงการในครั้งนี้คาดว่าจะเพิ่มยอดขายให้กับร้านรวมสินได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

สำหรับร้านรวมสินควรมีการประเมินโครงการทุกๆไตรมาส เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการศึกษารั้งต่อไปเนื่องจากการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านรวมสินเป็นไปในลักษณะวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ข้อมูลบางประเด็นอาจจะยังสามารถเข้าถึงในเชิงลึกได้ ดังนั้นหากมีการศึกษารั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพราะจะทำให้สามารถได้ข้อมูลเชิงลึก ข้อมูลครบถ้วนชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากแก่ธุรกิจค้าปลีก และร้านรวมสิน

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศศิธร แก้ววิเศษ . (2557). การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านบีกมาร์ทพลาซ่า อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [2] สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2558). รายงานสภาวะเศรษฐกิจการคลังประจำเดือนพฤษภาคม. ค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.fpo.go.th/FPO/index2.php?mod=Content&file=contentview&contentI=CNT0013919&categoryID=CAT0000034>.

ตารางที่ 1 สรุปแผนการดำเนินงานผู้รับผิดชอบโครงการและงบประมาณ

แผนโครงการ	ระยะเวลาดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบโครงการ	งบประมาณ (บาท)
แนะนำร้านรวมสิน	ม.ค.58 -ธ.ค. 58	ดีเจวิทยุ คลื่น 94.25 FM	26,400
ปีใหม่สุขใจ	ธ.ค.58 -มี.ค. 59	เจ้าของกิจการ	5,043
ลดแลก แจก แถม	ตลอดปี 58	เจ้าของกิจการ	3,000
จัดระบบซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์	10ปี ขึ้นไป	เจ้าของกิจการ	2500
รวม			36,943