

กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบุญฟาร์ม อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น

MARKETING STRATEGIES TO INCREASE FRESHWATER FISH SALES OF  
SOMBOONFARM IN MUANG DISTRICT KHON KAEN PROVINCE

อนุชิต กวีวิวัฒน์<sup>1</sup>  
นวลฉวี แสงชัย<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบุญฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากยอดขายปลาน้ำจืดมีแนวโน้มที่จะลดลง จึงได้ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่ซื้อปลาน้ำจืดและนำไปส่งขายต่อหรือพ่อค้าคนกลางในเขต จังหวัดขอนแก่น พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ปลาที่มีความสด ราคามีความเหมาะสมกับสินค้า การรับสินค้าได้ตลอดเวลา การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด พนักงานมีความรู้ การให้บริการมีความถูกต้อง นำเชื่อถือ สินค้าได้ครบตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ และการมีเครื่องชั่งน้ำหนักด้วยระบบไฟฟ้า ให้บริการลูกค้า โดยเมื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ ทำให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ดังนี้ 1)ครบถ้วนเรื่องชนิดปลา 2)โทรล่วงหน้า นัดเวลารับปลา 3)ระบบแม่นยำ ถูกต้อง รวดเร็ว 4)ประชาสัมพันธ์ร้าน โดยหลังดำเนินการคาดหวังยอดขายปลาน้ำจืดของสมบุญฟาร์ม จะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% ในปี 2559

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปลาน้ำจืด

Abstract

The independent study investigated marketing strategies to increase freshwater fish sales volume of Somboonfarm in Muang district, Khon Kaen province. Since the sales volume of the company was below the sales target, this study were studying by questionnaires collected from middlemen in Khon Kaen province. The results of marketing mix factors which influenced to decide to buy freshwater fish were 1)the freshwater fish must be fresh 2)the price is reasonable 3)receiving goods 24 hours a day 4)getting discount if purchasing quantity achieves the target of the company 5)the salesmen have skill 6)service is accurate and reliable 7)receiving goods completely 8)having digital weighing scale. After using the results made by this study then analyzed included the general environment analysis, five force model of industry analysis, SWOT analysis and TOWS matrix, the following 4 projects were prepared for incremental sales; 1)Type of fish 2) Call and get fish 3)Accurate and fast system 4)Public relations. These strategies are expected to increase Somboonfarm's turnover at least 10 percent in 2559

**Keywords:** marketing strategy, market mix, freshwater fish

<sup>1</sup> วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ (MBA) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

208 หมู่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40260 081-732-7703 Anuchit.lee@Gmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

## บทนำ

การดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นประกอบด้วยปัจจัยต่างมารวมกัน แต่ถ้าพูดถึงปัจจัยหลักที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นคงหนีไม่พ้นเรื่อง ปัจจัยสี่ ที่ประกอบด้วย อาหาร สถานที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ซึ่งอาหารนั้นก็ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่มนุษย์ต้องบริโภคเพื่อเสริมโภชนาการให้ร่างกาย อาหารส่วนใหญ่ที่มนุษย์นำมาบริโภคนั้นได้มาจากพืชหรือสัตว์ ที่ทำได้ตามธรรมชาติ และแตกต่างไปตามแต่ละภูมิภาค

ปลาเป็นหนึ่งในอาหารที่มนุษย์นิยมบริโภคเป็นจำนวนมาก อันเนื่องจากประโยชน์ที่ได้รับ และสามารถหาได้ง่ายตามธรรมชาติ ซึ่งตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมามีการนำเข้าปลาน้ำจืดจำนวนมาก มาจากประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า และฟาร์มปลาน้ำจืดทางภาคกลางของประเทศไทย เพื่อนำมาส่งขายให้ทาง พ่อค้า แม่ค้า และผู้บริโภค ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อยอดขายของฟาร์มปลาน้ำจืดในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นเป็นอันมาก เนื่องจากปลาน้ำจืดที่นำเข้ามาส่งขายนั้น มีราคาต้นทุนที่ถูกกว่าปลาที่เลี้ยงจากฟาร์มในพื้นที่ เนื่องจากฟาร์มปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่นใช้หัวอาหารสำเร็จรูปในการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด เพราะไม่สามารถหาอาหารสดมาเลี้ยงปลาได้

สมบุญรณฟาร์ม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2529 ดำเนินการบริหารโดย นายสมบุญรณ กวีวิวัฒน์ ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 208 ถนนท่าพระ-โกสุม ตำบลดอนหัน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ดำเนินธุรกิจประเภทประมง โดยเลี้ยงปลาน้ำจืดส่งขายสู่ตลาด มีบ่อเลี้ยงปลาอยู่จำนวน 51 บ่อ ในเนื้อที่โดยประมาณ 200 ไร่ สามารถผลิตปลาน้ำจืด ซึ่งประกอบด้วย ปลานิล ปลาช่อน ปลาดุก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าคนกลาง มารับปลาหน้าฟาร์มนำไปส่งให้ตลาดในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นรวมถึงในภูมิภาคอีสานตอนบน และจากผลกระทบที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ยอดขายปลาน้ำจืดของสมบุญรณฟาร์มลดลงถึงร้อยละ 23 ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาและมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าหากมีการวางกลยุทธ์ในการจัดการที่ดีจะสามารถรักษา และสามารถเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดในปี พ.ศ. 2559 ให้กับทางสมบุญรณฟาร์มได้อย่างน้อยร้อยละ 10

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบุญรณฟาร์มโดยมียอดขายปลาน้ำจืดในปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10

## วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่น

### 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือกลุ่มประชากรที่ซื้อปลาน้ำจืดและนำไปส่งขายต่อหรือพ่อค้าคนกลางในเขต จังหวัดขอนแก่น โดยในการศึกษานี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม

- 1) กลุ่มประชากรที่ 1 กลุ่มประชากรที่ซื้อปลาน้ำจืด และนำไปส่งขายหรือพ่อค้าคนกลางในเขตจังหวัดขอนแก่นที่ปัจจุบันยังคงซื้อปลาน้ำจืดกับทางสมบุญรณฟาร์ม ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวน 24 คน

2) กลุ่มประชากรที่ 2 กลุ่มประชากรที่ซื้อปลาน้ำจืด และนำไปส่งขายหรือพ่อค้าคนกลาง ในเขตจังหวัดขอนแก่นที่ปัจจุบันไม่ได้ซื้อปลาน้ำจืดกับทางสมบูรณ์ฟาร์ม หรือไม่เคยซื้อปลาน้ำจืดกับทางสมบูรณ์ฟาร์ม ซึ่งในกลุ่มนี้จะใช้สูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เก็บแบบสอบถาม 400 ชุด [1]

### 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิดทั้งหมด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1)ด้านผลิตภัณฑ์ 2)ด้านราคา 3)ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4)ด้านการส่งเสริมการตลาด 5)ด้านพนักงาน 6)ด้านกระบวนการ 7)ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบตามระดับความสำคัญ ซึ่งแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด(5 คะแนน) มาก(4 คะแนน) ปานกลาง(3 คะแนน) น้อย(2 คะแนน) น้อยที่สุด(1 คะแนน) [1]

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มประชากรที่ 1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์ฟาร์ม จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มประชากรที่ 2 ทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ดังต่อไปนี้ 1)อำเภอเมืองขอนแก่น 2)อำเภอบ้านไผ่ 3)อำเภออุบลรัตน์ 4)อำเภอกระนวน 5)อำเภอชนบท 6)อำเภอน้ำพอง 7)อำเภอพล

### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจไปแล้ว และจะนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 19 (Statistical Package for the Social Science for Windows) ซึ่งสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) และค่าความถี่ (Frequency)

## 2. การศึกษาแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม

หลังจากดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่นจากแบบสอบถามจนทราบผลแล้ว และขั้นต่อมาดำเนินการศึกษาข้อมูล ทำการวิเคราะห์ในส่วนต่างๆ ตามเครื่องมือ 1)การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (The External environment) [2] 2)การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม(Five Forces Model) [2] 3)การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) [3] [4] 4)ทฤษฎี TOWS Matrix [2] ทั้ง 4 ชนิดแล้ว ดำเนินการในการหาความสัมพันธ์ เหตุผลที่สอดคล้องกัน เพื่อการกำหนดกลยุทธ์และโครงการต่อไป

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่น

ผลจากแบบสอบถามกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ ชนิดปลาที่มีความต้องการ ปลานิล ปลาดุก ปลาช่อน ปลาสวาย ปลาเทโพ ปลาคะเพียน ปลาหมอ ปลานู๋ และปลาไหล ตามลำดับ ขนาดปลาน้ำจืดอยู่ที่ ขนาดกลาง 5-7 ซิตต่อตัว ปัจจัยหลักในการเลือกซื้อสินค้า คือ สินค้ามีราคาถูก พฤติกรรมการซื้อจากฟาร์ม มีฟาร์มประจำ แต่บางครั้งก็ซื้อจากฟาร์มอื่น เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้า บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ตนเอง การชำระค่าสินค้า ส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด และส่วนใหญ่รู้จักฟาร์มปลาน้ำจืด สมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยรู้จักผ่านการแนะนำของเพื่อน ซึ่งข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ ที่พบว่าส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อปลาน้ำจืดกลุ่มชนิดปลานิล และปลาดุก มีความสอดคล้องกับการศึกษาการจัดการธุรกิจฟาร์มผลิตลูกปลาน้ำจืดเพื่อการค้าในเขตอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามของ ญฐมน ปฐมวณิชกุล [5]

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ซึ่งในแต่ละด้านมีระดับความสำคัญมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังต่อไปนี้ 1)ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปลาที่มีความสด 2)ด้านราคา ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับสินค้า 3)ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถรับสินค้าได้ตลอดเวลา 4)ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด 5)ด้านพนักงาน ได้แก่ พนักงานมีความรู้ 6)ด้านกระบวนการ ได้แก่ การให้บริการมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สินค้าได้ครบตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ 7)ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน ได้แก่ มีเครื่องชั่งน้ำหนักด้วยระบบไฟฟ้า ให้บริการลูกค้า ซึ่งปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด มีความสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ สาโรจน์ ดาวจง [6]

## 2. ผลการวิเคราะห์แนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม

### 2.1 ผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (The External environment)

ปัจจุบันสถานการณ์ด้านการเมืองภายในประเทศไทยเริ่มมีความมั่นคงมากขึ้น ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการลงทุน ซึ่งส่งผลให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ประกอบกับนโยบายในการเก็บภาษีของภาคการเกษตรมีอัตราต่ำ ส่งผลให้ราคาสินค้าภาคการเกษตรมีราคาถูก ประชาชนทั่วไปสามารถซื้อหาและเข้าถึงสินค้าได้โดยง่าย ส่งผลถึงแนวโน้มที่ยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์มจะเพิ่มสูงขึ้น

ด้านเศรษฐกิจในประเทศไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการชะลอตัว ทำให้ประชาชนบางกลุ่มขาดรายได้ แต่ในปี 2559 นี้ได้มีการขยายตัวด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นส่วนขับเคลื่อนให้ภาคเศรษฐกิจเติบโต ซึ่งส่งผลดีต่อกลุ่มภาคธุรกิจ และรายได้ของประชาชน ส่งผลถึงแนวโน้มที่ยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์มจะชะลอตัวหรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

ด้านสังคม ค่านิยมในด้านสุขภาพมีมากขึ้น ประชากรหลายกลุ่มเริ่มตระหนักถึงปัญหาสุขภาพ ซึ่งปลาน้ำจืดเป็นอีกทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ ส่งผลถึงแนวโน้มที่ยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์มจะเพิ่มสูงขึ้น

ด้านเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งธุรกิจก็ต้องปรับตัวด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการปรับกระบวนการการทำงาน การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันทางสมบูรณ์ฟาร์มได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาจัดการทางธุรกิจจำนวนน้อยถือว่าเป็นจุดอ่อน แต่ถ้าทางสมบูรณ์ฟาร์มสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทางธุรกิจก็ถือว่าเป็นโอกาสที่ดี

## 2.2 ผลการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Forces Model)

ด้านการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากธุรกิจการเลี้ยงปลาน้ำจืดนั้นต้องใช้เวลาในการเลี้ยงอยู่ที่ 4-6 เดือน ปลาน้ำจืดจึงได้ขนาดตามที่ตลาดต้องการ สถานที่ที่ต้องมีความเหมาะสมกับการเลี้ยงปลาน้ำจืด ประกอบกับการลงทุนที่ต้องมีเงินทุนในการซื้ออาหารมาเลี้ยงปลา และส่วนใหญ่ลูกค้าจะมีแหล่งฟาร์มปลาน้ำจืดที่ไปซื้อปลาน้ำจืดเป็นประจำอยู่แล้ว ส่งผลให้การที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมประเภทนี้ค่อนข้างน้อย

ด้านอำนาจต่อรองของผู้ผลิต เนื่องจากธุรกิจการเลี้ยงปลามีการรวมกันเป็น กลุ่ม สมาคมการเลี้ยงปลาเป็นจำนวนมากส่งผลให้ ฟาร์มปลาน้ำจืดที่รวมกลุ่มกัน มีอำนาจในการต่อรองกับทางผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาน้ำจืด อีกทั้งปัจจุบันมีบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงปลาน้ำจืดมีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อำนาจต่อรองของผู้ผลิตมีค่อนข้างน้อย

ด้านสถานการณ์ของการแข่งขัน การที่ธุรกิจฟาร์มปลาน้ำจืดในขอนแก่นมีจำนวนมาก และมีรายใหญ่จำนวนมากไม่น้อย ก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อปลาน้ำจืดที่ฟาร์มของตน อีกทั้งในบางช่วงจะมีปลาน้ำจืดที่สามารถจับได้ตามธรรมชาติเข้ามาแข่งขันซึ่งปลาธรรมชาตินี้มีต้นทุนที่ต่ำกว่าการเลี้ยงในฟาร์ม ส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันค่อนข้างสูง

ด้านอำนาจต่อรองของผู้บริโภค ตลาดปลาน้ำจืดระดับทั่วไปมีการแข่งขันกันสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถต่อรองกับผู้ขายได้ เพราะผลผลิตของปลาน้ำจืดระดับนี้มีจำนวนมาก แต่หากฟาร์มปลาน้ำจืดเน้นผลผลิตที่มีระดับในระดับดีที่เกิดจากการเลี้ยงปลาน้ำจืดโดยไม่เร่งการเติบโต มีการดูแลที่ดีมากขึ้น ในส่วนนี้ผลผลิตจะน้อยทำให้อำนาจต่อรองของผู้บริโภคมีน้อยตามไปด้วย

ด้านการมีสินค้าและบริการอื่นๆทดแทน ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ผู้คนมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้มีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ รวมถึงเสนอซื้อ ขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ ในตลาดออนไลน์อีกด้วย ซึ่งมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น แต่การทำตลาดในส่วนนี้ยังมีน้อยจึงส่งผลให้แรงกระทบในเรื่องสินค้าทดแทนยังมีน้อยอยู่

## 2.3 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม (SWOT Analysis)

จุดแข็ง คือ สมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นฟาร์มปิดขนาดใหญ่ และสามารถจับปลาได้ตลอดทั้งปี มีชนิดปลาในฟาร์มอยู่ 3 ชนิด ได้แก่ ปลานิล ปลาช่อน ปลาดุก พนักงานมีความรู้ในการแนะนำวิธีการขนย้ายปลาให้กับลูกค้า ลูกค้าสามารถรับปลาได้ตลอดเวลา มีการเลี้ยงปลาโดยไม่เร่งการเติบโต จึงส่งผลให้เนื้อปลามีคุณภาพ และมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมาก

จุดอ่อน คือ มีต้นทุนในการเลี้ยงปลาที่สูง ไม่มีรถขนส่งปลาน้ำจืดให้ลูกค้า ลูกค้าต้องเดินทางมารับปลาน้ำจืดที่ฟาร์มเอง และเกิดความผิดพลาดในการสื่อสารตัวเลขที่ตลาดเคลื่อนไหวของน้ำหนักปลาที่ทำารชั่งอยู่บ่อยครั้ง

โอกาส คือ ปัจจุบันคนใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น และเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ภาวะคุกคาม คือ สถานการณ์เศรษฐกิจที่มีการเติบโตต่ำ สภาพอากาศที่แปรปรวน กลางวันมีอากาศร้อน กลางคืนมีอากาศเย็น สถานการณ์ภาวะแล้งที่ประเทศไทยประสบปัญหาอยู่ทุกปี และอาหารปลาสำเร็จรูปมีการเปลี่ยนแปลงราคา ขึ้นลงบ่อยครั้ง

## 2.4 กำหนดกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาทำให้ได้กลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1)ครบถ้วนเรื่องชนิดปลา 2)โทรล่วงหน้า นัดเวลารับปลา 3)ระบบแมนย่า ถูกต้อง รวดเร็ว

4) ประชาสัมพันธ์ร้าน ซึ่งจะเป็นการแก้ปัญหาเรื่องจุดอ่อน เสริมจุดแข็ง นำโอกาสมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มแรงจูงใจ เพิ่มความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเข้ามาซื้อปลาน้ำจืดจากทางฟาร์มปลาเพิ่มมากขึ้น

### สรุป

จากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม ได้ผลว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษาอยู่ที่มัธยมศึกษาตอนต้น และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อปลาน้ำจืดกลุ่มชนิดปลานิล ขนาดกลาง 5-7 ขีดต่อตัว ปัจจุบันหลักในการเลือกซื้อสินค้าคือสินค้ามีราคาถูก ส่วนใหญ่ซื้อจากฟาร์มประจำ แต่บางครั้งก็ซื้อจากฟาร์มอื่น เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้า บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ ตนเอง การชำระค่าสินค้าในรูปแบบเงินสด และส่วนใหญ่รู้จักฟาร์มปลาน้ำจืด สมบูรณ์ฟาร์ม โดยผ่านการแนะนำจากเพื่อน ปัจจุบันส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ปลาที่มีความสด ราคามีความเหมาะสมกับสินค้า รับสินค้าได้ตลอดเวลา มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด พนักงานมีความรู้ บริการมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สินค้าได้ครบตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ และมีเครื่องชั่งน้ำหนักด้วยระบบไฟฟ้า ให้บริการลูกค้า

จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก พบว่าสภาพแวดล้อมส่วนใหญ่มีการเกื้อหนุนต่อธุรกิจ ในส่วนผลการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม พบว่าโดยรวมมีระดับการแข่งขันที่สูง ผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน พบว่าสมบูรณ์ฟาร์ม มีจุดแข็ง คือ เป็นฟาร์มเปิดขนาดใหญ่ สามารถจับปลาได้ตลอดทั้งปี มีชนิดปลาในฟาร์มอยู่ 3 ชนิด ได้แก่ ปลานิล ปลาช่อน ปลาดุก พนักงานมีความรู้ มีการเปิดให้ลูกค้ารับปลาได้ตลอดเวลา และมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมาก มีจุดอ่อน คือ มีต้นทุนในการเลี้ยงปลาที่สูง ไม่มีรถขนส่งปลาน้ำจืดให้ลูกค้า และเกิดความผิดพลาดในการสื่อสารตัวเลขที่ตลาดเคลื่อนไหวของน้ำหนักปลาที่ทำการชั่งอยู่บ่อยครั้ง มีโอกาส ในเรื่องของการดูแลสุภาพมากขึ้น และเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีภาวะคุกคาม จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีการเติบโตต่ำ สภาพอากาศที่แปรปรวน สถานการณ์ภาวะแล้ง และอาหารปลาสำเร็จรูปมีการเปลี่ยนแปลงราคา บ่อยครั้ง

จากการศึกษาทำให้ได้กลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายปลาน้ำจืดของสมบูรณ์ฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1) ครบถ้วนเรื่องชนิดปลา 2) โทรม่วงหน้า นัดเวลารับปลา 3) ระบบแม่นยำ ถูกต้อง รวดเร็ว 4) ประชาสัมพันธ์ร้าน

### ข้อเสนอแนะ

1. การนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาใช้ในการศึกษา ควรทำการศึกษาอยู่เสมอ เนื่องจากความต้องการของลูกค้า ค่านิยม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อข้อมูลพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่น
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อปลาน้ำจืดในจังหวัดขอนแก่นเท่านั้น หากต้องการข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงด้านคุณภาพต่อไป ควรศึกษาจากความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ

### กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สำเร็จได้ เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นวลฉวี แสงชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนสละเวลาอันมีค่าในการเอาใจใส่ในกระบวนการ

ทำทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้รายงานสมบูรณ์ที่สุด จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รวมถึงขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้โอกาสทางการศึกษา คอยสนับสนุนและให้กำลังใจเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ จนสามารถทำงานนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และท้ายสุดขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่ MBA ที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดการศึกษาที่ผ่านมา รวมถึงการเป็นกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด

### เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [2] เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ถังทรัพย์ การพิมพ์.
- [3] พิบูล ทีปะपाल. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- [4] วิเชียร วิทยอุดม. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ธนชัยการพิมพ์.
- [5] ณัฐมน ปฐมวณิชกุล. (2554). การจัดการธุรกิจฟาร์มผลิตลูกปลาน้ำจืดเพื่อการค้า ในเขตอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [6] สโรจน์ ดาวธง. (2553). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อปลาน้ำจืดของลูกค้าในตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.