

แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหมึกของแพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

MARKETING PLAN TO INCREASE SALES REVENUE FOR SQUID OF XYZ

SQUID SHOP, MUANG DISTRICT, RANONG PROVINCE

ปวิวรรต ชันตี¹
ทิพย์วรรณ งามศักดิ์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมึกของลูกค้าขายส่ง ขายปลีกและผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าขายส่งและขายปลีกของแพหมึก xyz และ (3) เพื่อกำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพหมึก วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมึกและความพึงพอใจของลูกค้าขายส่งและขายปลีกของแพหมึก xyz ใช้กลุ่มตัวอย่าง 40 คน และ 210 คน ตามลำดับและเก็บข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมึกของผู้บริโภค ใช้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค 400 คน ผลที่ได้นำมาพิจารณาร่วมกับ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อกำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพหมึก xyz ผลการศึกษาได้แผนการตลาด ในระยะสั้นมีแผนการตลาด 4 โครงการ ดังนี้ 1. โครงการซื้อปุ้ปรับปี๊บ 2. โครงการแนะนำบอกต่อ 3. โครงการกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์แก่ลูกค้า 4. โครงการให้บริการประทับใจ 5. โครงการลดราคา โดยในการทำโครงการใช้งบประมาณทั้งสิ้น 293,600 บาท โดยมีการคาดการณ์ว่าหากเป็นไปตามเป้าหมายจะสามารถเพิ่มยอดขายในปี 2559 ได้ร้อยละ 15 จากยอดขายในปี 2558 ส่วนแผนการตลาดในระยะยาวจะมีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ในการทำงาน การสร้างความเชื่อถือภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรในด้านคุณภาพการบริการรวมทั้งการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

คำสำคัญ: แผนการตลาด การเพิ่มยอดขาย แพหมึก

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the buying behavior and the factors influencing the buying decision for the fresh squids of the whole sale customers and the retail customers of the xyz squid shop and consumers of in Muang District, Ranong Province. (2) To study the satisfaction of the whole sale and retail customers of the xyz squid shop and (3) To determine the marketing plan for increasing sale revenue for the xyz squid shop. Questionnaire survey was used to collect data on the buying behavior, the factors influencing the buying decision and satisfaction from 40 samples of the whole sale and 210 samples of the retail customers of the xyz squid shop. Data on the buying behavior and the factors influencing the buying decision was also collected from 400 samples of consumers. General Environment Analysis, Five Force Model Analysis, Competitive Analysis and SWOT Analysis were conducted. Together with the results from the survey, the Marketing Plan were then determined. The short-term marketing plans were set up in four projects as follows: Project 1. "Non Delaying Service", Project 2. "Mouth to Mouth Communication" strategy, Project 3. "Building up the Customer Relationship", Project 4. "Impressive Service" Project, Project 5. "Discount Pricing". The total budget for all projects was 293,600 baht, and it was expected to achieve the targets enable to increase 15 percent of the sales revenue of the year 2015. For the long-term marketing plans, staff are regularly trained on working skill, building up the company image in service quality and meet customer satisfaction.

Keywords: marketing plan, Increase Sales, Squid shop

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

อาชีพประมงเป็นอาชีพที่สำคัญในจังหวัดระนอง เนื่องจากระนองอยู่ติดทะเล ทำให้แพหมีกจึงมีบทบาทที่สำคัญและเป็นศูนย์การจำหน่ายและกระจายสินค้า การตกลงราคากันอย่างเป็นธรรมของผู้ขายและผู้ซื้อ ทั้งการสั่งจองหมีกล่วงหน้า ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการขนส่งให้แก่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสามารถเตรียมการไว้ได้ล่วงหน้าให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการรอสินค้า ไม่เกิดของเสียและสินค้าค้างสต็อก โดยแพหมีกมีการเชื่อมโยงระหว่างบนฝั่งและทะเล ซึ่งถ้าแพหมีกมีปัญหาจะเกิดผลเสียทั้งชาวประมงและลูกค้าที่ต้องการหมีกจากทะเล

เนื่องจากการแข่งขันของธุรกิจแพหมีก xyz ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงจากแพหมีกรอบด้าน มีการเข้ามาเปิดแพหมีกจำนวนมาก มีการเข้ามาลงทุนในการนำเรือออกหาหมีกเองและจำหน่ายเอง รวมถึงอุปสรรคต่างๆ โดยยอดขายย้อนหลัง 3 ปี มีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งยอดขายในปี 2556 มียอดขาย 31,500,000 บาท ยอดขายในปี 2557 มียอดขาย 29,100,000 บาท และยอดขายในปี 2558 มียอดขาย 27,300,000 บาท นั้นจากที่กล่าวมา แพหมีก xyz จึงมีบทบาทสำคัญในตลาดสินค้าทะเลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจตั้งเป้าหมายที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของแพหมีก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมีกของลูกค้าชายส่ง ชายปลีก และผู้บริโภคน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดระนอง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชายส่งและชายปลีกของแพหมีก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์และแผนทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพหมีก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมีกของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชายส่งของแพหมีก xyz จำนวน 40 ราย ที่มีการลงทะเบียนสมาชิกและซื้อประจำ กลุ่มลูกค้าชายปลีกของแพหมีก xyz จำนวน 210 ราย ที่มีการลงทะเบียนสมาชิกและซื้อประจำ และกลุ่มผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง อายุ 20-60 ปี จำนวน 400 ราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหมีกของแพหมีก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลในด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อหมีกจากแพหมีก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหมีกของลูกค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ โดยคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำนวน 7 ด้าน ซึ่งจะแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น [1] กัลยา วาณิชย์ปัญญา (2549) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของลูกค้า

ขายส่งได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.819 ของลูกค้าขายปลีกได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.827 ของลูกค้าทั่วไปได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.811

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าขายส่งและขายปลีกของแพทหมิก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยใช้แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในปัจจุบันด้านส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าของแพทหมิก xyz ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ โดยคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 7 ซึ่งจะแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของลูกค้าขายส่งได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.802 และของลูกค้าขายปลีกได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.868

3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์และวางแผนทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพทหมิก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง มีวิธีดำเนินการศึกษาและแนวทางการศึกษาโดย 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป 2) วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในธุรกิจโดยใช้แรงกดดัน 5 ประการ 3) วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในด้าน 7P 4) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม 5) การกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วย TOWS Matrix 6) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด [2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมิกของผู้บริโภคขายส่ง ขายปลีกและทั่วไปรวมทั้งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าขายส่งและขายปลีก เพื่อนำมากำหนดแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหมิกของแพทหมิก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมิกของลูกค้าขายส่ง ขายปลีกและผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

1) กลุ่มลูกค้าขายส่ง พบว่าเป็นเพศชาย อายุ 50-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหลักคือประชาชนทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,001 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการซื้อหมิกเฉลี่ยต่อเดือน 21 ครั้งขึ้นไป มูลค่าการซื้อหมิกเฉลี่ยแต่ละครั้ง 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งเป็นลูกค้าประจำของแพทหมิก xyz 8 ปีขึ้นไป เหตุผลในการเลือกซื้อหมิกของแพทหมิก xyz สามารถต่อรองราคาได้ ชนิดหมิกที่เลือกซื้อบ่อย คือหมิกหอม นอกจากจะเลือกซื้อหมิกจากแพทหมิก xyz ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากแพเจ้าผาจากคนรู้จัก และเลือกซื้อเพราะคุณภาพ(ความสดใหม่) ในส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหมิก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ(ความสดใหม่) ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ชุมชน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีการลด แลก แจก แถม ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานมีความสะอาด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องบรรยากาศ/การจัดวางภายในร้าน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ

2) กลุ่มลูกค้าขายปลีก พบว่าเป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทมีความถี่ในการซื้อหมิกเฉลี่ยต่อเดือน 6 – 10 ครั้ง มูลค่าการซื้อหมิกเฉลี่ยแต่ละครั้งน้อยกว่า 300 บาทซึ่งเป็นลูกค้าประจำของแพทหมิก xyz 3 – 4 ปี เหตุผลในการเลือกซื้อหมิกของแพทหมิก xyz คุณภาพ (ความสดใหม่) ชนิดหมิกที่เลือกซื้อบ่อย คือหมิกหอม นอกจากจะเลือกซื้อหมิกจากแพทหมิก xyz ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากแพเจ้าผาจากคนรู้จัก และเลือกซื้อเพราะ

คุณภาพ(ความสดใหม่) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหมึก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ(ความสดใหม่) ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีพื้นที่จอตลอดสะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีการลด แลก แจก แถม ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานมีความสะอาด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องบรรยากาศ/การจัดวางภายในร้าน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีความถูกต้องในการให้บริการ ในส่วนความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

3) กลุ่มผู้บริโภค พบว่าเป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีความถี่ในการซื้อหมึกเฉลี่ยต่อเดือน 6 – 10 ครั้ง มูลค่าการซื้อหมึกเฉลี่ยแต่ละครั้งน้อยกว่า 300 บาทเหตุผลในการเลือกซื้อหมึกของแพพหมึก xyz คุณภาพ(ความสดใหม่) ชนิดหมึกที่เลือกซื้อบ่อย คือหมึกหอม นอกจากนี้จะเลือกซื้อหมึกจากแพพหมึก xyz ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากตลาดสดเทศบาล จากคนรู้จัก และเลือกซื้อเพราะราคาถูกกว่าที่อื่น ในส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหมึก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ(ความสดใหม่) ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ชุมชน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีการลด แลก แจก แถม ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องความสะอาดภายในร้าน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีความถูกต้องในการให้บริการ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชายส่งและขายปลีกของแพพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

1) กลุ่มลูกค้าชายส่ง พบว่าความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ (ความสดใหม่) ความพึงพอใจในด้านราคาให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ชุมชน ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ความพึงพอใจในด้านบุคลากรให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับหมึก ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องบรรยากาศ/การจัดวางภายในร้าน ความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องความถูกต้องในการให้บริการ

2) กลุ่มลูกค้าชายส่งพบว่าความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องตรงตามความต้องการ ความพึงพอใจในด้านราคาให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ชุมชน ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีการลด แลก แจก แถม ความพึงพอใจในด้านบุคลากรให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับหมึก ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องบรรยากาศ/การจัดวางภายในร้าน ความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการให้ความพึงพอใจมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องความตรงต่อเวลาในการให้บริการ

3. จากผลการศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์และแผนทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปด้านการเมือง (Political Component) มีน

นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนธุรกิจ SME ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการคู่แข่งรายใหม่มีมากขึ้น ด้านเศรษฐกิจ (Economic Component) ปัจจุบันมีการชะลอการฟื้นตัว กำลังซื้อลดลง จะเลือกใช้จ่ายเฉพาะในสิ่งที่จำเป็น ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural Component) สังคมในปัจจุบันเป็นช่วงการใช้วิถีชีวิตที่เร่งรีบต้องการความสะดวก หันไปบริโภคอาหารสำเร็จรูปหรืออาหารทะเลชนิดอื่น ด้านเทคโนโลยี (Technological Component) ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีในการเก็บรักษาสภาพของหมึกให้คงความสดและเก็บได้นาน นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้เกิดความผิดพลาดในการสั่งและจัดจำหน่ายให้เกิดน้อยที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Ecological) เกิดพายุหรือภัยพิบัติ ส่งผลให้ไม่สามารถออกไปหาหมึกในทะเลได้หรือหาได้ยาก, **วิเคราะห์แรงกดดัน 5 ประการ** ได้แก่ด้านอำนาจต่อรองจากคู่แข่งที่เข้ามาในตลาด การที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมแพะหมึกของผู้ประกอบการรายใหม่ประเภทนี้ทำได้ยาก ต้องเผชิญกับปัญหาในด้านต่างๆ เช่น ท่าเลที่ตั้ง เงินทุน การตลาด บุคลากร และการสร้างความแตกต่างของสินค้ากับรายอื่นในตลาด ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบนั้นมีน้อย เนื่องจากสามารถที่จะหาวัตถุดิบได้ง่าย และวัตถุดิบไม่มีความแตกต่างกัน รวมถึงมีผู้นำเสนอขายวัตถุดิบจำนวนมากในตลาด ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อในการเลือกซื้อหมึกในเขตอำเภอเมืองนั้นมีค่อนข้างสูง เนื่องจากสินค้าประเภทนี้มีจำหน่ายมาก ด้านคู่แข่งที่มีในเขตอุตสาหกรรมเดิม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดระนอง มีร้านจำหน่ายหมึกเป็นจำนวนมากและแต่ละร้านยังมีการใช้กลยุทธ์และจัดทำโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ด้านภาวะคุกคามของผลิตภัณฑ์ที่มีการทดแทนกันได้ หมึกแช่แข็งหรือหมึกที่แปรรูปสามารถเก็บไว้ได้นานตามร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าต่างๆได้, การกำหนดกลยุทธ์ โดยด้านกลยุทธ์เชิงรุกมีการจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า มีการจัดกิจกรรมการลดแลกแจกแถมและมีการประชาสัมพันธ์บอกต่อ ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกันมีการบริการที่รวดเร็วและถูกต้องซื่อสัตย์เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้านกลยุทธ์แก้ไขเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพิ่มมากขึ้นเพื่อแก้ไขการจัดการสินค้าให้มีประสิทธิภาพ และด้านกลยุทธ์เชิงรับมีการสั่งจากหลายร้านเพราะเมื่อร้านใดที่มีการลดราคาหรือวัตถุดิบขาดเรายังสามารถเลือกร้านอื่นได้โดยไม่เสียเวลา โดยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปทำการสร้างโครงการซึ่งมีการวิเคราะห์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าชายส่ง และลูกค้าชายปลีก ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

โดยได้จัดทำแผนทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของแพะหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยมีแผนโครงการระยะสั้น 5 โครงการ 1) โครงการซื้อปุ๊บ รับประทาน โดยสำหรับลูกค้าชายปลีกและทั่วไป เมื่อซื้อหมึกครบ 150 บาท รับประทานจากทางร้าน 1 ใบ สำหรับลูกค้าชายส่ง เมื่อมียอดซื้อหมึกสะสมครบ 100,000 บาท รับประทาน 1 เครื่อง 2) โครงการแนะนำบอกต่อโดยเมื่อมีลูกค้าประจำของทางร้านไปแนะนำให้ลูกค้ารายใหม่มาซื้อหมึกกับทางแพะหมึก xyz ทางร้านจะให้ค่านายหน้า 100 บาท เมื่อลูกค้ารายใหม่มีการซื้อครบ 5 กิโลกรัม 3) โครงการกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์แก่ลูกค้า โดยมีการจัดทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการส่งข้อความในโอกาสพิเศษต่างๆให้ลูกค้า เช่นในวันเกิด วันปีใหม่ ผ่าน SMS 4) โครงการให้บริการประทับใจ โดยมีการจัดการฝึกอบรมทักษะความพร้อมและการบริการลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดี มีการยิ้มแย้มแจ่มใส บุคลิกภาพดี มีมารยาท 5) โครงการลดราคา โดยมีการลดราคาให้แก่ลูกค้า 20 บาท เมื่อซื้อครบ 200 บาท ดังตารางที่ 3 และแผนระยะยาว 1) มีการพัฒนาแพะหมึกให้ดูสะอาดน่าเข้ามาเลือกซื้อ 2) มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ในการทำงาน 3) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน 4) มีการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องโดยมีการจัดโครงการหรือกิจกรรมขึ้นมาเรื่อยๆ

สรุป

แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหมึกของแพพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนองภายในปี 2559 ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับยอดขายในปี 2558 มีแผนระยะสั้นมีแผนการตลาด 5 โครงการ คือโครงการซื้อปุ๋ยรับปี โครงการแนะนำบอกต่อ โครงการกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์แก่ลูกค้า โครงการให้บริการประทับใจ โครงการลดราคา โดยงบประมาณในการทำแผนโครงการระยะสั้นทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 293,600 บาท ส่วนในด้านแผนการตลาดในระยะยาว มีการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าประทับใจ พัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินงานให้ดีขึ้น สร้างความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง มุ่งเน้นเรื่องของตลาด คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้า มีการพัฒนาแพพหมึกให้ดูสะอาดน่าเข้ามาเลือกซื้อ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบง่ายต่อการเลือกซื้อ มีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ในการทำงาน มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานและเกิดความรวดเร็วคล่องตัว มีการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องโดยมีการจัดโครงการหรือกิจกรรมขึ้นมาเรื่อยๆ และควบคู่ไปกับการรักษาฐานลูกค้าเก่า

อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหมึกของแพพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง เพื่อกำหนดแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายแพพหมึก xyz ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามการซื้อหมึกที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกเฉลี่ยต่อเดือน 6 – 10 ครั้ง มูลค่าการซื้อหมึกเฉลี่ยแต่ละครั้งน้อยกว่า 300 บาทเหตุผลในการเลือกซื้อหมึกของแพพหมึก xyz คุณภาพ (ความสดใหม่) ชนิดหมึกที่เลือกซื้อบ่อย คือหมึกหอม นอกจากจะเลือกซื้อหมึกจากแพพหมึก xyz ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อจากตลาดสดเทศบาล จากคนรู้จัก และเลือกซื้อเพราะราคาถูกกว่าที่อื่นในส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพ(ความสดใหม่) ด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีการลดแลก แจกแถม ด้านบุคลากรให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องพนักงานหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องความสะอาดภายในร้าน ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดเกี่ยวกับเรื่องมีความถูกต้องในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [3] ดวงกมล จันทร์ปลั่ง และปริยานุช เทียนประดับ (2555) ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสดใหม่ รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของร้าน ด้านราคาซึ่งราคาถูกกว่าที่อื่น และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย มีการขายลด แลก แจก และสอดคล้องกับการศึกษาของ [4] ศิริวรรณ สิริธรรม (2550) ได้ทำการศึกษากิจกรรมการบริโภคอาหารทะเล ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคอาหารทะเลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 33.69 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้นอกจากจะสอบถามโดยแจกแบบสอบถามแล้ว ควรจะมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริโภคควบคู่ไปด้วย และควรมีการวิเคราะห์คู่แข่งกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจในตลาดเดียวกัน แล้วนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาปรับปรุงพัฒนาศักยภาพและแผนการตลาดของร้านต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- [3] ดวงกมล จันทร์ปลั่ง และปริยานุช เทียนประดับ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [4] ศิริวรรณ สิทธิราม. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการธุรกิจเกษตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลเลือกซื้อและความพึงพอใจลูกค้าชายส่ง

| ปัจจัย | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | แนวทางการดำเนินการ |
|----------------|-----------|-------------|--------------------|
| ต่อรองราคาได้ | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |
| มีการลดราคา | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |
| มีการแจกการแถม | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลเลือกซื้อและความพึงพอใจลูกค้าชายปลีก

| ปัจจัย | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | แนวทางการดำเนินการ |
|-----------------------------|-----------|-------------|--------------------|
| พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |
| พนักงานมีความสะอาด | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |
| เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย | มากที่สุด | มาก | ปรับปรุง |

ตารางที่ 3 แผนปฏิบัติการและงบประมาณของแพหมีก xyz ปี 2559

| แผนโครงการ | ระยะเวลาดำเนินงาน | | | | | | งบประมาณ |
|-------------------------------------|-------------------|------|------|------|------|------|----------------|
| | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | ต.ค. | พ.ย. | ธ.ค. | |
| 1. ซื้บู่ รับปีบ | | | | | | → | 164,600 |
| 2. การแนะนำบอต่อ | | | | | | → | 100,000 |
| 3. กิจกรรมสร้างควมสัมพันธ์แก่ลูกค้า | | | | | | → | 3,000 |
| 4. การให้บริการประทับใจ | → | | | | | | 6,000 |
| 5. ลดราคา | | | | | | → | 20,000 |
| ยอดรวมงบประมาณทั้งสิ้น | | | | | | | 293,600 |