

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ บริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา

MARKETING STRATEGY PLANNING TO INCREASE REVENUE OF MENGSENG TRANSPORT CO.,LTD. NAKORN RATCHASIMA PROVINCE

กุลรดา พงศ์วิวัฒน์¹

ชัยญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา 2) กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ บริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 จากรายได้ปี พ.ศ.2558 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เจ้าของกิจการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าทางการเกษตร จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 103 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า คือ จำนวนรถบรรทุกเพียงพอในการให้บริการ การให้ส่วนลดพิเศษ สามารถส่งสินค้าได้ทุกแห่งตามที่ลูกค้าต้องการ มีการแจ้งล่วงหน้าของวันหยุดให้บริการ พนักงานให้บริการมีอัธยาศัยมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ บริษัทขนส่งมีประสบการณ์ในการขนส่ง เมื่อนำผลการศึกษาวิเคราะห์ร่วมกับสภาพแวดล้อมทั่วไป การแข่งขันในอุตสาหกรรม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และตาราง SWOT เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ของบริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 โครงการ คือ โครงการที่ 1 10 เพิ่ม 1 โครงการที่ 2 เครือข่ายพันธมิตร โครงการที่ 3 Y-BU (You're Best for Us) โดยใช้งบประมาณจำนวน 290,000 บาท

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด รายได้ขนส่งสินค้า

Abstract

This study aims to 1) study behaviors and factors which affect the logistics by trucks in Nakhon Rachasima Province 2) To determine marketing strategies to increase revenue by at least 5% of revenue 2015. The samplings used in the study are 103 owners of construction materials using questionnaires. The results of the study found that the importance in selecting services of logistics of goods are having various sizes of trucks, giving discounts, being able to deliver goods according to wherever clients need, future noticing day offs, friendly staff. Khonburi Mengseng Transport Co.,Ltd. has experience in transportation . When analyzed with rivalry between established firms, SWOT and TOWS matrix, these determine marketing strategies to increase revenue of three projects for Khonburi Mengseng Transport Co.,Ltd. Nakhon Rachasima Province which are 1) 10 to 1 2) Affiliate Network 3) Y-BU (You're Best for Us), budget spent 290,000 Baht.

Keywords: Marketing strategies, Revenue, logistical goods

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น 123 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 4000 f.kulrada@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ดร. / ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข / คณะสาธารณสุขศาสตร์ / มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

การขนส่งทางถนน เป็นรูปแบบการขนส่งที่มีปริมาณสูงที่สุดโดยข้อมูลปี พ.ศ.2555 พาหนะที่สถานประกอบการใช้ในการขนส่งสินค้าภายในประเทศ พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบการขนส่งรูปแบบเดียว คือการใช้รถบรรทุกเป็นพาหนะในการขนส่งสินค้าสูงที่สุดประมาณ 428.2 ล้านตัน หรือคิดเป็น ร้อยละ 92.3 ของน้ำหนักสินค้าทั้งหมด [1] สาเหตุที่การขนส่งสินค้าทางถนนโดยรถบรรทุกได้รับความนิยมเพราะเป็นยานพาหนะในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตนำสินค้าไปส่งถึงผู้บริโภคได้โดยตรงและมีความรวดเร็วมากกว่ารูปแบบการขนส่งอื่นๆ ขณะเดียวกันในเรื่องโครงข่ายถนนของประเทศไทยนั้นมีการปรับปรุงและพัฒนาให้มีคุณภาพตามประเภทของการใช้รถใช้ถนนทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองอย่างต่อเนื่อง การขนส่งสินค้าทางถนนจึงสามารถเชื่อมโยงได้ทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การขนส่งทุกประเภทต้องอาศัยน้ำมันเป็นเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อนยานพาหนะในการขนส่งโดยมีเรื่องราคาน้ำมันเป็นตัวกำหนดกำไรขาดทุนที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจประเภทขนส่ง หากสถานการณ์ในเรื่องราคาน้ำมันมีการปรับตัวลดลงจะเป็นการลดต้นทุนส่งผลให้รายได้จากการขนส่งมีเพิ่มมากขึ้นไปด้วย [2] นอกจากเรื่องราคาน้ำมันจะเป็นเรื่องสำคัญในการประกอบธุรกิจรถขนส่งให้มีกำไรหรือขาดทุนแล้ว ในเรื่องของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในเรื่องการประกอบธุรกิจรถขนส่งให้มีความปลอดภัยตามกฎหมายนั้นเป็นเรื่องที่ต้องมีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะในเรื่องการบังคับพิกัดน้ำหนักบรรทุกของรถบรรทุกพ่วงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการดำเนินธุรกิจประเภทรถบรรทุกขนส่ง เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นมา กรมทางหลวงได้กำหนดให้รถบรรทุกพ่วงขนาด 20 ล้อ 22 ล้อ และ 24 ล้อ ที่มีน้ำหนักบรรทุกทุกรวม 50.5 ตันวิ่งบนทางหลวงพิเศษ ทางหลวงแผ่นดินและทางหลวงสัมปทาน เพื่อป้องกันการทำถนนเสียหาย ซึ่งเป็นการปรับลดน้ำหนักบรรทุกทุกวง จากประกาศทางหลวงเดิมที่อนุญาตให้รถบรรทุกน้ำหนักได้ถึง 52-58 ตัน [3]

บริษัท ครบุรีเม่งเส็งขนส่ง จำกัด ตั้งอยู่ที่ อ.ครบุรี จ.นครราชสีมา เป็นบริษัทที่ให้บริการรับขนส่งสินค้า การเกษตรและวัสดุก่อสร้าง เช่น แป้งมัน ปุย ข้าวเปลือก ไม้ มันเส้น น้ำตาล หวาย หิน ฯลฯ ด้วยรถบรรทุกพ่วง 18 ล้อ 20 ล้อ 24 ล้อ และเทรลเลอร์ โดยมีรูปแบบของการให้บริการคือการขนส่งสินค้าจากจังหวัดนครราชสีมาไปยังภาคกลาง ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทำเรือคลองเตย ฯลฯ และรับสินค้าจากแหล่งผลิตในภาคกลางส่งกลับมายังภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ใกล้เคียง

ในสภาพความเป็นจริงจากการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้น ถึงแม้ว่าราคาน้ำมันจะมีการปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงกลางปี พ.ศ.2558 เป็นต้นมา แต่ไม่ได้ทำให้กำไรเพิ่มขึ้นหรือต้นทุนในการขนส่งสินค้าของ บริษัท ครบุรีเม่งเส็งขนส่ง จำกัด ตั้งอยู่ที่ อ.ครบุรี จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการรับขนส่งสินค้าการเกษตรและวัสดุก่อสร้างลดน้อยลง ลูกค้านำมาใช้บริการกับบริษัทยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มเดิม ขณะเดียวกันผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทเดียวกันนี้ที่มีลักษณะของการเป็นคู่แข่งกับบริษัท ครบุรีเม่งเส็งขนส่ง จำกัด นั้นมีการแข่งขันกันทั้งเรื่องต่างๆ เช่น การต่อรองราคากับลูกค้าที่ต่ำ ปัญหาในเรื่องการบริหารจัดการอย่างเช่นการบรรทุกรถเปล่าเนื่องจากไม่มีสินค้าใส่กลับระบบบริหารงานแบบเก่าไม่มีการทำการตลาด เป็นต้น รวมทั้งในเรื่องจำนวนคู่แข่งที่มีจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบและการได้มาของส่วนแบ่งการตลาด โดยปี พ.ศ.2556 รายได้ 70,024,710 บาท พ.ศ.2557 รายได้ 64,001,488 บาท พ.ศ.2558 รายได้ 54,154,958 บาท จะเห็นได้ว่ายอดขายได้ของบริษัท ครบุรีเม่งเส็งขนส่ง จำกัด ช่วงในปี 2556 - 2558 มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะวางแผนวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ บริษัท ครบุรีเม่งเส็งขนส่ง จำกัด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ บริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 จากรายได้ปี พ.ศ.2558

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่เป็นเจ้าของกิจการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง และสินค้าทางการเกษตร ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 143 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน [4] ได้จำนวน 103 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ การใช้แบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยแบ่งเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านกายภาพ โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบตามระดับความสำคัญ ซึ่งแบ่งระดับตามสำคัญของการตัดสินใจ ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) น้อยที่สุด (1 คะแนน)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายของบริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ร่วมกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด (Five Force Model) [5] สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environmental Analysis, PEST) [6] สภาพแวดล้อมภายในองค์กร SWOT [6] ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ TOWS [7] มาประเมินธุรกิจและนำมากำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายของบริษัท ทรบุรีเม็งเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.3 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.9 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.9 ประเภทของธุรกิจสินค้าวัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 61.2 ด้านพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการขนส่งกับบริษัทขนส่ง 5-10 เที่ยว/เดือน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าต่อเดือน 50,001-100,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ใช้บริการขนส่งแบบ ใช้ทั้ง 2 ประเภท คิดเป็นร้อยละ 62.1 ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งในรูปแบบ จ้างมากกว่า 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 53.4

เส้นทางในการขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นเส้นทาง ระหว่างจังหวัดนครราชสีมากับจังหวัดอื่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 29.2 รู้จักบริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด คิดเป็นร้อยละ 51.5 เคยใช้บริการขนส่งกับบริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด มาแล้ว 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.1 ช่องทางใดในการหาข้อมูลของบริษัทขนส่งต่างๆ การแนะนำจากบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.3 ปัจจัยใดที่เป็นส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า การประกันความเสียหายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 21.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง บริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จำนวนรถบรรทุกเพียงพอในการให้บริการ ด้านราคา ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษ ด้านสถานที่ ได้แก่ สามารถส่งสินค้าได้ทุกแห่งตามที่ลูกค้าต้องการ ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีการแจ่งล่วงหน้าของวันหยุดให้บริการ ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานให้บริการมีอัธยาศัยมนุษยสัมพันธ์ดี ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ ด้านทางกายภาพ ได้แก่ บริษัทขนส่งมีประสบการณ์ในการขนส่ง

2. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ของบริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายในองค์กร มาวิเคราะห์ที่ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ ร่วมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพ่วงในเขตจังหวัดนครราชสีมา ทำให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้บริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการ 10 เพิ่ม 1

วิธีดำเนินการ : คัดเลือกประเภทลูกค้าที่มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำข้อมูลเป็นรูปแบบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัทมากกว่า 10 ปี (ปีละไม่น้อยกว่า 30 ครั้ง)

จะได้รับส่วนลดการใช้บริการได้ 10 % ตลอดการใช้บริการกับบริษัท

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการมาแล้ว 10 ครั้ง ในรอบ 1 สัปดาห์

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่สร้างเครือข่ายหรือมีการชักชวนลูกค้ารายใหม่ มาได้มากกว่า 10 ราย

กลุ่มที่ 2 และ 3 นั้นสามารถใช้บริการฟรี ได้ปีละ 1 ครั้ง แต่ต้องมีสถานะของการเป็นลูกค้ากันมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะได้รับสิทธิพิเศษนี้

สื่อสารถึงลูกค้าโดยจัดทำโฆษณาในรูปแบบและรายละเอียดของโครงการบนเพจเฟซบุ๊ก หรือ บนแอปพลิเคชันไลน์ หรือทางโทรสาร และส่งต่อไปยังฐานลูกค้าเดิมที่มี จัดทำแผนโฆษณาติดที่รถขนส่งของบริษัท ทรัพย์รุ่งเรืองสิ่งขนส่ง จำกัด ทุกคันเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปยังลูกค้าใหม่ๆหรือคนทั่วไป เพื่อสร้างกลไกการรับรู้ จนมีความต้องการที่จะได้รับสิทธิพิเศษนั้นๆด้วย เป็นเวลา 1 ปี

งบประมาณ : ค่าแผนโฆษณาบรรทุกของบริษัท ทุกคัน รวมเป็นเงิน 60,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่มีการใช้บริการกับบริษัทมาอย่างยาวนาน

2) โครงการ เครือข่ายพันธมิตร

วิธีดำเนินการ : 1. เข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาของหน่วยงานต่างๆ เช่น หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา กรมการขนส่งทางบกชมรมผู้ประกอบการรถบรรทุกขนส่ง ฯลฯ เพื่อสร้างความคุ้นเคยทำความรู้จักเพิ่มมากขึ้น ยก ระดับความสัมพันธ์และความเข้มแข็งร่วมกันในกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจที่มีอยู่ สร้างอำนาจการต่อรองไปยังฐานลูกค้าที่ใหญ่ขึ้น

2. เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของข้อมูลในการให้บริการ หรือ การเปิดรับสมาชิกกลุ่มต่างๆ ทั้ง ในแง่ของการมาเป็นลูกค้า หรือ มาร่วมงาน หรือการมาร่วมเป็นเครือข่ายพันธมิตรร่วมกัน โดยจัดทำ เว็บ

ไซต์ของบริษัท และเข้าร่วมเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ www.dxplace.com ซึ่งเป็นศูนย์รวมบริษัทขนส่งออนไลน์
งบประมาณ : ค่าจัดทำเว็บไซต์ 10,000 บาท ค่าร่วมกิจกรรมโครงการสัมมนาต่างๆ โดยตั้งไว้ ปีละ 200,000 บาท
ผลที่คาดว่าจะได้รับ : บริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นทั้งในแง่ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันและธุรกิจประเภทเดียวกัน

3) โครงการ Y-BU (You're Best for Us)

วิธีดำเนินการ : เยี่ยมโรงเรียนหรือวิทยาลัยสังกัดกรมอาชีวศึกษาที่มีการแนะนำเพื่อศึกษาต่อหางานทำ

งบประมาณ : เบี้ยเลี้ยงทีมงาน เดือนละ 20,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : เป็นการลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลและมีพนักงานที่มีคุณภาพมาปฏิบัติงานกับบริษัท

สรุป

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษามัธยมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป ประเภทของธุรกิจสินค้าวัสดุก่อสร้าง ใช้บริการขนส่งกับบริษัทขนส่ง 5-10 เที่ยว/เดือน ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าต่อเดือน 50,001-100,000 บาท/เดือน ใช้บริการขนส่งแบบ ใช้ทั้ง 2 ประเภท ตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งในรูปแบบ จ้างมากกว่า 1 บริษัท เส้นทางในการขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นเส้นทาง ระหว่างจังหวัดนครราชสีมากับจังหวัดอื่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รู้จักบริษัท ทรูเม็ทเส็งขนส่ง จำกัด เคยใช้บริการขนส่งกับ บริษัท ทรูเม็ทเส็งขนส่ง จำกัด มาแล้ว 1-3 ปี ช่องทางใดในการหาข้อมูลของบริษัทขนส่งต่างๆ การแนะนำจากบุคคลอื่น ปัจจัยใดที่เป็นส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า การประกันความเสียหายของสินค้า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ บริษัท ทรูเม็ทเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยทางกายภาพ มากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยทางด้านบุคคล และ ปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ มีรถบรรทุกให้เลือกหลายขนาด ด้านราคา คือ การให้ส่วนลดพิเศษ ด้านสถานที่ คือ สามารถส่งสินค้าได้ทุกแห่งตามที่อยู่ที่ต้องการ ด้านการส่งเสริมการขาย คือ มีการแจ้งล่วงหน้าของวันหยุดให้บริการ ด้านบุคคล คือ พนักงานให้บริการมีอัธยาศัยมนุษยสัมพันธ์ดี ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการด้านทางกายภาพ คือ บริษัทขนส่งมีประสบการณ์ในการขนส่ง

จากการศึกษาได้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้บริษัท ทรูเม็ทเส็งขนส่ง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา 3 โครงการ คือ โครงการที่ 1 10 เพิ่ม 1 โครงการที่ 2 เครือข่ายพันธมิตร โครงการที่ 3 Y-BU (You're Best for Us) โดยใช้งบประมาณจำนวน 290,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

ควรทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดหัวเมืองทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างหรือหาข้อสรุปในเรื่องความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ทางธุรกิจ หรือแนวทางปรับปรุงต่างๆ ได้

กิตติกรรมประกาศ

เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ชัยญา อภิบาลกุล อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่าน เพื่อการแนะนำ อธิบาย ชี้แนะแนวทาง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษให้กับผู้ศึกษา จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาที่ได้รับ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สนับสนุนการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] การขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก. (2558). **องค์ความรู้ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์การขนส่งทางบก**. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2559, จาก http://www.sme.go.th/th/images/data/es/download_knowledge.
- [2] เดลินิวส์. (2557). **เคลียร์ระเบียบขนส่งรถบรรทุกไทย**. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2559, จาก <http://www.dailynews.co.th>.
- [3] ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.
- [4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ บิสสิเนสเวิร์ล.
- [5] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **การสำรวจการเคลื่อนย้ายสินค้า พ.ศ.2555**. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2559, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/cargorep_55.pdf
- [6] Porter, Michael E. **The Competitive Advantage of Nations : With a new Introduction**. NewYork: Free Press, 1990.
- [7] Wheelen, Thomas L., & Hunger, J David. (2000). **Quality of work life and human diversity**. Strategic management business policy. (7th.ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice – Hall.