

แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอุปกรณ์เครื่องเขียน
และแบบเรียนร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร

Marketing Plan to Increase Sales of Stationery and
Textbooks Suksaphanmukdahan Shop,
Muang District, Mukdahan Province

สโรชา เดชฤทธิ์ (Sarocha Dechrit)¹

อัมพน ห่อนาค (Ampon Honark)²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้วัตถุประสงค์ เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร เนื่องจากในปี พ.ศ. 2563 มีรายได้จากการขายลดลง ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปด้วย PEST Analysis วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในธุรกิจด้วย 5 Five Forces Model และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร ด้วย SWOT Analysis ผลการศึกษาพบว่า เป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 45.00 เป็นข้าราชการและพนักงาน ร้อยละ 27.00 สินค้าที่ใช้บริการ คือเครื่องเขียน ร้อยละ 25.75 ซื้ออุปกรณ์งานศิลป์ ร้อยละ 24.60 และซื้อกระดาษและอุปกรณ์สำนักงาน ร้อยละ 22.50 เหตุผลที่มาใช้บริการ กล่าวว่าเป็นเพราะสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 64.25 และให้ความสำคัญกับที่จอดรถ ร้อยละ 82.75

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาดูแลกิจการ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail : sarocha.sarochapp@gmail.com

²อาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตรคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail : ampon@kku.ac.th

ทั้งยังพบว่าจุดอ่อนของร้าน ได้แก่ ผู้ประกอบการขาดการส่งเสริมทางการตลาด ดังนั้น จึงได้กำหนดแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขาย ได้แก่ (1) โครงการโปรโมชั่นสุดคุ้ม โดยจัดส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าถึงมูลค่าที่กำหนด (2) โครงการจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน เพื่อสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า (3) โครงการชอปปออนไลน์ สู้โควิด-19 ผ่านช่องทางบนสมาร์ทโฟน (4) โครงการไลฟ์สดขายผ่านเฟซบุ๊ก ที่ลูกค้าสามารถเข้าชมและดูสินค้าจริงได้ และ (5) โครงการส่งถึงบ้านรวดเร็วทันใจ สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกมาซื้อของที่ร้าน ซึ่งคาดว่าจะทำให้ยอดขายในปี 2564 ของร้านศึกษากันท์มุกดาหารเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของปีที่ผ่าน

คำสำคัญ : การตลาด อุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน

Abstract

The objective of this research was to increase sales of stationery and textbooks of the Suksaphan Mukdahan shop following a decline in sales in 2020. The data were collected from 400 participants and analyzed using descriptive data, including mean, standard deviation. Analyses of general environment using a PEST analysis, business competitors using the Five Forces Model, and the internal and external environment of the organization using a SWOT analysis were conducted. Results revealed that most of the customers (45%) were students, followed by civil servants and employees (27%). Main products purchased by the customers were stationery (25.75%), art supplies (24.60%), and paper and office equipment (22.50%). The principal reasons for using the shop's services were convenient transportation (64.25%) and availability of parking lots (82.75%). The shop's key weakness of the shop was the lack of marketing promotion. Based on the findings of the study, suggested market plans to increase the sale volume included (1) organizing attractive promotions by offering discounts to customers, (2) appropriately categorizing products in the store to facilitate shopping, (3) implementing a smartphone-based online shopping initiative to protect

against the spread of the COVID-19 virus, (4) generating sales through live streaming to promote sales on Facebook, and (5) offering rapid delivery to support customers' shops. It is expected that the adoption of these strategies would increase 2021 sales by 10% versus the previous year.

Keywords: Marketing plan, stationery and textbooks

บทนำ

ธุรกิจขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ได้แก่ กระดาษ ดินสอ ปากกา อุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการศึกษา ถือว่าเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่งที่สำคัญต่อพัฒนาการทางสังคมและเศรษฐกิจที่ยังคงสามารถขยายตัวได้ เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัย ได้กำหนดให้การศึกษาเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องให้การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้อุปกรณ์สำคัญที่ใช้ประกอบในการศึกษา เป็นสินค้าสำคัญสำหรับทุกคน ทั้งที่อยู่ในวัยการศึกษาตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงระดับมหาวิทยาลัย รวมทั้งประชาชนในวัยทำงานทั่วไป (โชติมา สุรเนติชัย, 2550)

ร้านศึกษากันต์มุกดาหาร ตั้งอยู่ที่ ตำบลมุกดาหาร อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ดำเนินธุรกิจขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ในรูปแบบของเจ้าของคนเดียวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 25 ปี โดยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2539 ถือว่าเป็นเจ้าแรกในจังหวัดมุกดาหาร โดยเริ่มเปิดเป็นกิจการขนาดเล็กในพื้นที่ ตึกแถว 2 คูหาและใช้พื้นที่ด้านหน้าในการจัดวางสินค้า เช่น ปากกา ดินสอ สีไม้ ยางลบ กระดาษแข็ง กระดาษสี ส่วนพื้นที่ภายในจัดสินค้าประเภทที่มีขนาดใหญ่ ไม่สะดวกในการจัดเก็บหรือโยกย้ายทุกวัน เช่น พิวเจอร์บอร์ดขนาดใหญ่ กระดาษแข็ง ด้วหนังสือ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการ เป็นผู้จัดการบริหารเอง ตั้งแต่เปิดร้าน จัดวางสินค้า ขายหน้าร้าน จัดหาสินค้าที่จะนำมาจำหน่าย และจัดส่งสินค้าด้วยตัวเอง โดยมีพนักงานจำนวน 2 คน

จากแนวโน้มการขายตัวของตลาดค้าปลีกอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ในอนาคต ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกหลายรายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เริ่มหันมาลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้นจนในปัจจุบัน มีจำนวน

ร้านค้าปลีกอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน จำนวน 5 ร้าน ทำให้เกิดการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีผู้จำหน่ายหลายราย อีกทั้งสินค้าของผู้จำหน่ายแต่ละรายมีความแตกต่างกันน้อย ผู้ซื้อมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้นกว่าเดิม ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2562 จนถึงต้นปี พ.ศ. 2563 ได้มีการแพร่กระจายของโรคระบาดไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้เศรษฐกิจในช่วงนั้นเกิดความชะงัก ยอดขายลดลง ประชาชนไม่ออกมาจับจ่ายใช้สอย แต่ในขณะที่ความต้องการซื้อก็ยังมีความต่อเนื่องนั้น ทำให้ผู้ซื้อบางรายเลือกที่จะซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าในตัวเมือง หรือซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ยอดขายของร้านในระหว่างปี พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2563 ลดลงมาโดยตลอด โดยยอดขายรวม ปี พ.ศ. 2561 รวม 687,930 บาท ปี พ.ศ. 2562 รวม 656,630 บาท และปี พ.ศ. 2563 รวม 623,780 บาท

ดังนั้น ร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร จึงมีความต้องการที่จะหาวิธีการที่จะอยู่รอดของกิจการท่ามกลางสภาวะทางเศรษฐกิจที่ประสบปัญหาธุรกิจทั้งการจัดการบริหารทั่วไปภายในร้าน ด้านการตลาด และด้านการบริหาร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยกำหนดแผนการตลาดที่จะนำไปสู่การเพิ่มยอดขายของร้าน โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มยอดขายในปี พ.ศ. 2564 ให้เพิ่มมากขึ้นจากของปี พ.ศ. 2563 ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร
2. เพื่อการศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาวะการแข่งขันทางอุตสาหกรรมของธุรกิจด้านการขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร และสภาพแวดล้อมภายในภายนอกของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร
3. เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร มุกดาหาร เช่น ประเภทสินค้าที่ซื้อประจำภายในร้าน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดให้เลือกตอบ และในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ของร้านอาหารมุกดาหารในอนาคต มีการกำหนดระดับความสำคัญจากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ผลิภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีลักษณะเป็นส่วนประเมินโดยให้คะแนน (Rating Sale) เพื่อถามถึงระดับความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ 5 ระดับ ตามหลักการของลิเคิร์ท (Likert Scale) สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.931 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือได้

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา สำหรับประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าจากทางร้านซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนในการศึกษา แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหาของ Taro Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ราย ดังนั้น เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ และได้จำนวนข้อมูลที่ครบถ้วนไม่เกิดความผิดพลาด จึงได้กำหนดจำนวนตัวอย่างในการสอบถามเป็น 400 ตัวอย่าง

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม Statistical Package of Social Science Version 20 (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางอธิบายเชิงเหตุผล ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เมื่อรวบรวมผลคะแนนข้อมูลที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ยและแจกแจง

ความถี่ใช้คะแนนของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความสำคัญของค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลความหมายสำหรับคะแนนเฉลี่ย (ธานินทร์ ศิลปจารย์, 2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ผลที่มีต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ผลที่มีต่อการตัดสินใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ผลที่มีต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ผลที่มีต่อการตัดสินใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ผลที่มีต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

2. การศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาวะการแข่งขันทางอุตสาหกรรมของธุรกิจและสภาพแวดล้อมภายในภายนอกของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร

การศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis) ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจในด้านบวกหรือด้านลบอย่างไร ส่วนการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นในธุรกิจ ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ได้แก่ ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ ความรุนแรงของสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อหรือลูกค้า และอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจในด้านใดบ้าง และการศึกษาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ใช้การวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) ได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ว่าร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหารมีสภาพต่างๆ เหล่านี้เป็นอย่างไร

3. การวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านศึกษากันท์ มุกดาหาร ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด นำผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า มาพิจารณา ร่วมกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั่วไป ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ในธุรกิจการขายอุปกรณ์แบบเรียนและเครื่องเขียน รวมทั้งผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทำการสังเคราะห์ถึงความเหมาะสมและความสามารถในการปฏิบัติ เพื่อกำหนดแผนการตลาดเป็นโครงการต่าง ๆ ในการเพิ่มยอดขาย ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเด็นที่สำคัญบางประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25.75 เลือกซื้อใช้บริการเป็นอุปกรณ์เครื่องเขียน ร้อยละ 31.75 จะมาซื้อสินค้าระหว่างช่วงเวลา 16.01 - 19.00 น. ร้อยละ 57.00 จะเข้ามาซื้อสินค้า 3 - 5 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 35.75 กล่าวว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า คือ ตนเอง และร้อยละ 64.25 บอกเหตุผลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้า ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง

ผลการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องเขียนและแบบเรียน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากกับสินค้าที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และสินค้ามีหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.03) 2) ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางและอยู่ใกล้กับโรงเรียน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมากกับการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล คนละครั้ง เราชนะ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

2. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาวะการแข่งขันทางอุตสาหกรรม ของธุรกิจและสภาพแวดล้อมภายในภายนอกของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ (PEST Analysis) พบว่า เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองที่ยืดเยื้อมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้ประชาชนขาดความมั่นใจในการเมือง และมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ ถดถอยลง ยังทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายเครื่องเขียนและแบบเรียนบ่อยครั้ง เช่น ทำให้สินค้าบางชนิดต้องเสียภาษีเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจบางชนิดได้ถูกเพิ่มหลักเกณฑ์ขึ้นและทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของผู้ประกอบการธุรกิจ (กรมสรรพากร, 2563) กำลังซื้อของผู้ใช้บริการลดน้อยลง ในส่วนของการดำเนินงานของรัฐบาลชุดปัจจุบันมีความสำคัญและมีผลต่อการดำเนินธุรกิจหลายประเภทค่อนข้างมาก เช่น นโยบายของรัฐบาลที่เข้ามาควบคุมร้านค้าปลีกและค้าส่งคือ ทำให้ร้านค้าเป็นแบบสมัยใหม่ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง โดยเฉพาะการเสียเปรียบของด้านเทคโนโลยีและด้านเงินทุน ทำให้กำไรทางการค้าน้อยลงตามลำดับ ซึ่งวิเคราะห์ว่าจะมีผลทางด้านลบต่อธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันทางอุตสาหกรรม โดยการ
ใช้แรงกดดัน 5 ประการ

(Five Forces Model) พบว่า 1) การแข่งขันของคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม ถือว่ามีการแข่งขันที่รุนแรงมากนัก ด้วยว่ามีผู้ประกอบการบางรายที่มีลูกค้าประจำ ที่เป็นของตนเองแล้ว ก็ยังมีการปรับตัวเพื่อที่จะให้ตนเองนั้นยังคงที่สามารถรักษาสถานะในธุรกิจนี้ได้ ประกอบกับในปัจจุบันมีปัญหาชะงักงันทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ทำให้การแข่งขันและแรงกดดันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง 2) ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ คาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะเกิดการขยายตัวของธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนเพิ่มขึ้นในอนาคต ทำให้เกิดแรงกดดันในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการเปิดร้านเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน จึงน่าจะทำให้เกิดภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ค่อนข้างสูง 3) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน คาดว่าจะอยู่ในระดับปานกลาง อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการธุรกิจสามารถที่จะศึกษาหาข้อมูล

ความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถใช้ทดแทนอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน โดยไม่จำเป็นต้องใช้ หรือลดการใช้งานลง เช่น กระดาษ สมุด ดินสอ ปากกา เป็นต้น 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจากธุรกิจการบริการขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนในจังหวัดมุกดาหาร มีแนวโน้มที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการตัดสินใจได้หลายช่องทาง เช่นเดียวกัน จึงเป็นสาเหตุให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อในการเลือกใช้บริการสูง และ 5) อำนาจต่อรองของผู้ขายเช่นเดียวกัน เมื่อเกิดแนวโน้มที่จะมีผู้ประกอบการบริการขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนเพิ่มขึ้น มีผู้จำหน่ายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจมากขึ้นและมีหลากหลายกลุ่ม ของห้างร้านที่จำหน่ายเป็นแบบค้าปลีกและค้าส่ง จึงได้เกิดการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมขึ้น จึงส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายนั้นอยู่ในระดับที่ต่ำ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร พบว่า

จุดแข็ง ได้แก่ 1) ท่าเลที่ตั้งของทางร้านสามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวก 2) มีบริเวณพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอทั้งรถจักรยานยนต์และรถยนต์ 3) ทางร้านมีช่องทางการชำระเงินหลายทาง เช่น เงินสด การโอนเงินทางโทรศัพท์/พร้อมเพย์ 4) ทางร้านมีสินค้าหลากหลาย ทั้งชนิด ยี่ห้อ และราคา 5) กระบวนการขั้นตอนในการให้บริการเลือกซื้อสินค้า ไม่ยุ่งยาก และไม่ใช้เวลานาน 6) ทางร้านเป็นร้านดั้งเดิมเปิดดำเนินการมายาวนานจึงทำให้มีลูกค้าประจำจำนวนมาก และ 7) พนักงานมีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตนเอง ทั้งด้านข้อมูลของสินค้า และการให้บริการ

จุดอ่อน ได้แก่ 1) การตกแต่งร้านไม่ทันสมัย ยังเป็นแบบร้านเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ไม่ดึงดูดลูกค้ารุ่นใหม่ 2) สินค้าจัดวางไม่เป็นระเบียบ หยากสินค้าหมดไม่มีอยู่ในสต็อกสินค้า 3) ผู้ประกอบการยังใช้วิธีการบริหารงานแบบเก่า ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด 4) ขาดการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ไม่มีการโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการตลาด

โอกาส ได้แก่ 1) ความก้าวหน้าของระบบจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยในเรื่องการทำบัญชี และการจัดระบบด้านการเงินได้อย่างถูกต้อง

2) การสนับสนุนระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาล ทำให้สะดวกต่อการชำระเงินทั้งของลูกค้าและของผู้ประกอบการ 3) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการพัฒนาทันสมัยมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันผู้ประกอบการมีช่องทางการนำเสนอสินค้าหลากหลายช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างสะดวกรวดเร็ว 4) การพัฒนาทางด้านโลจิสติกส์ที่ก้าวหน้า ทำให้การขนส่งสินค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ระบบคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่าย

อุปสรรค ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของตลาดและผู้บริโภค เป็นไปอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วด้วยเช่นกัน หากผู้ประกอบการล่าช้า อาจทำให้เกิดความเสียหายได้ 2) การมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการขายของทางออนไลน์ 3) มีสินค้าทดแทนบางชนิดมีราคาต่ำกว่า และยังรวมถึงความหลากหลายของสินค้าทดแทนที่หาได้ง่าย 4) ปัญหาโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ส่งผลทำให้ประชาชนไม่ออกจากบ้านและซื้อสินค้าลดลง

3. การวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

สำหรับแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียนของร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร ได้จัดทำโครงการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

โครงการที่ 1 โครงการโปรโมชั่นสุดคุ้ม

จากการวิเคราะห์จุดอ่อนของทางร้าน พบว่า ทางร้านมีจุดอ่อนในการประชาสัมพันธ์ และจัดทำโปรโมชั่นทางการตลาดค่อนข้างน้อย ทำให้ร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหารได้จัดโครงการนี้ขึ้นมา โดยการจัดให้มีส่วนลดราคาสินค้าร้อยละ 5 สำหรับการซื้อ เมื่อลูกค้าซื้อครบ 1,500 บาท และมีส่วนลดราคาสินค้าร้อยละ 10 สำหรับการซื้อ เมื่อลูกค้าซื้อครบ 3,500 บาท ใช้ระยะเวลา 3 เดือน เริ่มเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564

โครงการที่ 2 โครงการจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม พบว่า มีการหาสินค้าภายในร้านค่อนข้างยาก หาไม่พบเนื่องจากหมด สินค้าภายในร้านจัดไม่เป็นระเบียบและไม่ตรงตามหมวดหมู่ จึงเป็นเหตุผลที่ร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหารได้จัดโครงการนี้ขึ้น โดยแบ่งแยกประเภทสินค้า เช่น อุปกรณ์วิทยาศาสตร์ อุปกรณ์การกีฬา เครื่องเขียน

เป็นต้น ให้อยู่เป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการค้นหา แบ่งแยกสินค้าตามลักษณะการใช้งาน เช่น อุปกรณ์เครื่องเขียน แบบเรียน กระดาษ อุปกรณ์สำนักงาน และชุดนักเรียน ลูกเสือ นักกีฬา เป็นต้น และจัดให้มีที่สำหรับทดลองสินค้าได้บางชนิด เช่น วางกระดาษที่จะสามารถทดลองสีของปากกาได้ ห้อยลองเสื้อผ้าชุดนักเรียน และชุดกีฬา

โครงการที่ 3 โครงการ ซอปออนไลน์ สู้โควิด-19

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อทางออนไลน์ เฟซบุ๊ก ทำให้ร้านศึกษภัณฑ์มุกดาหาร ได้เพิ่มช่องทางสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ร้านศึกษภัณฑ์มุกดาหารได้จัดโครงการนี้ขึ้นมา โดย ร้านศึกษภัณฑ์มุกดาหาร เปิดช่องทางขายของทางเฟซบุ๊ก สร้างหน้าร้านบนเฟซบุ๊ก และลงโฆษณา มีการถ่ายรูปสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกชม และชำระทางออนไลน์

โครงการที่ 4 โครงการ โลฟสด ขายของ

จากการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค พบว่า เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ที่ทำให้ประชาชนไม่สามารถออกจากบ้านได้เหมือนปกติ เพื่อส่งเสริมการขายทางเฟซบุ๊กที่ได้จัดโครงการไว้อยู่แล้ว จึงได้จัดรายการโลฟสดขายสินค้า ลูกค้าสามารถเข้าชมและดูสินค้าจริงได้และสามารถปิดการขายได้ไว รวมทั้งให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมกับทางร้านได้ ซึ่งทำให้ร้านศึกษภัณฑ์มุกดาหารได้จัดโครงการนี้ขึ้นมา โดยทางร้านจัดโลฟสดขายสินค้า (จัดทุกวันพุธ วันศุกร์) ใช้เวลา 1 ชั่วโมง และจัดกิจกรรมให้ลูกค้าสามารถร่วมสนุกในโลฟสด เช่น เล่นเกม แจกของรางวัล

โครงการที่ 5 โครงการส่งถึงหน้าบ้านรวดเร็วทันใจ

จากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านโอกาสและด้านอุปสรรค พบว่า การแข่งขันในการให้บริการของแต่ละร้านขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ซึ่งเป็นไปอย่างรุนแรง ทุกร้านพยายามหาหนทางเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทางร้านจึงจัดโครงการส่งถึงหน้าบ้านรวดเร็วทันใจ โดยให้ลูกค้าสั่งซื้อจากช่องทางออนไลน์ เฟซบุ๊กของทางร้าน โดยทางร้านมีการบริการ

จัดส่งสินค้า สำหรับลูกค้าที่อยู่ในเขตเมือง หรืออยู่ในบริเวณที่ห่างจากร้าน ในอาณาเขตไม่เกิน 5 กม. คิดราคา 20 บาท และระยะทางไกลออกไปคิดราคา 35 บาท ในราคาขั้นต่ำ 100 บาท

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอุปกรณ์เครื่องเขียนและแบบเรียน ร้านศึกษากันท์มุกดาหาร อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร พบว่าในปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และเกิดปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ที่ทำให้ประชาชนไม่ค่อยออกจากบ้าน ส่งผลทำให้ยอดขายลดลง ร้านศึกษากันท์มุกดาหาร จึงได้คิดโครงการเพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเพิ่มยอดขาย มีจำนวน 5 โครงการ 1) โครงการโปรโมชั่นสุดคุ้ม 2) โครงการจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน โครงการนี้ได้นำมาใช้เพื่อตรงตามความต้องการของลูกค้าสอดคล้องกับการศึกษา (เบญจรัตน์ วัฒนาค, 2561) มีการบริการ จัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม หรือการทำให้ภายในร้านดูน่าสนใจมากขึ้น จึงต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และต้องนำความต้องการของลูกค้าเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ 3) โครงการช้อปออนไลน์สู้โควิด-19 4) โครงการไลฟ์สดขายของ โครงการนี้เป็นช่องทาง ที่ช่วยเพิ่มยอดขายร้านให้เพิ่มขึ้นเนื่องจาก เกิดวิกฤติโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ทางร้านเพิ่มช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษา (ทวีศักดิ์ วชิราภกร, 2562) การเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ เพื่อสะดวกสบายแก่ลูกค้า ประหยัดเวลาสามารถปิดการขายได้รวดเร็ว สร้างความทันสมัยด้านเทคโนโลยีให้แก่ร้านเพิ่มมากขึ้น ไลฟ์สดขายของลูกค้า สามารถเห็นสินค้าได้จริง ร้านสามารถจัดกิจกรรมให้ลูกค้าสามารถร่วมสนุก ทำให้ลูกค้าสนใจ รู้จักร้านมากยิ่งขึ้น 5) โครงการส่งถึงบ้านรวดเร็วทันใจ โครงการนี้ได้จัดขึ้นมาเพื่อสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่สามารถมารับสินค้าหรือมาซื้อสินค้าที่ร้านในเขตจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา (ณัฏฐกร เฉลิมแดน, 2563) เนื่องด้วยปัญหาโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 ประชาชนส่วนใหญ่ไม่กล้าออกมาจับจ่ายซื้อของ ทำให้ต้องมีการบริการจัดส่งถึงบ้านเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า โดยส่งผ่านทางออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษา

(วีต้า สัตยารมณ และเยาวภา ปฐมศิริกุล, 2562) เพื่อใช้งานสะดวกต่อการซื้อและการสื่อสารที่รวดเร็ว โดยการใช้โทรศัพท์มือถือได้ทั้งระบบปฏิบัติการ IOS และ Android เนื่องจากกลัวโรคระบาดของไวรัสโคโรนา Covid-19 จากการไปซื้อสินค้านอกบ้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา เช่น พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความชอบชนิดและประเภทของสินค้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วถึง
2. ควรมีการพัฒนานำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดระบบดูแลสินค้าคงคลัง ระบบการขายหน้าร้าน การคำนวณยอดขาย การเก็บหลักฐานข้อมูลลูกค้า พร้อมทั้งอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะเพิ่มมากขึ้น
3. ควรมีการประเมินผลหลังทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพการขายสินค้าและให้บริการลูกค้า
4. เนื่องจากในปัจจุบัน มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นมากกว่าสมัยก่อน ทางร้านอาจต้องเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็น อินสตาแกรม ไลน์แอด Shopee Lazada หรือผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ช่องทางการจำหน่ายสินค้าตามยุคสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2563). **ภาษีมูลค่าเพิ่ม**. ค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.rd.go.th/5206.html>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฏฐกร เฉลิมแดน. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม**, 2(1), 93-95.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ทวีศักดิ์ วชิราภากร. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดขายร้านทองเฟอร์นิเจอร์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิต้า สัตยารณ์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล. (2562). ปัจจัยการตลาดปัจจัยสังคมวัฒนธรรมและปัจจัยจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้วยแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 9(3), 25-33.
- เบญจรัตน์ วังนาค. (2561). **แผนธุรกิจความต้องการใช้บริการร้าน Multi-label Store และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้าน Multi-label Store**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาสาขาวิชาวิชานักศึกษานาดกลางและขนาดย่อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โชติมา สุระเนติชัย. (2550). **โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ประเภทเครื่องเขียนอุปกรณ์สำนักงานที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.