

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของ หสน. พรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

Strategic Planning to Increase Purchasing Volume of Pornpaisan CO., LTD. in Muang District, Loei Province

พรพิพัฒน์ เพชรพรไพศาล (Pornpipat Phetpornpaisan)¹

อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์ (Arom Tattawasart)²

ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (Sakchai Jarernsiripornkul)^{3*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ ศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ หสน.พรไพศาล เพื่อนำผลที่ได้นำมากำหนดกลยุทธ์ในการเป็นแนวทางปรับปรุงธุรกิจการเพิ่มยอดขาย ซึ่ง ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง โดยทำการสัมภาษณ์ลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการที่มาใช้บริการเป็นประจำ จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า ศึกษาสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม และแรงกดดัน 5 ประการ เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งที่มีในองค์กรเพื่อลดจุดอ่อนและแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมลูกค้าในการเลือกใช้บริการ ร้านรับซื้อของเก่าร้านพรไพศาล คือ การให้บริการ และ การตีราคามูลค่าสินค้าที่สูง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*Corresponding author, E-mail : sakchaij@kku.ac.th

โดยนำผลการศึกษามาทกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ 1.ประชาสัมพันธ์ 2.ลูกค้าสัมพันธ์ 3.การฝึกอบรมพนักงาน

คำสำคัญ : ของเก่า ร้านรับซื้อของเก่า เพิ่มยอดขาย

ABSTRACT

This study aimed to determine customer's behavior on services choosing, environment factors and effects on business's management of Pompaيسان CO., LTD. In order to specify the strategy plan to increase purchasing volume of the shop. Therefore, qualitative method using in-depth interviews (semi-structured) was performed. Data were collected from fifteen regular visiting customers and analyzed for environment (Internal/external), strengths, weaknesses, opportunity, threats, value chain analysis, marketing mix and five forces. The results showed that the motivation for choosing Pompaيسان recycle shop were services providing and giving high valuation. According to the result, three marketing strategies were set; 1. Public relations, 2. Customer services, and 3. Staff's training.

Keyword : Recycle Recycle Shop Increase Purchasing Volume

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างกลไกในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น การขยายตัวทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพทำให้ทรัพยากรธรรมชาติลดลงอย่างรวดเร็ว และมีของเสียเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตและ

การอุปโภค/บริโภค ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตประชาชน และเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมาในที่สุด ขยะและของเสียอันตรายเกิดขึ้นจากสิ่งของที่เหลือใช้ ทั้งจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิต การอุปโภค - บริโภคสินค้าและบริการ นับวันจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี รูปแบบการจัดการเกี่ยวกับขยะจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน และในตลาดปัจจุบันมีปริมาณคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจรีไซเคิลกระดาษและพลาสติก ที่มีระบบการจัดการที่ชัดเจนและครบวงจรค่อนข้างน้อย จึงเป็นโอกาสที่สามารถเข้าถึงธุรกิจได้ง่าย แนวโน้มคู่แข่งรายใหม่ยังมีน้อย เนื่องจากภาพลักษณ์ของธุรกิจประเภทนี้คนทั่วไปมองว่าเป็นสินค้าประเภทขยะ ไม่น่าสนใจ ซึ่งความต้องการใช้ของตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่มาก ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลในประเทศมีสูง พบว่า ในส่วนกระดาษมีการเก็บรวบรวมมาใช้ในกระบวนการรีไซเคิลเพียง ร้อยละ 48 และพลาสติกมีการรวบรวมมาใช้ในกระบวนการรีไซเคิลเพียง ร้อยละ 22 เท่านั้น จะเห็นว่า ทั้งสองตลาดนี้มีช่องว่างและตลาดที่เปิดกว้างในการประกอบกิจการได้ นอกจากนี้ในส่วนองภาครัฐบาลและหน่วยงานเอกชนต่างๆ มีการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในส่วนการบังคับใช้กฎหมายและการสนับสนุนให้ตลาดสินค้ารีไซเคิลมีการพัฒนามากขึ้น

ธุรกิจรับซื้อของเก่าเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินกิจการมาเป็นเวลามากช้านานแล้ว โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรวบรวมวัสดุเหลือใช้จากอุปโภคบริโภค แต่ยังคงมีคุณค่าสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจรับซื้อของเก่าในปัจจุบันได้มีการพัฒนาทั้งในเรื่องในการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ให้เกิดความเหมาะสมในการผลิต การเรียนรู้และการสร้างตลาดจนกลายเป็นโมเดลธุรกิจใหม่ที่ได้มาตรฐานระดับสากล คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ธุรกิจเติบโตได้แบบยั่งยืน มีความยืดหยุ่นสูง รวมไปถึงการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมทุกรูปแบบเพื่อรณรงค์ปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการทำธุรกิจ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อของเก่าจำนวนเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันอาชีพเก็บขยะมีส่วนช่วยให้สังคมน่าอยู่ขึ้น มีการแยกขยะแล้วจึงนำไปเข้ากระบวนการรีไซเคิล ช่วยลดความสิ้นเปลืองในการผลิตวัตถุดิบใหม่ และลดปริมาณของเสียในสิ่งแวดล้อมและในจังหวัดเลย ธุรกิจรับซื้อของเก่า

เพิ่มมากขึ้นทำให้ธุรกิจรับซื้อของเก่า มีการขยายตัวและมีแนวโน้มการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าต่างอำเภอ ที่เลือกใช้บริการร้าน พรไฟศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดย ร้านพรไฟศาล เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล เกิดจากการรวมตัวกันของ พี่น้อง 3 คน ทางร้านได้มีการรับซื้อของเก่าทุกชนิด เช่น กล้องกระดาด เศษเหล็ก พลาสติก ขวดแก้ว อลูมิเนียม ทองแดง เป็นต้น ร้านพรไฟศาลรับซื้อของเก่าทุกชนิด แต่ปัญหาที่พบบ่อยกับร้าน พรไฟศาล คือ การเพิ่มขึ้นและขยายตัวของร้านที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งทางร้านพรไฟศาลต้องการเพิ่มยอดขาย โดยการปรับปรุงทางด้านกาบริการให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มลูกค้าให้มากขึ้นและรักษาลูกค้าเดิม การปรับปรุงพัฒนาระบบการเพิ่มยอดขาย และศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของร้าน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นการวิจัยเชิงนโยบายแบบมีส่วนร่วม เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการสร้างยุทธศาสตร์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งประสบการณ์ ผลงาน ความสำเร็จที่ผ่านมา เพื่อค้นหาความต้องการและในการสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามแนวคิดทฤษฎีบนรากฐานของความรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาผู้ประกอบการในระยะยาว นำมาแก้ไขปัญหาและสร้างแผนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจให้มีภูมิคุ้มกันโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางการเงินของร้านพรไฟศาล พบว่า รายได้มีแนวโน้มลดลง ในปี 2554 – 2556 เนื่องจากการภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผลประกอบการยอดขายลดน้อยลง ดังตารางที่ 1

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของคณาจารย์ของเก่าในการเลือกใช้บริการร้านพรไฟศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในการบริหารงาน ของร้านพรไฟศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย ของร้านพรไฟศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การวางแผนเพื่อการเพิ่มยอดขายของ หสน. พรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยผู้ศึกษาได้ทำการแยกออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของคณขายของเก่าในการเลือกใช้บริการร้านพรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าจากแบบสัมภาษณ์เจาะลึก โดยสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็นแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านการบริการ และด้านการขนส่งการเก็บข้อมูล

1. รูปแบบการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลเป็นการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ อันประกอบไปด้วย การศึกษาข้อมูลเอกสาร และการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์เจาะลึก โดยการตั้งคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 5 ข้อ โดยการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการเลือกใช้บริการ (Kotler Philip, 2003) และศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในการจัดการ (Kotler Philip, 2003) ของร้าน พรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย และศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการ และศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในการจัดการ โดยผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นของลูกค้าร้านพรไพศาลของลูกค้า อำเภอเมือง จังหวัดเลย

2. หน่วยวิเคราะห์

การศึกษาค้นคว้านี้ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง กับประชากรจำนวน 15 ราย ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ลูกค้าที่ทางร้านรับซื้อสินค้าเป็นประจำ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ตัน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในเขตอำเภอเมืองจำนวน 7 ราย คือ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าขายของชำ ร้านขายของเก่าขนาดเล็ก ฯลฯ และลูกค้าที่อยู่ต่างอำเภอ จำนวน 8 ราย ที่เป็นผู้ประกอบการร้านขายของเก่าขนาดเล็ก และร้านขายของเก่าขนาดกลาง

2. การศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในการจัดการ ของร้านพรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย

2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler Philip, 2003)

2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน โดยใช้ Five force model ของ Michael E. Porter (Michael E. Porter, 1980)

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัย 7 ประการ ในการประเมินองค์การ (McKinsey 7S Framework) ของ ดร.โทมัส เจ ปีเตอร์ส และโรเบิร์ต เอช วอเตอร์แมน (Thomas J. Peters and Robert H. Waterman, 1982)

2.4 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler Philip, 2003)

3. การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย ของร้าน พรไพศาล

3.1 การกำหนดกลยุทธ์ โดย TOWS Matrix

3.2 การกำหนดทิศทาง และเป้าหมาย

- 1) ทิศทางและเป้าหมายขององค์กร
- 2) พันธกิจ
- 3) เป้าหมาย
- 4) วัตถุประสงค์

4. กำหนดแผนกลยุทธ์ของร้าน พรไพศาล

4.1 แผนกลยุทธ์ทางการตลาดระยะสั้น

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 15 ราย สรุปผลสัมภาษณ์แบ่งออกเป็นแต่ละด้าน ได้แก่

ด้านราคา จากการสัมภาษณ์ลูกค้าสรุปได้ว่า การที่ราคามูลค่าสินค้าที่สูงเป็นที่น่าพอใจ มีการแจ้งราคาสินค้า สามารถสอบถามราคาสินค้าก่อนได้ มีความเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบลูกค้า โดยมีตัวบอกค่าน้ำหนักเป็นระบบดิจิทัลไว้ข้างนอกของสำนักงาน ลูกค้าจึงสามารถตรวจสอบน้ำหนักได้ เกิดความโปร่งใสในการทำงาน ว่าน้ำหนักของสินค้าได้หายไปหรือไม่

ด้านการบริการ จากการสัมภาษณ์ลูกค้าสรุปได้ว่า ร้านได้มีพนักงานต้อนรับยิ้มแย้ม มีความเป็นกันเอง การลงสินค้าที่รวดเร็ว มีเครื่องจักรขนาดใหญ่ช่วยมีสถานที่ ที่กว้างสามารถรองรับรถที่จะมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทางร้านจะมีเก้าอี้ น้ำดื่ม หนังสือนิตยสารต่างๆ ให้บริการระหว่างใช้บริการ จึงทำให้เกิดความประทับใจ

ด้านการขนส่ง จากการสัมภาษณ์ลูกค้าสรุปได้ว่า ร้านพรไพศาลอยู่ในตัวเมืองจึงเป็นจุดศูนย์กลางของร้านค้าในอำเภอเมือง และร้านค้าในต่างอำเภอจึงสะดวกต่อการขนส่ง คำนึงกับค่าน้ำมันของลูกค้าที่มาส่งสินค้าได้

2. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

2.1. วิเคราะห์อุตสาหกรรม

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของอุตสาหกรรม ของ (Philip Kotler) เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีเพื่อให้ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งจากการสำรวจและประมวลผลจากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จร้านรับซื้อของเก่ามีดังนี้

ด้านราคา การที่ราคามูลค่าสินค้า คือ การให้ราคาที่สูงพอ โดยการให้ราคามูลค่าสินค้าที่เป็นไปตามช่วงเวลาเศรษฐกิจกับความต้องการของลูกค้า ราคามีเป็นธรรมแก่ผู้ขาย

ด้านการบริการ การบริการ คือ ให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับลูกค้าใช้บริการมีความรวดเร็วในการต้อนรับลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าขับรถเข้ามาจอดในด้วยร้านซึ่งเห็นได้จากการสำรวจโดยการเก็บข้อมูลจากสัมภาษณ์

2.2. การวิเคราะห์การแข่งขัน

การวิเคราะห์การแข่งขันโดยใช้ทฤษฎีแรงผลักดันทั้งห้าของการแข่งขัน (Porter's 5 Forces Analysis) คือ

1. **การแข่งขันระหว่างธุรกิจด้วยกัน** ร้านรับซื้อของเก่าซึ่งเป็นธุรกิจที่อาศัยเฉพาะเงินทุนและพื้นที่พักสินค้า หลังจากนั้นก็ขายให้กับโรงงานรีไซเคิล ซึ่งถือเป็นการประกอบการที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยากจึง เกิดขึ้นมากมายและมีหลายขนาดตั้งแต่เล็กถึงใหญ่ ทำให้การแข่งขันจึงมีมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

2. **การแข่งขันจากคู่แข่ง (สินค้า) ที่เข้ามาทดแทน (Substitutes)** เนื่องจากธุรกิจรับซื้อของเก่าเป็นธุรกิจรับซื้อ เพราะฉะนั้น การแข่งขันจากคู่แข่ง (สินค้า) ที่เข้ามาทดแทน จึงไม่เกิดขึ้น

3. **การแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่** เนื่องจากธุรกิจรับซื้อของเก่า มีเครือข่ายในการติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการค้าวัสดุรีไซเคิลและโรงงานแปรรูป ทำให้สามารถที่จะดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาต้องมีการประหยัดเนื่องจากขนาด ในเรื่องของขนส่งต่อโรงงานแปรรูปนอกจากนี้ยังต้องมีเครือข่ายกับผู้ประกอบการค้าวัสดุรีไซเคิลและโรงงานแปรรูป

4. **อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต** ชัฟฟลายเออร์ในธุรกิจรับซื้อของเก่า คือ โรงงานแปรรูปซึ่งไม่มีอำนาจต่อรองต่อผู้ประกอบการรับซื้อของเก่ามากนัก

5. **อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ** ผู้ใช้บริการของธุรกิจรับซื้อของเก่า คือ ผู้ที่นำสินค้าหรือวัสดุเหลือใช้มาจำหน่ายโดยที่ผู้ให้บริการมีอำนาจในการต่อรองน้อย เนื่องจากจำนวนวัสดุเหลือใช้ต่อครั้งมีไม่มากนัก ประกอบกับทางร้านมีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งไม่มีผลต่ออำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการรับซื้อของเก่า

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัย 7 ประการ ในการประเมินองค์การ (McKinsey 7S Framework)

1. **กลยุทธ์** ทางร้านใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา มีการกำหนดราคา รับซื้อที่สูงกว่า เนื่องจากทางร้านมีรถส่งสินค้าไปโรงงานแปรรูปโดยตรงทำให้ได้ราคาขายที่สูงขึ้นโดยไม่ผ่านคนกลาง และลดต้นทุนในการส่งสินค้าเพราะร้านมีรถเป็นของตนเอง

2. **โครงสร้าง** ร้านพรไพศาล เป็น ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล มีสายการบริหารแยกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ฝ่ายการตลาด รับผิดชอบในการติดต่อการขายสินค้า แก่โรงงานจะดำเนินการหาตลาดแหล่งใหญ่ที่ได้ราคาดีที่สุด โดยส่งสินค้าไปยัง โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

2. ฝ่ายการเงิน รับผิดชอบด้านงานบัญชีและการเงิน การซื้อขายต่างๆ การเบิกจ่าย ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับธนาคารต่างๆ ที่ใช้บริการ

3. ฝ่ายการดำเนินงาน ดูแลด้านการรับลูกค้าที่เข้ามา ภายในร้าน จัดการในเรื่องการจัดการยานพาหนะสำหรับการถ่ายเท การเคลื่อนย้าย สินค้ารวมถึงการอำนวยความสะดวกด้านการบริการต่างๆ

แผนผังองค์กร ร้านพรไพศาล



3. **ระบบ** ทางร้านมีการแบ่งการทำงานอย่างมีระบบชัดเจน โดยมีการตั้งหัวหน้างานแต่ละระบบเป็นคนดูแลระบบต่างๆ เช่น ระบบการ คัดแยกประเภทสินค้า คือ จะมีพนักงานคอยควบคุมสินค้าให้ถูกประเภทแต่ละชนิด ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ใช้คอมพิวเตอร์ในการเก็บฐานข้อมูลน้ำหนักสินค้า

ด้วยตราซึ่งดิจิทัลแล้วนำผลที่ได้มาช่วยในการตัดสินใจในการส่งสินค้าว่าได้น้ำหนักถึงเกณฑ์ที่จะส่ง

4. **รูปแบบ** กล้าตัดสินใจ กล้าได้กล้าเสีย กล้าที่จะลงทุนและมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีตั้งแต่ลูกค้าจนถึงโรงงานแปรรูปต่างๆ จึงทำให้ร้านได้ราคาซื้อที่สูง

5. **บุคลากร** จัดหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงกับงาน และมีจำนวนที่เหมาะสม ทางร้านได้มีการเพิ่มเงินเดือนให้กับพนักงานที่ทำงานมานานเพื่อเป็นการรักษาพนักงานที่มีประสบการณ์เอาไว้

6. **ทักษะ ความรู้ ความสามารถ** ทางร้านมีการมีการจัดพนักงานใหม่ให้ไปทำงาน (บัตตี้) กับพนักงานเก่าเพื่อให้พนักงานใหม่เรียนรู้เทคนิคการทำงานต่างๆ จากพนักงานเก่า

7. **ค่านิยมร่วม** ทางร้านได้มีกิจกรรมพาพนักงานไปเที่ยวพักผ่อน โดยในวันตรุษจีนเพื่อให้พนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีแนวคิดที่จะทำงานไปในทิศทางเดียวกันโดยสอดคล้องกับกลยุทธ์ของร้าน

2.4 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis)

การประเมินปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อธุรกิจรับซื้อของเก่าร้านพรไพศาล ประกอบด้วยจุดแข็งและจุดอ่อน ดังนี้

จุดแข็ง

1. การคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยของบุคลากรพนักงานของร้านโดยผู้ประกอบการรับซื้อของเก่าจะเน้นในเรื่องของการรักษาความสะอาดเพราะการรับซื้อวัสดุรีไซเคิลเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ

2. การตรวจสอบความถูกต้องของการดำเนินการในด้านต่างๆ เช่น การเงิน ความสามารถของพนักงาน สามารถตรวจสอบได้ง่าย เนื่องจากเป็นการประกอบการในรูปแบบของร้านขนาดกลาง สามารถที่จะมองเห็นข้อดีและข้อเสียได้ง่าย ทำให้การดูแลกิจการสามารถที่จะดูแลได้ทั่วถึง

3. การเน้นความเที่ยงตรงและซื้อสัตย์ต่อลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการรับซื้อเนื่องจากประเด็นหลักที่สำคัญคือในเรื่องของการซื้อขายในด้านของน้ำหนักของวัสดุเหลือใช้โดยร้านพรไพศาลได้ทำการปรับจากการใช้เครื่องที่มีลักษณะเป็นเครื่องชั่งโดยทั่วไปเป็นเครื่องชั่งระบบดิจิตอลที่สามารถบอกตัวเลขได้ทันที

4. แหล่งเงินทุนในการดำเนินการเป็นของตนเอง จึงทำให้ไม่มีการด้านดอกเบี้ยทำให้เกิดความคล่องตัวในการจัดกิจกรรมในด้านต่างๆ

5. การดำเนินการรับซื้อของร้านรับซื้อของเก่า มีความหลากหลายทั้งในด้านการรับซื้อและการดำเนินการขายต่อเนื่องให้กับโรงงานแปรรูปทำให้เกิดความคล่องตัวในการที่จะระบายสินค้าเข้าและออก

จุดอ่อน

1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในด้านการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องจักรขนาดใหญ่ที่ใช้ในการทำงาน เช่น เครื่องอัดกระดาษขนาดใหญ่ หากเกิดชำรุดต้องเรียกช่างที่เป็นผู้ผลิตจาก กรุงเทพฯ ซึ่งทางร้านไม่มีผู้ชำนาญในการซ่อมเครื่องจักรนี้

2. พนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับแรงงาน ทำให้การพัฒนาทักษะฝีมือต้องใช้เวลามาก

3. พนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการบริการ

การประเมินปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการธุรกิจรับซื้อของเก่า ร้านพรไพศาล ประกอบด้วย โอกาสและอุปสรรค ดังนี้

โอกาส

1. สังคม จังหวัดเลย ประสบปัญหาเรื่องปริมาณขยะ การคัดแยกขยะจะทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนในการช่วยกันลดปริมาณขยะต่อชุมชน และเป็นกลไกในการสนับสนุนการนำกลับมาใช้ใหม่ที่สำคัญ

2. ประชากร การมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการนำวัสดุเหลือใช้มากลับมาใช้ใหม่ทำให้เกิดความตื่นตัวของประชากรในการคัดแยกขยะภายในครัวเรือนก่อนที่จะมีการกำจัด

3. พฤติกรรมการบริโภค การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตทำให้เกิดปริมาณขยะและวัสดุเหลือใช้เป็นจำนวนมาก

อุปสรรค

1. ธุรกิจรับซื้อของเก่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและกระจายอยู่ทั่ว จังหวัดเลย
2. กฎหมายต่างๆ ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและภาครัฐยังไม่ได้ให้การสนับสนุนและขาดการให้ความสำคัญต่อการคัดแยกขยะ
3. ทางด้านสังคม ก่อให้เกิดกลิ่น และมลพิษต่อผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้เคียง เกิดการรำไหลดของน้ำหรือสิ่งเป็นพิษแก่แหล่งน้ำธรรมชาติ
4. ราคาน้ำมันที่มีความผันผวนส่งผลต่อต้นทุนในการส่งสินค้า
5. การให้บริการของร้านสามารถที่จะทำการดำเนินการได้ง่าย ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้
6. สินค้าบางประเภทสามารถที่จะทำการซื้อขายได้ซ้ำ เกิดสินค้าคงค้าง ซึ่งทำให้เกิดการสะสมของทุนในสินค้าประเภทนั้นๆ และการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ มีกรณีของสินค้า สูญหายเนื่องจากการวางวัสดุเหลือใช้ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ผลต่างของกำไรที่ได้รับก็จะสูญหายไป
7. ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้านพรไพศาล มีลูกค้าที่มีจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีค่อนข้างน้อย
8. การรับซื้อวัสดุเหลือใช้ ไม่สามารถที่จะระบุถึงที่มาของวัสดุเหลือใช้ได้ ทำให้เกิดปัญหาการรับซื้อของผิดกฎหมาย

3. การวางแผนกลยุทธ์ของ ร้าน พรไพศาล

3.1 การกำหนดกลยุทธ์ โดย (TOWS Matrix)

1. (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงรุก โดยมุ่งเน้นการรักษาไว้ซึ่งลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อการขยายฐานลูกค้าไปสู่การเพิ่มยอดขายการรับซื้อมากขึ้น
2. (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงกระจาย โดยมุ่งเน้นสร้างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางให้ดึงดูดลูกค้ามากขึ้น
3. (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงปรับตัว ซึ่งมุ่งเน้นการปรับปรุงดำเนินงานของกิจการให้ดีขึ้น โดยมีการวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เหนือกว่าคู่แข่งในทุกด้าน โดยการใช้โอกาสอันได้แก่

การมีส่วนร่วมในการรักษาสีงแวดล้อม และตระหนักถึงการนำวัสดุเหลือใช้นำกลับมาใช้ใหม่ การเน้นความเที่ยงตรงและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการรับซื้อเนื่องจากประเด็นหลักที่สำคัญ

4. (WT Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ ซึ่งมุ่งเน้นเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มีความภักดี ทำให้สมาชิกของเก่าได้บ่อยขึ้น และสามารถช่วยในการบอกต่อหรือแนะนำคนอื่น กลยุทธ์เหล่านี้จึงเป็นสถานการณ์ซึ่งมีศักยภาพช่วย ให้องค์กรการบรรลุเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรมากขึ้น

3.2 การกำหนดทิศทาง และเป้าหมาย

1) ทิศทางและเป้าหมายขององค์กร

1.1) วิสัยทัศน์ ร้านพรไพศาล จะเป็นผู้นำด้านราคาที่สูงที่สุดในจังหวัดเลย ใส่ใจทุกรายละเอียดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

1.2) พันธกิจ

(1) มีบริการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

(2) พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ ร้าน พรไพศาล ให้ดีขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง

1.3) เป้าหมาย

(1) รักษาตำแหน่งผู้นำด้านราคาด้วยการรักษามาตรฐานการตั้งราคาที่สูงที่สุด คือจะแบ่งลูกค้าออกเป็นแต่ละประเภท ได้แก่ ลูกค้าชาจร ลูกค้าประจำ และลูกค้าต่างอำเภอ

(2) สร้างชื่อเสียงจากการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายในระยะเวลา 1 ปี (1 ธันวาคม 2557 – 1 ธันวาคม 2558) โดยการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อวิทยุ สังคมออนไลน์และแผ่นพับ แล้วทำการวัดผลการเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยเริ่มทำการรวบรวมข้อมูลลูกค้าทันทีหลังการทำการโฆษณา (3) การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยรวดเร็ว และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าจากการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยการเปิดโอกาสให้บุคลากรศึกษาหาความรู้จากแหล่งการศึกษา อินเตอร์เน็ต

1.4) วัตถุประสงค์

- (1) รักษาตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมขายของเก่าภายในจังหวัดเลย
- (2) ปรับปรุงคุณภาพภายในองค์กรทั้งกระบวนการ

4. กำหนดแผนกลยุทธ์ของร้าน พรไฟศาล

เป้าหมายประสงค์ เพื่อดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้มาขายของเก่ากับร้านพรไฟศาลมากขึ้นและเพิ่มยอดรับซื้อของเก่า ร้านพรไฟศาล ได้มากขึ้นรวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.1 แผนกลยุทธ์ทางการตลาดระยะสั้น

โครงการที่ 1

ชื่อโครงการ ประชาสัมพันธ์

หลักการและเหตุผล

จากการวิเคราะห์แบบสัมพัทธ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาขายของเก่าของชาวลำปางคือพบเห็นด้วยตนเองจึงควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของร้าน ได้แก่ การตีป้ายโฆษณาตามแหล่งชุมชนบริเวณเสาไฟฟ้าที่รอรถประจำทาง การโฆษณาผ่านคลัสเตอร์ของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นยอดรับซื้อให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เพื่อเป็นการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายมาขายของเก่าให้กับทางร้านมากขึ้นจึงควรจัดส่วนเพิ่มหรือการรับซื้อในราคาที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปทราบถึงที่ตั้งของร้านและบริการของร้านที่มี

วิธีดำเนินการ

1. ทำแผ่นป้ายโฆษณาติดตามถนนที่มีรถยนต์พลุกพล่าน
2. ลงประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ของจังหวัดเลย
3. ทำเพจในเฟซบุ๊ก (www.facebook.com) เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน
4. ประชาสัมพันธ์ผ่านคลัสเตอร์ในจังหวัดเลย

ระยะเวลา

1. ป้ายโฆษณา ระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557
2. ลงประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ และทำเพจ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายนเป็นต้นไป
3. ประชาสัมพันธ์ผ่านคลื่นวิทยุ ระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557

งบประมาณ

ประมาณ 20,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นายพรพิพัฒน์ เพชรพรไพศาล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนรู้จักร้านเพิ่มขึ้น ทราบถึงที่ตั้งร้าน และทราบว่าร้านมีบริการอะไรบ้าง
2. ประชาชนเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน เป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้ทางร้าน
3. เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้นทำให้รับซื้อสินค้าได้มากขึ้น

โครงการที่ 2

ชื่อโครงการ ลูกค้าสัมพันธ์

หลักการและเหตุผล

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ ด้านกระบวนการ การต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาถึงบริเวณภายในร้านการแยกขยะการชั่งน้ำหนักจนกระทั่งการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบแต่ละวัน รวมทั้งผู้ประกอบการได้มีการวางแผนเรื่องการบริหารจัดการในส่วนของขั้นตอนการดำเนินงานกิจการ เพื่อการจัดการระบบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของพนักงานด้านการบริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการรักษาสถานลูกค้าเดิมและเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ลูกค้าสามารถระลึกถึงและจดจำร้านพรไพศาลได้

วิธีดำเนินการ

1. ลงทุนซื้อโปรแกรมเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อจัดทำบันทึกฐานข้อมูลลูกค้า เช่น รายชื่อที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เพื่อสามารถสะดวกในการติดต่อและส่งข้อความ

2. จัดทำโครงการเยี่ยมเยียนลูกค้าเดิมและลูกค้าเก่าที่เคยมาขายของให้กับทางร้านและสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ลูกค้าเดิมเลิกใช้บริการกับทางร้านเพื่อนำไปปรับปรุงกิจการ

ระยะเวลา

6 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2557 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558

งบประมาณ

ประมาณ 60,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นายพงษ์ศักดิ์ เพชรพรไพศาล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถรักษาสถานลูกค้าเดิมและทราบถึงสาเหตุปัญหาลูกค้าเดิมในการเลิกใช้บริการ

2. ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญและเกิดความประทับใจในการบริการเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับทางร้านพรไพศาลเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

3. เป็นการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

โครงการที่ 3

ชื่อโครงการ การฝึกอบรมพนักงาน

หลักการและเหตุผล

การบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ร้านพรไพศาล ได้เล็งเห็นความสำคัญต่อการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าประกอบกับจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาขายของให้กับร้าน พรไพศาล

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มีพนักงานที่มีความชำนาญในการให้บริการลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสร้างความพึงพอใจ

วิธีดำเนินการ

1. คัดเลือกพนักงาน และ ให้ช่างที่มีประสบการณ์คอยแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆ ในการทำงานในร้าน
2. อบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับบริการในร้าน

ระยะเวลา

3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2557 ถึง วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558

งบประมาณ

ประมาณ 20,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นายพิชิต เพชรพรไพศาล ผู้ประกอบการร้าน พรไพศาล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีพนักงานที่สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพ และสามารถบริการต่างๆ ในร้านให้ลูกค้าได้
2. สามารถให้บริการรวดเร็วขึ้น และสามารถให้บริการลูกค้าได้ หากลูกค้าเข้ามาใช้บริการพร้อมกันหลายราย

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการร้านพรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า มีปัจจัยเกี่ยวข้องทางด้านราคา การบริการ และการขนส่ง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในการจัดการ ของร้านพรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับร้านพรไพศาล คือ 1. กลยุทธ์เชิงรุก 2. กลยุทธ์เชิงกระจาย 3. กลยุทธ์เชิงปรับตัว 4. กลยุทธ์เชิงรับ โดยได้นำมาเป็นแนวทางเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย ของร้านพรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย ซึ่งมีการศึกษา 3 โครงการ ดังนี้ โครงการที่ 1 การโฆษณาสามารถทำให้ลูกค้าทราบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการรับซื้อของกิจการในแต่ละช่วง โครงการที่ 2 ลูกค้าสัมพันธ์สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและทราบสาเหตุที่ลูกค้าเดิมเลิกใช้บริการจากร้านพรไพศาล โครงการที่ 3 การฝึกอบรมพนักงานทำให้พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการทำงานเพิ่มมากขึ้น และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าของกิจการและพนักงาน โครงการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจมาขายของให้กับทางร้านมากขึ้นและยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางร้านเพื่อการจดจำได้ง่ายขึ้นในกลุ่มลูกค้าใหม่ใหม่ และจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่ร้านพรไพศาล

อภิปรายผล

จากการศึกษากลยุทธ์การวางแผนเพื่อการเพิ่มยอดขายของ หสน. พรไพศาล อำเภอเมือง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ธีรวิทย์ ชมพุทธา (ธีรวิทย์ ชมพุทธา, 2551) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจรับซื้อของเก่าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน (2) เพื่อวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ (3) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ (Swot Analysis) และสภาวะการแข่งขัน (Five-force Analysis) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ภายใต้ข้อสมมติว่าโครงการมีระยะเวลา 10 ปี และใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 8 พบว่า มูลค่าปัจจุบัน

ของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value: NPV) มีค่าเท่ากับ 960,314.02 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนของโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 18.60 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.11 และมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 4 ปี 180 วันทำการ (1 ปี = 300 วันทำการ) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าโครงการนี้มีความเหมาะสมในการลงทุนและในการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ พบว่า โครงการนี้จะเป็นความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์ใน 3 กรณีคือกรณีที่ 1 เมื่อผลตอบแทนคงที่ต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสูดร้อยละ 10.85 กรณีที่ 2 เมื่อต้นทุนคงที่ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ต่ำสูดร้อยละ 9.78 กรณีที่ 3 เมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นและผลตอบแทนลดลงพร้อมกันสามารถเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด ร้อยละ 5.14 ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด โดยทำการวิเคราะห์ SWOT และสภาวะการแข่งขันของธุรกิจรับซื้อของเก่าจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมแก่การประกอบธุรกิจรับซื้อของเก่าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ กลยุทธ์เชิงปรับตัว ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพแก่ธุรกิจมากขึ้น และหัสยา แซ่ตั้ง (หัสยา แซ่ตั้ง, 2554) ได้ศึกษาการนำสุนทรียศาสตร์ มาใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายรับซื้อห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยสุทัศน์ จังหวัดขอนแก่น จากผลการศึกษา ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดไทยสุทัศน์ โดยได้จัดทำการวางแผนกลยุทธ์ไว้ 2 แผน คือ

- 1) การวางแผนเพื่อเพิ่มการรับซื้อของเก่าจำนวน 4 โครงการ คือ
 - โครงการที่ 1 บริการเสียงตามสาย แจ้งข้อมูลสินค้า
 - โครงการที่ 2 เวลาใดๆ คุณคือคนสำคัญ
 - โครงการที่ 3 ตราซังบอกได้ น้ำหนักไม่ขาด ได้ราคาสูง
 - โครงการที่ 4 ปรับปรุงทางเข้าออกของห้าง
- 2) การวางแผนกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าจำนวน 3 โครงการ คือ
 - โครงการที่ 1 ซื้อมาขายไป
 - โครงการที่ 2 ฉันทรู้ คุณรู้

โครงการที่ 3 สื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเมื่อนำการวางแผนกลยุทธ์ทั้งสองแผนมาปฏิบัติก็สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ผลที่ได้รับเบื้องต้นคือ มียอดรับซื้อของเก่าที่เพิ่มขึ้น จากเดือนก่อนร้อยละ 10.03 และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 4 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.66 จากยอดสะสมของเดือนก่อนแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น และผลจากการนำแผนการตลาดมาดำเนินการเพียงหนึ่งเดือนน่าจะคาดฝันได้ว่าผลลัพธ์น่าจะจะเป็นไปตามแรงบันดาลใจดังเจตนาหรือสิ่งที่องค์กรอยากให้เป็น ข้อเสนอแนะจากการศึกษา การให้ความใส่ใจแก่ความสนใจของลูกค้า ราคาสินค้าที่ดีแก่ลูกค้า บรรยากาศและสถานที่ทำงานเหมาะสม ซึ่งจะสามารถช่วยดึงดูดลูกค้าได้อีกทางหนึ่งและข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับจริยธรรมในการค้าของเก่า การดำเนินการซื้อขายด้วยความซื่อตรงต่อลูกค้า ความเป็นมืออาชีพและมีความจริงใจในการให้บริการลูกค้า (บรรจง รัตนเลิศ, 2555)

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ. (2551). **การพัฒนาของเสียหรือ วัสดุเหลือใช้ นำกลับมาใช้ใหม่.**

กรุงเทพฯ: กรมควบคุมมลพิษ.

ธีรวดี ชมพูธธา. (2551). **การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจรับซื้อของเก่าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรจง รัตนเลิศ. (2555). **จรรยาบรรณของพนักงานขาย.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://e-learning.e-tech.ac.th/learninghtml/7697/11_01_00.html.

หัสยา แซ่ตั้ง. (2554). **การนำสุนทรียศาสตร์มาใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อเพิ่มยอดรับซื้อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยสุทัศน์ จังหวัดขอนแก่น.** รายงานการศึกษาดูงานปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Certo Samuel C. and Peter J. Paul. (1991). **Strategic Management : Concept and Applications.** New York : Mcgraw-Hill,

Kotler Philip. (2003). **Marketing management**. 11 th ed.Upper Saddle River, NJ:Prentice-Hall.

Michael E Porter. (1980). **Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors**. New York: Free Press.

Thomas J. Peters and Robert H. Waterman. (1982). **In Search of Excellence**. New York: Harper & Row.

ตารางที่ 1 ผลประกอบการย้อนหลังยอดซื้อ

หน่วย: บาท

รายการ	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กระดาษ	4,757,940	5,190,480	4,325,400	3,676,590	3,719,844
โลหะ	7,009,200	7,646,400	6,372,000	5,416,200	5,479,920
แก้ว	1,089,990	1,189,080	990,900	842,265	852,174
พลาสติก	4,603,500	5,022,000	4,185,000	3,557,250	3,599,100
รวม	17,460,630	19,047,960	15,873,300	13,492,305	13,651,038

(รายงานประจำปีผลประกอบการร้านพรไพศาล, 2552-2556)